



## Das Ergebnis einer Marktuntersuchung: Uhren immer noch gefragt!

Von Will Hanns Hebsacker (Tübingen)

Der bekannte Werbefachmann W. H. Hebsacker, der auch die Reklamezeitschrift „Die Anzeige“ leitet, berichtet in diesem Aufsatz zum ersten Male von der großzügigen Marktanalyse, die eine Reihe deutscher Tageszeitungen zu Weihnachten 1931 veranstaltet hat, um die Weihnachtswünsche der Leser festzustellen. Uhren schneiden dabei besser ab als vielfach angenommen wird. Hier zeigt sich für den Uhrmacher der Weg, den er beschreiben muß, um das immer noch vorhandene Interesse für Uhren planmäßig auf sein Geschäft zu konzentrieren.

Die Schriftleitung.

Hat Reklame unter den heutigen wirtschaftlichen Verhältnissen überhaupt noch einen Sinn? Läßt sich ein Erfolg erzwingen, wenn Kaufkraft und Kauflust in einem solchen Maße erschöpft sind, wie dies heute in Deutschland allenthalben der Fall ist?

In Werbefragen huldigt die Uhrenbranche einem schweren Pessimismus, und insbesondere der Einzelhändler will heute von Reklame nicht viel wissen.

Da ist es denn interessant, über die Ergebnisse einer großzügig durchgeführten Marktanalyse Näheres zu erfahren, die auf meine Anregung zu Weihnachten 1931 verschiedene große deutsche Tageszeitungen durchgeführt haben.

Der Umfrage lag folgende Idee zu Grunde: Die Leser der einzelnen Tageszeitungen sollten (auf einem in der betreffenden Zeitung abgedruckten Beteiligungsbogen) ihren Lieblingswunsch zu Weihnachten 1931 aufschreiben, und zwar jeder Teilnehmer nur einen Gegenstand, und selbstverständlich keinen Phantasiewunsch, sondern nur einen solchen Artikel, der im erreichbaren Umkreis des eigenen Geldbeutels lag.

Von den einzelnen Tageszeitungen waren wertvolle Geld- und Warenpreise für die Teilnehmer ausgesetzt worden, um einen Anreiz für eine recht lebhafte Beteiligung zu schaffen.

Schon im Jahr zuvor hat eine von mir beratene württembergische Tageszeitung ein solches marktanalytisches Preisausschreiben unter ihren Lesern veranstaltet und eine sehr lebhafte Beteiligung erzielt.

Das Ergebnis war im einzelnen folgendes: An erster Stelle standen Photoapparate und Photobedarf. Den zweiten Platz belegten technische Baukasten und Lehrspiele (die natürlich ausschließlich von jugendlichen Einsendern begehrt wurden). An dritter Stelle folgten Armband-, Taschen- und Hausuhren; an vierter Stelle standen Radiogeräte, an fünfter Stelle Stoffe.

Die Stimmenzahlen verteilen sich auf die einzelnen Gruppen anteilig wie folgt:

Gruppe 1 (Photo) . . . . .	28 <sup>0</sup> / <sub>100</sub>
Gruppe 2 (Spiele) . . . . .	22 <sup>0</sup> / <sub>100</sub>
<b>Gruppe 3 (Uhren) . . . . .</b>	<b>20 <sup>0</sup>/<sub>100</sub></b>
Gruppe 4 (Radio) . . . . .	16 <sup>0</sup> / <sub>100</sub>
Gruppe 5 (Stoffe) . . . . .	15 <sup>0</sup> / <sub>100</sub>

Die Marktanalyse für Weihnachten 1931 ergab, daß praktische Gegenstände noch mehr als im Vorjahr gewünscht wurden. Sehr begehrt waren Kleidungsstücke, Stoffe und Schuhwaren, weiterhin praktische Gegenstände für Wohnung und Haushalt (Einzelmöbel, Teppiche u. dgl.).

Daneben konnten aber auch dieses Jahr Armband-, Taschen- und Hausuhren den Platz behaupten, den sie sich letztes Jahr errungen haben, denn sehr häufig rangieren sie unmittelbar hinter den Hauptwünschen aus der Bekleidungs- und Ausstattungsbranche.

Beispielsweise wurden Uhren in Stuttgart sehr heftig begehrt. Die von den Einsendern meistgenannte Firma der Uhrenbranche war ein Uhrengeschäft, das seit Jahren eine sehr lebhafte Anzeigenreklame betreibt.

Die Ergebnisse einer großen rheinischen Zeitung sind folgende:

Es führen die Gruppen Damen- und Herrenkonfektion, Schuhe und Wäsche. Dann folgt Radio, darauf Nähmaschinen und in kurzem Abstand Uhren.

Es schließen sich an: Schmuck, Haushaltsgegenstände, Schirme, Teppiche, Kleiderstoffe usw.

Die hier angegebene Reihenfolge stimmt so ziemlich überein mit dem Ergebnis zweier schlesischer Tageszeitungen, bei denen ebenfalls Kleidungsstücke sehr stark gefragt waren und gleichfalls Nähmaschinen vor den Uhren rangierten.

Eine brandenburgische Tageszeitung meldete dieses Ergebnis:

An erster Stelle Radiogeräte, danach Textilwaren und Schuhe, unmittelbar danach Uhren, die in diesem Falle vor Nähmaschinen, Teppichen, Einzelmöbeln usw. rangieren.

In Pommern stehen an erster Stelle Schuhwaren und Kleider, es folgen Rundfunkgeräte, Nähmaschinen, Kleinmöbel und Photoapparate, danach Wirtschaftsgegenstände und anschließend Armband-, Taschen- und