dies nicht klar zur Geltung. In Natur macht sich dies, ebenso wie die Wirkung der gewählten Farben, Weiß, Schwarz und Rot, viel schöner. Vorn, durch den Schaufensterrahmen im Bild etwas verdeckt, stehen die Schildchen „ZentRa - Uhren", „Uhren - Fachgeschäft", „Uhrmacher Schönfeld" und „Reise - Geschenke".

Nun noch zwei Werbeverse, die jeder nach seinem Geschmack verbessern kann.

„Die Reise Freude erst bereitet,
wenn mich die Reiseuhr begleitet;
drum reis' ich nur mit Reiseuhr".

„Pünktlich und schnell
Immer zur Stell'.
Zeit (Zug) versäumt? Keine Spur
Mit Schönfelds Reiseweckuhr". (I/489)

Geeignete Paten- und Hochzeitsgeschenke

Wie oft kommt nicht Kundschaft in den Laden, um sich bei uns Rat zu holen, was sie guten Freunden und Verwandten zur Hochzeit schenken soll, oder was für ein kleines Kind als Patengeschenk in Betracht kommen kann. Gerade in diesen beiden Fällen kommen meistens etwas größere Objekte in Betracht, da es sich oft um ein einmaliges Geschenk handelt, für das man natürlich entsprechend mehr aufwenden kann. Wenn es uns nur selten gelingen wird, die Kundschaft zum Kauf einer neuen Zimmeruhr, sei es eine Wand-, Stand- oder Schreibtischuhr, für das junge Paar anzuregen, da sie dies meist der näheren Verwandtschaft überläßt, so kommt auch für ein kleines Kind eine Taschen- oder Armbanduhr nicht in Betracht, da ja die Uhr als solche im allgemeinen ein feststehendes Konfirmationsgeschenk ist. Wir können in diesem Falle ausnahmsweise einmal unsere Kundschaft von der Uhr ablenken und auf andere Gegenstände hinweisen und können es ganz beruhigt tun, da wir ja noch meistens sehr viele andere schöne Sachen zum Verkauf haben. In erster Linie kommt es nun darauf an, wieviel der Kunde anlegen will, und danach müssen wir ihm unsere Vorschläge unterbreiten.

Falls es sich um sogenante Patengeschenke handelt, und der Kunde mit der Familie sehr eng befreundet ist — gerade in den kleinen Städten werden wir ja immer darüber unterrichtet sein — können wir mit gutem Gewissen Bestecke empfehlen. Bestecks sind als Patengeschenke ganz besonders geeignet, da der Kunde durch systematisches und fortlaufendes Schenken nie eine große augenblickliche Ausgabe hat und trotzdem im Laufe der Zeit dem Patenkind ein ansehnliches Geschenk macht. Wir müssen unsere Kunden hierauf besonders hinweisen und ihm klarmachen, daß er z. B. bis zum 12. Lebensjahr jährlich ein Eßbesteck schenken soll, die nächsten 2 Jahre eventuell je $^1/_2$ Dutzend Kaffeelöffel und zur Konfirmation schließlich die große Suppenkelle. Wenn wir dies unseren Kunden richtig auseinandersetzen, so werden wir wohl oft auf einen günstigen Geschäftsabschluß rechnen können. Wir haben außerdem noch den großen Vorteil, daß wir sozusagen die Kundschaft an unser Geschäft binden, daß sie mindestens einmal im Jahr unseren Laden betreten muß. Hierbei können wir sie noch ganz zwanglos auf unsere andere Ware aufmerksam machen, und oft werden wir dann noch etwas verkaufen können, woran sonst der Kunde vielleicht nicht gedacht hätte.

