

meisten Fällen die Verkäuferin fragen, wieviel er anlegen will. Dann wird sie in der gewünschten und auch zweckmäßig in einer höheren Preislage eine Reihe von Packungen vorlegen. Der Käufer, der die Qualität des Inhaltes gar nicht beurteilen kann, wird bestimmt die Packung wählen, die als Geschenk am meisten ausmacht. Oft wird der Käufer durch eine besonders gute Aufmachung veranlaßt, eine teurere Bonbonniere zu kaufen, als er ursprünglich vorhatte. Das ist auch ein Beweis dafür, daß man mit dem Auge kauft.

Wie ist es bei Uhren? Wie sehen z. B. die Verpackungen der kleinen Wecker aus, die sich doch so sehr gut als Geschenk eignen? Der Geber muß die Verpackung fortwerfen, weil sie zu häßlich ist. Das Geschenk kann er darin weder überreichen, noch kann es so auf den Gabentisch gestellt werden. Bestimmt erfreut ein Wecker, eine Reiseuhr oder Stiluhr, die man in einer guten Verpackung überreicht, mehr als solche, welche man unverpackt schenkt.

Es ist Dienst am Kunden, wenn man ihm zu der Ware eine entsprechende Verpackung gibt. Es ist auch für den Uhrmacher ein gutes Verkaufsargument, wenn er einem Kunden, der Interesse für eine kleine Uhr als Geschenk hat, gleichzeitig die dazu passende Geschenkpackung zeigt. In vielen Fällen wird der Verkauf dadurch schneller zustande kommen.

Ein anderer Vorteil der schönen Verpackung ist der, daß man sie sehr geschickt zu Dekorationszwecken verwenden kann. Es bieten sich mit schönen Packungen eine ganze Reihe von Möglichkeiten, die Fenster farbenfreudig und interessant zu gestalten. Auch hier erinnere ich wieder an die Parfümerie- und Schokoladengeschäfte, die durch die schönen Verpackungen oft gute Wirkungen auf einfachste Art in ihren Fenstern erzielen. Der Uhrmacher braucht die Weckerschachteln nicht mehr so ängstlich zu verbergen, wie es jetzt der Fall ist, wenn sie schön aussehen. Heute muß er die vollen Weckerschachteln ebenso wie die leeren Schachteln der Wecker, die z. B. im Fenster stehen, ängstlich den Blicken der Besucher entziehen, weil sie den Laden verunzieren könnten. Diese Schachteln fristen ihr Dasein gut verstaubt unter dem Ladentisch oder in einem Winkel in der Werkstatt. Was könnte man dagegen alles mit guten Packungen machen?

In ihren schönen Verpackungen ließen sich die Wecker auf einem Tisch, in Regalen oder auf Schränken als Friese oder als pyramidenartige Aufbauten sehr dekorativ ausstellen. Sie würden auch so noch durch die Verpackung für die Ware werben.

Eine wirklich gute Geschenkpackung, die auf jeden Fall mehr zum Verkauf beigetragen hat, brachte vor Jahren die Firma Hutschenreuter heraus. Es handelte sich um eine Packung für kleine Geschenke, wie Sammelphasen, Gedecke usw., in neutraler Aufmachung. Die einzelnen Verkaufsstellen erhielten zu den Packungen eine Reihe von Aufklebeetiketten, die etwa die obere Aufsichtseite der Packung ausfüllten. Diese Etiketten waren in einem sehr feinen Druck ausgeführt und paßten zu den einzelnen Geschenkgelegenheiten, wie Weihnachten, Verlobungen, Hochzeiten, Muttertag usw. Der Verkäufer brauchte nun nach getätigtem Verkauf das für die Festlichkeit bestimmte Etikett nur aufzukleben. Der Käufer freut sich in jedem Falle über eine solche Aufmerksamkeit sehr. In bezug auf Geschenkpackungen mußte in der Uhrenbranche weit mehr als bisher dem Kundendienst Rechnung gefragen werden.

Wiederholt, und zwar schon vor einigen Jahren, habe ich den größten deutschen Uhrenfabriken Vorschläge gemacht, ihre Weckerverpackungen zu verbessern, um dadurch den Kauf zu steigern. Warum man diese Vorschläge so wenig beachtet hat, ist mir nicht ganz klar. Die Antwort, die Packungen würden viel teurer als die bisherigen, ist kein stichhaltiger Grund. Selbst wenn eine Geschenkpackung 5–10 Pf. mehr kosten würde als eine häßliche Packung, so wäre diese Mehrausgabe als gute Reklame gerechtfertigt. Man muß doch jede Möglichkeit ausnützen. Hier hat man meines Erachtens eine solche, den Umsatz zu steigern, versäumt.

Warum lernten die Uhrenfabriken nicht von den Firmen anderer Artikel? Bisher gibt es nur eine Uhrenfabrik in Deutschland, die den Wert der guten Verpackung erkannt hat. Die Verpackung der Kienzle Cromela ist so, daß sie nicht ängstlich versteckt werden braucht. Diese Verpackungen unterstreichen stark den Wert der Uhr, sie repräsentieren als Geschenk bedeutend mehr. Sie lassen sich außerdem zu Dekorationszwecken im Fenster ausgezeichnet verwenden. (1/839)

Welche Geschenke werden im Uhrengeschäft gekauft?

Geschenke für die Dame

Anhänger	Gürtelschnallen
Ansichtslöffel	Halsketten
Armbänder	Hutagraben
Armbanduhren	Kaffeelassen
Armreife	Kammgarnituren
Berlocke	Kolliers mit Anhänger
Bestecke	Konfektzangen
Bilderrahmen	Krawattennadeln
Bleistifte	Kuchengabeln
Blumenvasen	Lesegläser
Blusenknöpfe	Lorgnetten
Bonbonnieren	Maniküretuis
Börsen	Manschellenknöpfe
Brieföffner	Messerbänke
Broschen	Mokkalöffel
Brotkörbe	Mokkatassen
Buchzeichen	Nadeln
Choker	Nähgarnituren
Clips	Nippwecker
Fächerplatten	Ohringe
Fingerhüte	Perlketten
Fingerschalen	Perllaschen
Flakons	Petschaffe
Flaschenkorken und -gießer	Puderboxen
Füllhalter	Reisewecker
Gebäckheber	Ringe
Gebäckzangen	Salzmandelschalen

Schmuckkästchen	Tee-Eier
Schreibgarnituren	Teegläser
Services	Teesiebe mit Tropfenschale
Siegelringe	Tortenheber
Silber-Porzellan-Services	Zigarettenetuis
Stiluhren	Zigarettenspitzen
Talismane	Zuckerlöffel
Taschenbügel	Zuckerzangen
Teebretter	Zuckerstreuer

Geschenke für den Herrn

Armbanduhren	Krawattennadeln
Aschenschalen	Likörbecher
Bandringe	Likörteller
Berlocke als Petschaft	Manschellenknöpfe
Bilderrahmen	Petschaffe
Bleistifte	Rauchschleuchter
Brieföffner	Ringe
Brustknöpfe	Schnupftabaksdosen
Chatelaines	Schreibgarnituren
Feuerzeuge	Schreibblöcke
Flaschenkorken und -gießer	Schreibkalender
Füllhalter	Schreibschuhren
Geldscheinhalter	Schwedenhülsen
Gürtelschnallen	Serviettenringe
Kavalierketten	Siegelringe
Kettenarmbänder	Stiluhren
Krawattenhalter	Stockgriffe