



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER  
57. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 14. OKTOBER 1932 / Nummer 42

## Was man vom Inserieren wissen muß!

Von E. Raulenberg

Daß Inserat gehört zu den gebräuchlichsten Werbemitteln und ist neben dem Schaufenster und dem Werbebrief das wirkungsvollste. Wenn man die Tageszeitungen durchsieht, gelangt man zu der Annahme, daß man in unserem Gewerbe den Wert und die Wirkung des Inserates stark unterschätzt. Vielfach stellt man aus falscher Sparsamkeit das Inserieren ein. Wo es der Reklameetat erlaubt, soll man auf keinen Fall auf dieses Mittel, welches dazu berufen ist wie kein anderes, das Angebot in weiteste Kreise zu tragen, verzichten.

Selbstverständlich darf man vom Inserat, wie von jeder anderen Maßnahme, keinen sofortigen Erfolg erwarten. Es ist auch hier eine Arbeit auf lange Sicht. Man könnte hier den Landwirt als Beispiel heranziehen, der auch im Frühjahr schon sät, um im Herbst zu ernten. Wenn die Saat gut ist, wird auch die Ernte entsprechend ausfallen.

Weil beim Inserieren noch so häufig Fehler gemacht werden, will ich hier kurz anführen, worauf es ankommt. Grundbedingung ist, daß Sie, wie das nun einmal die Werbung erfordert, einen genauen Werbeplan aufstellen. Auch das kleinste Geschäft kann sich nicht den Luxus erlauben, planlos zu werben. Selbst dann, wenn Sie nur einige Male im Jahr inserieren, müssen Sie sich im voraus darüber klar sein, zu welchen Zeiten und in welchen Zeitungen Sie inserieren, sowie darüber, welche Waren Sie anbieten wollen. Es ist selbstverständlich, daß Sie in einer bestimmten Zeit nur solche Artikel anbieten, für die ein wirklicher Bedarf vorhanden ist. Z. B.: Trauringe zum Frühjahr und Weihnachten, Schüleruhren zum Schulanfang und Schulentlassung, Reiseuhren und Reiseandenken im Sommer, Wecker zum Herbst, Bestecke zum Winter usw. Ebenso wenig wie man Schlittschuhe und Pelzmäntel im Sommer und Badeanzüge und Strohhüte im Winter verkaufen kann, hat es Zweck, Gegenstände anzubieten, für die in der betreffenden Zeit nur wenig oder gar kein Interesse vorhanden ist.

Falsch ist es, in einem Inserat alle Waren, die man führt, anzubieten. Viel werbewirksamer ist es, jeweils ein Spezialinserat von einem, höchstens aber zwei Artikeln erscheinen zu lassen. Grundbedingung für ein solches Spezialinserat ist, eine entsprechende Schaufensterdekoration zu machen. Die inserierte Ware muß bevorzugt dekoriert werden. Es hat z. B. keinen Zweck, in einem Inserat Küchenuhren anzubieten und dann nur zwei oder drei im Schaufenster zu zeigen. Der Zeitungs-

leser, der durch das Inserat den Eindruck gewonnen hat, daß es sich hier um ein Geschäft handelt, welches leistungsfähig in Küchenuhren ist, wird enttäuscht sein, sobald er an das Schaufenster kommt. Also Inserat und Schaufenster aufeinander abstimmen!

Die Wahl der Zeitungen, in denen man inseriert, ist sehr wichtig. Es hat für den Einzelhandel keinen Zweck, in einer sehr großen Tageszeitung zu inserieren, deren Verbreitungskreis nicht nur die Stadt und deren nähere Umgebung ist, sondern sich auf große Gebiete erstreckt. Solche Zeitungen sind infolge ihrer großen Auflage und ihres großen Verbreitungskreises sehr teuer und erfassen Gebiete, in denen die Zeitungsleser nicht als Käufer für das inserierende Geschäft in Frage kommen.

Man muß wissen, in welchen Kreisen die Zeitung, in der inseriert werden soll, gelesen wird. Es ist z. B. ebenso zwecklos, in einer Zeitung, die vorwiegend von der Arbeiterbevölkerung gelesen wird, Brillanten anzubieten, wie in einer Zeitung, die vom guten Mittelstand und kaufkräftigerem Publikum gehalten wird, vorwiegend billige und billigste Waren anzubieten.

Lassen Sie sich nicht von einem Akquisiteur einen Auftrag für ein oder mehrere Inserate abjagen, die dann in einer Zeitung erscheinen, in der sie Ihnen keinen Erfolg bringen können. Oft veranlassen Verbindungen privater oder geschäftlicher Art mit einem Zeitungsunternehmen den einen oder anderen, in einer Zeitung Inserate aufzugeben, die sehr wenig Aussicht auf Erfolg bieten.

Außer Tageszeitungen gibt es Sport-, Vereins- und Berufszeitungen, in denen man mit Erfolg inserieren kann, wenn man es richtig macht. Auch hier kommen nur Spezialangebote in Frage, so z. B. für Sportzeitungen besonders kräftige Armbanduhren, Stoppuhren, Sportpreise und ähnliches. Für Berufszeitungen kommen Inserate für die entsprechenden Uhrenarten (Eisenbahner, Kontrollbeamte usw.) in Frage. Ferner auch elektrische Uhren- und Signalanlagen. Auch Schutzbrillen aller Art. Nur ganz nebenbei sei bemerkt, daß Inserate in Konzert-, Theater- und Kinoprogrammen fast immer zur Erfolglosigkeit verurteilt sind.

Wenn eine Zeitung zweimal am Tage erscheint, also eine Morgen- und eine Abendausgabe hat, ist zum Inserieren von kleinen billigen Gegenständen die Morgenausgabe zu bevorzugen. Dahingegen kommt zum Anbieten größerer und wertvollerer Objekte die Abend-