Ein wichtiges Problem ist in der letzten Zeit in der UHRMACHERKUNST öfters erörtert worden, und auch in diesem Falle können wir zeigen, daß wir moderne Kaufleute sind, die mit der Zeit gehen und etwas vom Kundendienst wissen. Gerade Herren vergessen sehr oft und auch sehr leicht die Geburtstage und wenn wir uns ihnen anbieten, sie 14 Tage vorher durch einen kurzen Brief an den ihres Patenkindes zu erinnern, so können wir sicher sein, daß sie es dankbar begrüßen werden und mit Freuden unser Angebot annehmen. Solche Art Entgegenkommen wird der Kunde bisher nicht gewöhnt sein, und es liegt wohl gar nicht so fern, daß er auch Bekannte darauf aufmerksam macht und dadurch für uns die beste und gleichzeitig auch die billigste Reklame macht. Auch für uns ist es nur eine geringe Arbeit, wenn wir uns einen entsprechenden Terminkalender anlegen.

Solche Arten von Geschenken erfreuen sich auch bei den Eltern allgemeiner Beliebtheit, da sie es späterhin bei der Verheiratung ihrer Kinder nicht notwendig haben, einen Besteckkasten zu kaufen, sondern das Geld eher für andere Sachen ausgeben können, also auch zum Kauf einer guten Standuhr. Andere Geschenke, die auch noch gern für Patenkinder gekauft werden, sind Schieber, Eßlöffel und Serviettenringe.

Als Hochzeitsgeschenke, die hauptsächlich in Frage kommen, sind natürlich auch in erster Linie mit Bestecks zu nennen. Allerdings liegt hier die große Gefahr vor, daß das Brautpaar schon solche bei der Aussteuer hat, und man empfehle der Kundschaft, sich eventuell vorher ein Muster zu besorgen. Es kommen außer sonstigen Silberwaren Kristall in Frage. Jede junge Frau ist wohl besonders neben ihrem Silber auf ihr Kristall stolz und zeigt mit besonderer Freude in ihrer neuen Wohnung die hübschen Kristallvasen, die Salatschüsseln, Konfektschalen und was es da nicht alles noch gibt. Ein sehr beliebtes Geschenk ist auch eine Toilettengarnitur, die es ja in den mannigfaltigsten Ausführungen und Preislagen gibt.

Eine geschickte Reklame für Bestecke können wir machen, wenn wir in der Lage sind, in unserm Schaufenster eine vollkommen gedeckte Tafel aufzustellen, da erst dann ihre Schönheit offensichtlich wird. Nun wird aber leider nicht jeder Kollege über ein so großes Schaufenster verfügen, und was liegt da näher, als daß er sich mit einer anderen Branche, z. B. einem Leinengeschäft in Verbindung setzt, das sicherlich immer über ein großes Schaufenster verfügt, und außerdem ist noch der große Vorteil dabei, daß es ja ganz andere Waren führt als wir. Durch eine kleine, aber gut lesbare Geschäftskarte weisen wir darauf hin, daß die Bestecks und der sonstige silberne Tafelschmuck durch unser Geschäft zu beziehen ist. Eine Verbindung mit einem Porzellangeschäft ist dagegen nicht angebracht, da es indirekt mit seiner Ware für uns eine Konkurrenz ist.

Wir können unsere Propaganda für Waren dieser Art immer noch durch geschickte Werbebriefe unterstützen, von denen wir in Nr. 23 der UHRMACHERKUNST einige treffende Beispiele veröffentlicht haben. Die Reklameabteilung des Zentralverbandes ist jederzeit gern bereit, geeignete Reklameentwürfe den Kollegen zur Verfügung zu stellen. Allerdings wird es sich bei diesen Entwürfen nur um ganz allgemein gehaltene handeln können, die aber von jedem Kollegen sofort eine persönliche Note erhalten können, um sie auf den betreffenden Kunden, der einen Werbebrief bekommen soll, abzustimmen. Wir müssen natürlich in erster Linie bei unserem Angebot darauf Rücksicht nehmen, daß wir unserem Kunden nur die Ware anbieten, die für ihn in Betracht kommt.

(I/494) -m.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id20454398Z/472 STAATLICHE KUNSTSAMMLUNGEN DRESDEN