

Werbung

Wer den Wert einer regelmäßigen Werbung erkannt hat, wird auch in den kommenden Sommermonaten jede Gelegenheit zur Werbung ausnutzen. Da sind zunächst der Muttertag und Pfingsten. In dieser Zeit finden auch in den katholischen Gegenden Firmungen statt. Der Sportler kämpft wieder nach der Stoppuhr. Und dann beginnt die Hauptreisezeit, die jedes Jahr mehr an Bedeutung gewinnt. Viele örtliche Ereignisse lassen sich ebenfalls auswerten, z. B. Wehrmachtsveranstaltungen, Sport- und Heimatfeste usw. Wenn auch nicht immer sofort ein Mehrverkauf erreicht wird, so sehen die Leute doch, daß wir rührige, fortschrittliche Geschäftsleute sind, bei denen man gern kauft.

Am 15. Mai wird die Mutter beschenkt!

Nicht gleich abwinken, Herr Kollege! In den letzten Jahren konnte ich feststellen, daß vor diesem Mai-Sonntag manches Geschenk mehr als zu „normalen“ Zeiten in unseren Geschäften gekauft wurde, besonders Küchenuhren, Stiluhen, Ansatzbänder und einzelne Besteckteile. Verschiedene Muster dieser Waren wurden im Schaufenster mit einem entsprechenden Textschilde ausgestellt. Außerdem wurden kleine Glückwunschkärtchen, die in Buchhandlungen erhältlich sind, zu den Uhren bzw. in die Etuis und die Watterkartons gelegt. Man muß dem Geschenksuchenden behilflich sein, und dabei ist es notwendig, daß man unsere Waren in netter Form als Muttertag-Geschenke anbietet.

Es gibt immer vielbeschäftigte Personen, die ihrer Mutter, die auswärts wohnt, zu ihrem Ehrentage etwas schicken wollen. Hier kann unser Vorschlag helfen: Ein kleiner Karton, der sauber verpackt und verschnürt ist, wird ins Schaufenster gestellt; dazu kommt ein Schildchen: „Ein dankbares Geschenk für die liebe Mutter! Geben Sie uns, bitte, die Adresse; wir versenden es nach jedem Orte.“

Feriengäste kommen in Ihre Stadt!

Mancher Ort hat sich erst in den letzten Jahren zu einem Fremdenverkehrsplatze entwickelt. Dies sollten auch die hier ansässigen Uhrmacher und Juweliere berücksichtigen, da viele Besucher dort kleine Andenken zu erwerben pflegen. Kürzlich berichtete mir ein Kollege über seinen Fremdenverkauf, den er erst seit drei Jahren richtig auswertet. Er ist der Ansicht, daß das Geschäft und die in Frage kommenden „Mitbringsel“ vor allem stark auffallen müssen. Vor seine beiden Schaufenster hat er sich schmale Schaukästen bauen lassen, in denen solche Andenken-Geschenke ausgestellt sind. Verschiedene liegen in einem Etui, das das schöne bunte Wappen dieser Stadt zeigt. Es ist ein Aufkleber, den das Verkehrsamt der Stadt herausgibt. Wichtig sind auch kleine Schilder mit der Aufschrift: „Für die liebe Gattin daheim!“ — „Das Mitbringsel für den Strohwitwer!“ — „Ein Andenken aus X., das lange Jahre Freude macht.“ Da der erwähnte Uhrmacher Mitglied einer Markenuhr-Vereinigung ist, so weist er auf einem Schilde darauf hin, daß bei allen Uhren mit der Marke Y. auch in allen anderen Orten Garantie geleistet wird. Durch diesen Fremdenverkauf werden mitunter Muster von Waren verkauft, die am Orte nicht abzusetzen waren. So war z. B. schon lange eine Anzahl Schalen am Lager; da gravierte man versuchsweise in einige den Namen des Ortes in hübscher Form ein. Das Ergebnis war, daß sämtliche silbernen Schalen, nachdem sie graviert waren, innerhalb von drei Sommermonaten verkauft wurden.

Als Anregung für einen Blickfang im Schaufenster geben wir hier ein Bild wieder, das einen Mann zeigt, der freudigen

Das ganze Jahr hindurch verkaufen!

Gesichtes mit einem Koffer auf die Urlaubsreise geht. Unter dem Bilde sind die Worte zu lesen: „Zwei bewährte Kameraden reisen mit: Die zuverlässige Uhr am Arm und der gute Reisewecker im Koffer.“ Von dem

Handgelenk bzw. dem Koffer des Urlaubers aus laufen zwei farbige Bänder zu zwei besonders schönen, praktischen und ersichtlich widerstandsfähigen Uhren der genannten Art. Als Reiseuhr wird am besten eine kleine Lederetuiuhr gewählt, die nicht viel Raum beansprucht und durch die Lederhülle gut geschützt ist.

Fremde sind gegen unbekannte Werkstätten etwas mißtrauisch. Geht dem Feriengast während seines Aufenthaltes die Uhr oder ein Schmuckstück entzwei, so wird er zu dem Fachmann gehen, dessen Geschäft schon äußerlich Vertrauen erweckt. Hier kann auch ein entsprechendes Textschild mit einem Werkstattbilde ein wirksamer Werbebehelfer sein.

In einem Kurort hat ein Uhrmacher sein Geschäft neben einem großen Café, auf dessen Speisekarten er einen Hinweis auf seine Firma bringt.

Man muß sich natürlich bei der Werbung stets nach dem Geschäft und in diesem Falle nach dem Orte und seinen Besuchern richten. In Baden-Baden sind eben ganz andere Gäste als in einem kleinen Gebirgsorte anzutreffen. Aber regsam kann und sollte man überall sein!

„Ihre Verlobung zeigen an . . .“

Die Trauringe werden in den Geschäften unseres Faches meistens viele Jahre hindurch auf den gleichen Ständern im Schaufenster gezeigt. Manchmal ist aus dem cremefarbenen Überzug ein grauer geworden, oder der Porzellan-Amor hat einen Schaden am Arm erlitten. Saubere Ständer und Etuis, eine andere Anordnung und ein hübsches Textschild dazu sichern der Trauringschau mehr Beachtung. — Gerade jetzt vor der Pfingstzeit, wo viele Verlobungen und Hochzeiten stattfinden, sollte man eine Änderung in der Darbietung von Trauringen vornehmen. Das Schild auf dem hier gezeigten Bilde ist orangefarbig. Die beiden Ringe sind aus starkem goldenen Plakat-

karton ausgeschnitten, dahinter ist je ein lachender Kopf einer Dame und eines Herrn zu sehen. Rechts und links davon ist



Zwei bewährte Kameraden reisen mit:

Die zuverlässige Uhr am Arm und der gute Reisewecker im Koffer



Abb. 29. Schaufenster-Blickfang zur Werbung für Armbanduhren und Reisewecker als bewährte Reisekameraden



Abb. 30. So kann man lebendig für den Absatz von Trauringen im Schaukasten und Schaufenster werben! (Aufn. H. Thamm)