

Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8



Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,— RM. 1/100 Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen Angebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis X Multiplikator 1/10)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Sammel-Nr. A 7 Dönhoff 5246

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 46. Jahrgang 59 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 9. November 1935

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Eine Reihe von Werbetips für das Uhrmacher-Schaufenster

Die Statistik als überzeugendes Werbemittel

Im allgemeinen lassen Statistiken das Publikum kühl; wenn sie aber mit einem interessanten Bild oder Text verbunden sind, so werden sie auch beachtet. Von dieser Art ist das folgende Werbemittel, dessen sich ein Kollege bedient. Der untere Teil eines 40 x 50 cm großen orange-farbenen Plakatkartons ist in kleine Quadrate eingeteilt, wie man sie von den Statistiken her kennt. An der rechten Seite sind die Jahreszahlen von 1925 bis 1935 angegeben. Eine dicke Linie bewegt sich in ungleichmäßiger Form aufwärts. An der linken Seite sind ausgeschnittene Bilder von Personen geklebt, die nach oben hin zahlreicher werden, um dadurch dem Beschauer zu zeigen, wie sich die Kundenzahl von Jahr zu Jahr vermehrt hat. Die Statistik bekommt dadurch ein lebendiges Bild.

Richtige Aufklärung gibt erst der Text, der folgenden Wortlaut hat: „Unsere Kundenzahl geht ständig aufwärts. Der Grund dafür liegt in der richtigen Auswahl unserer Uhren und Schmucksachen, in den günstigen Preisen und der aufmerksamen Bedienung. Auch Sie werden eines Tages davon überzeugt sein, wie vorteilhaft Sie in unserem Geschäfte kaufen.“

Es sei noch bemerkt, daß dieses Geschäft tatsächlich auf beachtlicher Höhe steht, und daß seine Kundenzahl ständig zunimmt. Die Statistik beruht also auf Wahrheit, die bei jeder Werbung erstes Gebot sein muß.

Entstandene Lücken ausfüllen!

Wenn Sie eine Uhr oder einen anderen Gegenstand aus dem Schaufenster genommen haben, so ist es eine selbstverständliche Pflicht, die entstandene Lücke sofort wieder auszufüllen. Ich kenne einen Geschäftsmann, der die Ansicht vertritt, es sei richtig, die Lücke ruhig einige Zeit bestehen zu lassen, damit alle, besonders die liebe Konkurrenz, sehen, daß dieser Artikel verkauft worden ist. Verkaufsfördernd ist dieses Verhalten aber bestimmt nicht. Besser ist es, wenn die Warenausstellung im Schaufenster immer vollständig ist.

Nach Geschäftsschluß

Wer das Schaufenster nicht lange beleuchtet läßt oder die besseren Waren abends herausnimmt, kann trotzdem allen vorbeigehenden Personen die Firma in Erinnerung bringen. Ein kleiner Holzkasten wird vorn mit durchscheinendem roten Papier bespannt; darauf schreibt man mit schwarzer Schrift einen kurzen Werbetext, oder man verwendet ausgeschnittene, auf das Papier geklebte Buchstaben. In das Kästchen kommt eine elektrische Birne, die den Text von hinten beleuchtet. Wenn das übrige Schaufenster sonst dunkel ist, fällt der Text bestimmt auf. Empfehlenswert ist es, den Werbespruch öfters zu wechseln.

Kostproben aus dem Schmuckwarenlager

Sonderangebote, anziehende Plakate usw. hat man schon oft unmittelbar an der Schaufensterscheibe angebracht. Ein Geschäft, dessen Schaufenster im Verhältnis zu dem vorhandenen Lager zu klein ist, bringt an dieser Stelle etwas anderes, und zwar sind an der rechten Seite des Schaufensterrahmens zwei Ösen befestigt, in die eine Tafel von der ungefähren Größe von 20 x 30 cm eingehängt wird, also in der Art, wie man eine Tür in den Rahmen hängt. Auf dieses schwarz überzogene Brett oder Tablett, wie man es nennen kann, sind je ein Paar Ohrringe, eine Halskette, ein Armreif, ein Ring und ein Clip befestigt. Ein nahe bei diesen Schmuckstücken angebrachtes Schild hat folgenden Wortlaut: „Hier sind fünf Kostproben aus unserem reichhaltigen Schmuckwarenlager, zu dessen Besichtigung wir Sie einladen.“ — Die Schmuckstücke werden alle drei Tage gewechselt, und zwar werden immer besonders schöne Stücke gezeigt. Da sich die Tafel ganz nahe an der Schaufensterscheibe befindet, so kann sie von den kritischen Blicken der Damen eingehend betrachtet werden. Auf diese Weise läßt sich auch wirksam für „Laurin“-Schmuckstücke werben.