

bestand in besonders großen Buchstaben. Nie konnte ich sie groß genug malen. Wir gaben jährlich einen Kalender heraus. Swift hatte fest umrissene Ansichten über Kalender, die aber nie mit den meinen übereinstimmten. Nie gelang es mir, eine seiner Ideen zur Zufriedenheit auszuführen.

Eines Tages beauftragte er mich, eine halbe Kuhseite zu photographieren. Das Bild wollte er in seinem Büro aufhängen. Ich wußte, daß er mich damit auf die Probe stellen wollte. Ich beauftragte mit der Aufnahme ein halbes Duzend Photographen und ließ Bilder der besten Halbseiten anfertigen. Am nächsten Morgen sandte ich ihm 1 Duzend dieser Bilder zur Auswahl.

Bald darauf sah ich Swift wie wild aus seinem Büro stürmen, den Arm voller Photographien. Er kam gerade auf meinen Tisch zu. Zehn Schritte davor hielt er an und warf mir die Bilder ins Gesicht. Dann kam er auf mich zu und sagte: „Glauben Sie, daß dieses Zeug so aussieht wie Halbseiten eines Rindes? Wo sind die Farben? Glauben Sie, daß jemand schwarzes Rindfleisch kaufen wird?“

Ich erklärte ihm, daß sich Photographien nicht in Farben herstellen ließen.

Er störte sich nicht daran, sondern sagte: „Ich kenne ein Fräulein, das malen kann. Ich werde ihr die Arbeit geben.“

Seit jener Zeit hatte das Fräulein in unserem Büro einen viel angeseheneren Posten als ich.

Unsere schwierigste Absatzfrage bildete in jenen Tagen ein unter dem Namen Colosuel bekanntes Back- und Kochfett. Die Fairbank-Company, die ein ähnliches Fett als Cololene propagierte, hatte uns bereits überflügelt. Die Konkurrenz zu bekämpfen, war meine Hauptaufgabe. Cololene und Colosuel waren eine Mischung von Baumwollsamöl und Rindertalg. Man bot sie als Ersatz für Schmalz oder für Kochbutter, aber zu einem viel niedrigeren Preise an.

Cololene war zuerst in den Handel gekommen. Es hatte sich gut eingeführt und besaß einen großen Vorsprung. Man nahm aber an, daß ich als Propagandamann diesen Vorsprung schnell einholen und sogar überholen könnte.

Wir eröffneten ein Verkaufsbüro in Boston und begannen unsere Propaganda in den Neu-England-Staaten. Wir hatten jedoch kaum damit begonnen, als Swift eines Tages an meinen Tisch kam.

Er sagte: „Mein Vater ist sehr ungehalten über all das Geld, was wir für Propaganda ausgeben. Er hält es für eine unverantwortliche Vergeudung. Die Erfolge sind auch bis jetzt nicht sehr ermutigend. Sie haben bereits 6 Wochen hier gearbeitet, aber unser Absatz in Colosuel hat sich kaum gehoben.“

Ich brauchte ihm den Grund dafür nicht zu sagen. Er wußte, daß die Propaganda kaum begonnen hatte, aber ich sah ein, daß ich ihm beistehen und ihm schnell Erfolge zeigen mußte.

Nach dem Abendessen wanderte ich durch die Straßen. Ich dachte über mich selbst nach. In Grand Rapids war ich sehr erfolgreich gewesen. Hier hatte ich es zu nichts gebracht. Was war die Ursache? Welche meiner allen Verkaufserfahrungen konnte ich für Swift & Co. verwenden?

Um Mitternacht kam mir auf der Indiana-Straße ein Gedanke. In Grand Rapids hatte ich mit Überraschungen gearbeitet und Kaufanreize geschaffen. Ich sagte nicht: „Kauft meine Waren, nicht die der anderen.“ Ich bot vielmehr einen Anreiz, der dazu führte, meine Waren ohne weiteres zu kaufen. Warum sollte ich nicht in der gleichen Weise bei Colosuel vorgehen?

Rothschild & Co. hatten eben ihren neuen Laden fertiggestellt. In 2 Wochen war die Eröffnungsfeier. Ich kannte Charles Jones, ihren Reklamechef, und suchte ihn am nächsten Tage auf, um ihm eine große Überraschung für den Eröffnungstag anzubieten. Die Kolonialwarenabteilung lag im 5. Stockwerk und hatte ein großes vorgebautes Schaufenster. Ich bat ihn, mir dieses Schaufenster für eine ganz eigenartige Ausstellung zu überlassen.

„Ich will dort,“ sagte ich ihm, den „größten Kuchen der Welt ausstellen. Dann werde ich den Kuchen in großzügiger Weise anzeigen und dafür sorgen, daß er das Hauptanziehungstück bei der Eröffnung sein wird.“

Meine Absicht war, einen Kuchen mit Colosuel an Stelle von Butter zu backen. Dann wollte ich darauf hinweisen, daß ein Erzeugnis, mit dem sich besser backen ließ als mit Butter, selbstverständlich besser als Schmalz sein mußte.

Jones ging auf meinen Vorschlag ein. Darauf ging ich zu Kohlsat & Co., der Bäckerei nebenan und gab Auftrag, den Kuchen zu backen. Ich bat, besondere Backformen zu machen und den Kuchen besonders schön auszuschnücken, ihn vor allem so hoch zu bauen, als es die Ladenhöhe zuließ. Das führten sie aus.

Zur Eröffnung erschienen halbseitige Anzeigen über den größten Kuchen der Welt. — Das war an einem Sonnabend, und des Abends wurde der Laden eröffnet. Nach dem Essen ging ich in die Stadt, um mir den Kuchen anzusehen. Aber schon lange ehe wir an den Laden kamen, hielten die Straßenbahnen, und als ich ausstieg, sah ich vor mir ein Meer von Menschen. Unter großen Mühen kam ich bis zur Tür des Ladens. An jeder Tür fand ich einen Schußmann. Die Polizeibehörde hatte die Türen schließen lassen, weil der Andrang zu groß war.

Während der nächsten Wochen kletterten 105000 Leute vier Stockwerke hoch, um den Kuchen zu beschauen. Ich hatte Leute angestellt, um Proben des Kuchens anzubieten. Dann setzten wir Preise aus für diejenigen, die das Gewicht des Kuchens genau errieten. Jeder, der sich an dieser Preisaufgabe beteiligte, mußte einen Eimer Colosuel kaufen.

Wir erreichten in einer Woche, daß Colosuel in Chicago große Gewinne abwarf und Tausende von Kunden gewonnen wurden.

Ich bildete nunmehr eine Gruppe, um das gleiche in den Oststaaten durchzuführen. Sie bestand aus einem Bäcker, einem Dekorateur, drei Verkäufern und mir selbst. Wir gingen zuerst nach Boston und stellten den Kuchen bei Cobb, Bates & Verxa aus. Aber schon am ersten Vormittag jagte man uns aus dem Laden. Der Andrang war so groß, daß es unmöglich war, etwas zu verkaufen.

Dann besuchten wir die Städte an der Bahnstrecke Newyork-Buffalo-Chicago und fanden in jeder Stadt neue Wege, unsere Erfolge zu vergrößern. Wir suchten

## Zu Weihnachten!

Schenken Sie gute Fachbücher. Das ist das Nützlichste, was Sie geben können. Wenn Ihre Leute etwas können, wenn sie im Leben vorwärtskommen, \* das fällt auf Sie, den Meister, zurück. Beachten Sie unser Bücher-Inserat.

Zentralverband der Deutschen Uhrmacher, Halle (S.), Königstr. 84