



Der Verkaufskatalog der Garantiegemeinschaft Deutscher Uhrmacher

Das schon seit langen Jahren erstrebte Ziel, einen Verkaufskatalog für unsere Mitglieder zu schaffen, ist nunmehr erreicht. Der heutigen Ausgabe unseres Organs liegt ein Katalog für Taschen- und Großuhren bei, welcher dazu bestimmt ist, von unseren Mitgliedern an das Publikum versandt zu werden.

Wir sind uns ohne weiteres darüber klar, daß dieser Katalog noch nicht den Anspruch auf Vollendung erheben kann. Aber es gilt doch einmal den Anfang zu machen, um alsdann auf der begonnenen Bahn fortzuschreiten. Eigene Erfahrungen, wie Anregungen aus unserem Mitgliederkreise, werden, so hoffen wir, dazu beitragen, um mit der Zeit auch dieses Werk immer mehr eine brauchbare Waffe im Kampfe gegen die Schädlinge unseres Faches werden zu lassen.

Als wir an die Ausarbeitung dieses Kataloges herangingen, türmte sich Schwierigkeit auf Schwierigkeit, von denen eine noch unüberwindlicher schien als die andere.

Das Ideal eines Kataloges kann in höchster Vollendung nur erreicht werden, wenn jeder Uhrmacher sich für sein Geschäft einen Katalog herstellen läßt, wie dieses die Versandhäuser für ihre Zwecke tun. In diesem Falle bleibt es ihm überlassen, die Waren abzubilden, die ihm beliebt und er kann auch — ganz nach seiner Wahl — eine reichere oder weniger große Auswahl geben. Die Kosten für einen solchen Katalog sind jedoch außerordentlich hohe und stehen daher für den Einzelnen vielfach nicht im Verhältnis zu dem Umfange seines Geschäftes. Hierin liegt aber die Ursache zu einem korporativen Zusammengehen und zur Bestellung eines gemeinsamen Kataloges, der übrigens den Vorteil hat — wie der unserer Garantiegemeinschaft — nur einwandfreie Waren zu führen, die jeder Uhrmacher entweder auf Lager hat oder sich sofort beschaffen kann. Jeder Kollege wird auch ähnliche Muster in gleicher Preislage und von gleicher Güte vorrätig haben, so daß sich mancher Kunde gern zu diesen entschließen wird.

Wir waren aus den vorstehend angeführten Gründen auf die Mithilfe der Fabrikanten angewiesen, von denen sich die in unserem Kataloge vertretenen Firmen in höchst dankenswerter Weise bereit erklärt hatten, sich zu beteiligen, um dadurch unser Unternehmen zu unterstützen und die Herausgabe des Kataloges zu ermöglichen. Die für das Publikum bestimmten Preise des Kataloges, der für einen geringen Betrag an unsere Mitglieder abgegeben werden kann, sind auf Grund eingehender Verhandlungen mit den Fabrikanten festgelegt worden, und wir verpflichten ausdrücklich unsere Mitglieder, diese Preise als Mindestforderung zu betrachten. Durch eine solche Maßnahme hoffen wir insofern segensreich zu wirken, als hierdurch dem Schleudern und Unterbieten Abbruch getan wird. Der bei den angegebenen Preisen herauspringende Nutzen ist einerseits als ein durchaus annehmbarer und dann aber auch als ein erforderlicher anzusehen; der Uhrmacher klagt stets über seine Lage und seinen geringen Verdienst, nun habe er auch einmal den Mut — unbeachtet des Geschreies der ihn umtobenden Schleuder Konkurrenz — Preise innezuhalten. Auch dadurch vermag man beim Publikum Vertrauen zu sich und seiner Ware zu finden!

Verwendungsarten des Kataloges.

Für die Benutzung des Kataloges sind verschiedene Benutzungsarten vorgesehen, die wir nachstehend näher erläutern:

I. Der Verkaufskatalog wird genau wie die Probe aussieht, abgegeben. Auf der Umschlagseite 1 wird natürlich die Firma des bestellenden Uhrmachers aufgedruckt. Die Umschlagseite 2 vor dem Text, sowie die Umschlagseiten 3 und 4 hinter dem Text sind bei dem vorliegenden Muster frei und können für den einzelnen Besteller versehen werden mit Anzeigen über Nebenartikel und dergleichen.

Weniger als 100 Exemplare werden nicht abgegeben. Über diese Zahl hinaus kann indes jede beliebige Anzahl, also auch 120, 250 Stück usw. bestellt werden.

Jedes Stück des großen, vollständigen Kataloges kostet außer den Nebenspesen nur 25 Pfennige.

Dieser sehr billige Preis kann nur erzielt werden, weil Klischee- und Satzkosten nicht in Anrechnung kommen.

Die Nebenspesen setzen sich wie folgt zusammen:

Satz der Firma auf Seite 1 des Umschlages	Mk. 10.—
Satz auf Seite 2 des Umschlages (ganze Seite, ohne etwaige neue Klischees, die vom Besteller zu beschaffen wären)	„ 15.—
Der gleiche Preis gilt für Seite 3 und 4 des Umschlages.	