

Zwei Schaufensterdekorationen für Sport

Trotz allem den Mut nicht verlieren. Optimismus hervorkehren, Optimismus steckt an! Zeigen wir, daß wir uns von den schlechten Zeiten nicht ins Bockshorn jagen lassen. Zeigen wir, daß wir zu werben verstehen, pflegen wir im besonderen unsere Schaufenster. Mögen Sie auch, verehrter Leser und liebe Leserin, sich vielleicht sagen: wozu? Die geschäftlichen Erfolge kommen doch nicht in dem erwarteten Umfang, mehr oder weniger bleiben sie aus. Denken Sie bitte nicht so. Vergessen Sie nicht, daß auf schlechte Zeiten zwangsläufig auch wieder eine Erholung, ein Aufschwung folgen wird und



für Boote sind an passenden Pläken auch geeignet, nachdem das Wasserwandern sich so ausbreitet. Aber nicht nur Uhren stellen wir in die Werbung, wir haben auch noch andere Waren, die wir in Verbindung mit Sport, Spiel und Wandern propagieren müssen. Für Wettkämpfe kommen Preise in Frage, für Vereine Abzeichen. Wir sind die Geeigneten, solche Lieferungen zu übernehmen, wir haben die Beziehungen, wir dürfen aber nicht vergessen, vernehmlich zu sagen, daß wir so vielseitig sind. Ferngläser und Kompassse dürfen auch nicht vergessen werden, auch sie gehören ins Schaufenster, genau so wie Sonnenbrillen, ebenso die Kurvenmesser zum Ablesen einer Strecke auf der Landkarte. Kleine, gut und deutlich geschriebene Bezeichnungsplakate kennzeichnen unsere verschiedenen Waren. Meist brauchen wir noch nicht einmal diese Plakate selbst anzufertigen, denn unsere Lieferanten stellen uns ja in fast allen Fällen Plakalmaterial zur Verfügung, das werbe-technisch meist gut aufgemacht ist.

Reichhaltig ist unser Angebot und mit ihm wächst auch die Möglichkeit, dieses oder jenes Stück mehr zu verkaufen, als wenn wir abwartend bleiben. Wir müssen es als unsere höchste geschäftliche Pflicht betrachten, aus dem vorhandenen Bedarf des großen Publikums einen möglichst großen Teil auf uns zu ziehen, deshalb heißt es: Werben, folgerichtig und mit Ausdauer.

Zu allererst stützen wir uns selbstverständlich auf unser Schaufenster, dem wir eine entsprechende sportliche Dekorationsnote als Blickfang geben. Unsere

muß. Die Menschen haben immer Bedürfnisse, die irgendwann einmal befriedigt werden. Halten Sie sich in Erinnerung beim Publikum. Zeigen Sie Ihre Fähigkeiten als Geschäftsmann, man muß von Ihnen im guten Sinne sprechen. Sie müssen sich bereit halten, denn Bedürfnisse sind, wie gesagt, immer vorhanden, sie werden einmal befriedigt und deshalb müssen Sie werben. Sie müssen locken und Ihre UHRMACHERKUNST hilft Ihnen, sie gibt Ihnen Anregungen, so auch heute wieder mit zwei neuen Schaufensterdekorationen.

Wir zeigen Ihnen zwei neue Entwürfe, die der Werbung für Sport und Spiel gelten. Wir alle wissen, welchen Aufschwung die sportliche Bewegung besonders in der Nachkriegszeit genommen hat. Sport und Spiel wird heute in vielfältiger Form von allen Seiten gefördert. Sport und Spiel haben das Interesse der breiten Massen. Die großen Städte haben ihr Stadion, selbst die kleinsten Ortschaften ihre Sportplätze. Wir sind einfach genötigt, die Sportbewegung in unserer Werbung so weit wie nur möglich zu berücksichtigen.

Aber nicht nur dem Sport und Spiel gilt unsere geschäftliche Aufmerksamkeit, auch dem Wandern und seinen vielfachen Formen müssen wir unsere strenge Beobachtung schenken.

Machen wir uns Gedanken, sehr verehrte Leser, überlegen wir uns, was wir anbieten, was wir vor allem an Uhren, die für Sport und Wandern geeignet sind, verkaufen können. Demzufolge kommen in Betracht: solide Armbanduhren für Damen und Herren, auch im Gehäuse verziert mit sportlichem Einschlag; die Fabriken tragen ja dieser Entwicklung bereits weitgehend Rücksicht, besonders in ihren Sportuhren. Stoppuhren, Kurzzeitmesser sind natürlich auch sehr naheliegend und müssen propagiert werden, genau so wie Fahrzeuguhren, solche für Auto, Motorrad und Fahrräder. Borduhren



neuen Entwürfe geben Anregung. Welche Waren wir dekorierend ausstellen, hierüber haben wir uns ja bereits Klarheit geschaffen. Wir wollen aber nicht nur mit unserem Schaufenster aktiv sein, sondern wollen auch durch kleinere sonstige Werbeaktionen an Sport-, Spiel- und Wandervereine der verschiedenen Arten zu Geschäften kommen. Möglichkeiten gibt es genug. Überlegen wir uns doch einmal, ob wir nicht diesem oder jenem Vereinsvorstand ein Werbeschreiben zugehen lassen, in dem wir den Mitgliedern beim Sammelbezug günstige Preise einräumen. Die UHRMACHERKUNST hilft mit guten Entwürfen aus.

Richten wir Werbebriefe genannter Art an Vereine, so finden wir meist in den Adreßbüchern stets die genauen Anschriften. Ein Werbebrief, der mit der unpersönlichen Anrede „Sehr geehrter Vereinsvorstand“ beginnt, hat keine gute Werbenote. Es macht ja keine große Mühe, die Namen festzustellen. Ein Werbebrief