

Zuzug jemand um ihn kümmert, wird ihn erfreuen. Die Anteilnahme an seinem Wohlbefinden bleibt der Charakter dieses Briefes bis zum Schluß. Bei dieser Gelegenheit ist es nun wichtig, verschiedene Warengattungen anzuführen, aber nicht deswegen, um sie zu verkaufen, sondern um sie begehrt zu machen. Die Anspielung auf die Frau Gemahlin ist sehr gewandt, denn es ist eine den Frauen eigene Schwäche, alles in günstiges Licht zu setzen, besonders wenn es gilt, fremde Besuche zu empfangen. Wieder ist im ganzen Brief das eigentliche Verdienenenwollen ganz umgangen. Im Grunde genommen wartet der Geschäftsmann nicht darauf, daß der neu zugezogene Kunde anderentags schon zu ihm gestürzt kommt. Der Hauptzweck dieses Briefes ist, vorerst eine Verbindung herzustellen.

Wie man Verlobungen und Neuvermählungen zur Werbung benutzt, zeigt Ihnen der Werbebrief 3.

Er beginnt mit einer Höflichkeitsform. Zu bemerken ist aber hierbei, daß die Anrede inmitten des Briefes: „Liebes Fräulein Meier“ nur in solchen Fällen gebraucht werden darf, wo man sich eine solch vertrauliche Anrede gestatten kann.

Bei direkten Warenangeboten ist es weiterhin noch wesentlich, stets einige Preise mit anzugeben. Das ist heute, wo sich der größte Teil der Menschen nach dem Geldbeutel zu richten hat, ein nicht unbedeutender Faktor, der die Begehrlichkeit steigern oder aber dazu beitragen kann, daß man sich näher mit dem Gedanken einer Anschaffung beschäftigt.

Sie haben nun durch diese drei Briefe einige Gelegenheiten gesehen, bei welchen Werbebriefe versandt werden können, noch weitere Gelegenheiten sind z. B., wenn ein Kunde Geburtstag hat oder wenn bei einer Familie Silberhochzeit usw. gefeiert wird usw. Sie haben nun die ungeheuren Unterschiede zwischen guten und einem schlechten Werbebrief gesehen, und es ist Ihr eigener Nutzen, wenn Sie das, was ich Ihnen hier gesagt habe, beherzigen. Stellen Sie sich immer vor, ein einziges unglücklich gewähltes Wort kann die Wirkung eines Briefes vollständig vernichten. Lassen Sie sich deshalb Zeit bei der Abfassung von Werbebriefen, überlegen Sie jedes einzelne Wort, und wenn Sie sich in einer Hinsicht nicht ganz klar sind, dann wenden Sie sich an die Reklameabteilung des Zentralverbandes. Es ist auch anzuraten,



Am Markt neben dem Kräufergewölbe  
Best. eingerichtete Werkstatt für Neuarbeiten und Reparaturen - Gegründet 1803

## Eduard Schnurr & Hohenmölsen

Uhren • Brillen • Goldwaren • Juwelen  
Jubiläums- und Silberhochzeits-Geschenke

Postfach-Kto. Leipzig 40293  
Fernruf 333

Hohenmölsen, den 9. Mai 1928  
(Deuben-Corbetha-Bahn)

Sehr verehrtes Fräulein Meier!

Am liebsten hätte ich Ihnen persönlich gratuliert, aber diese Möglichkeit hat sich mir nicht geboten. So tue ich es eben schriftlich.

Liebes Fräulein Meier, diese glückliche Zeit, die Sie nun vor sich haben, ist auch mit einiger Arbeit und mit allerhand kleinen Sorgen für Sie ausgefüllt. Sie wissen das ja.

Es gilt jetzt einzurichten, ein behagliches Heim zu schaffen, denn Ihr Gatte soll es einmal recht gemütlich haben.

Haben Sie auch schon daran gedacht, daß Sie nun eine oder mehrere Uhren gebrauchen. Eine Uhr, das ist, man möchte beinahe sagen, das Wichtigste für einen Haushalt. Eine Standuhr, eine Wanduhr, eine Schreibtischuhr, eine Weckeruhr, aber auch Bestecke, Silberzeug, Tafelgeräte und Kristall tragen viel zur Behaglichkeit bei. Die Uhr vor allem, denn davon hängt vieles ab.

Wenn Sie an die Anschaffung von solchen Gegenständen gehen, dann machen Sie sich bitte den kurzen Weg zu mir. Ich zeige Ihnen alle meine Uhren gern, und auch die anderen Gegenstände, die für Sie von Interesse sind.

Das sei aber gleich vorangesagt: Ihr Besuch bei mir ist selbstverständlich ohne jeden Kaufzwang.

Ergebensten Gruß  
*Eduard Schnurr*

Werbebrief 3

wenn Sie nach Verfertigung eines Werbebriefes diesen an diese Stelle einsenden, um ein Urteil darüber zu erhalten. Denjenigen Herren Kollegen, die keine Zeit zur Ausarbeitung von solchen Werbebriefen haben, wird man bei der Reklameabteilung des Zentralverbandes gern behilflich sein. Es soll also jeder in die Lage kommen, diese vorzügliche Werbungsart auszunutzen. G. W. (I/439)

## Zum ersten, zweiten und zum . . . . . 1)

Von Jaro Reimann

Wer den Sitzungen in den lokalen Unterverbänden und sonstigen Vereinigungen beiwohnt, dem ist es nichts Neues, daß die Kollegen auf Auktionen, bei denen vielfach auch Waren unseres Gewerbes versteigert werden, nicht gut zu sprechen sind.

Es wird in den letzten Jahren darüber sehr geklagt, daß dort vielfach Stücke zu Preisen zugeschlagen werden, die weit unter ihrem wirklichen Werte liegen. Wenn dann solche Gegenstände (selbst mit einem ansehnlichen Gewinn) einem Privaten angeboten werden, so sind sie immer noch bedeutend wohlfeiler, als sie der Juwelier im normalen Geschäftsbetriebe an seine Kunden abgeben kann.

Dieses Moment hat des öfteren seitens der Kollegenschaft den Vorschlag gezeitigt, doch selbst auch auf Auktionen mit zu steigern, um auf diese Weise billig zu der Ware zu kommen und andererseits zu verhüten, daß

diese auf dunklen Wegen und zu Schleuderpreisen ins Publikum gelangt und uns so unlautere Konkurrenz macht. Das ist alles leichter gesagt wie getan, wenn man nicht weiß, wie es auf einer Auktion in der Großstadt zuzugehen pflegt. Es bilden sich hier sogenannte „Ringe“, die den vorschriftsmäßigen und ersprießlichen Verlauf einer solchen Versteigerung zu richtigen Preisen fast unmöglich machen. Dieser Umstand ist sozusagen gerichtsnotorisch und hat dem betreffenden Ministerium Anlaß gegeben, ein Rundschreiben mit der Bitte um nähere Unterlagen und vor allen Dingen Beweise zu erlassen,



BRIEF-ADR. C. FILIUS-BERLIN C19 \* TELEGRAMM-ADR. UHRENIAGER-BERLIN  
OMEGA J. W. C. REVUE ZENTRA

1) Mit freundlicher Genehmigung des Verlages „Das Fachblatt“, Berlin W 57.

