



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

58. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 3. MÄRZ 1933

Nummer 10

Eine gute Reklame — die wenig Geld kostet

Für Geschäfte in zentraler Lage, die die Leser aus dem gesamten Verbreitungsgebiet einer oder mehrerer Zeitungen zu ihren Kunden zählen, ist und bleibt die Zeitungsanzeige die wirksamste Reklame. Sobald es sich aber um Geschäfte in Rand- und Außenbezirken handelt, wäre eine Zeitungsanzeige — noch dazu in mehreren Zeitungen — nutzlos angewandt. Der Erfolg würde in keinem Vergleich zu den dafür aufgewandten Kosten stehen.

Neben der Zeitungsanzeige fällt dem Schaufenster wohl die wichtigste Werbeaufgabe zu, zumal diese den Vorteil hat, von allen Geschäften angewandt werden zu können. Bedauerlicherweise wird bei der Hastigkeit der Vorübergehenden dem Schaufenster nicht die Beachtung geschenkt, die es beanspruchen könnte. Ein dauernder zugkräftiger Wechsel der Schaufensterauslagen ist auch hier mit laufenden, mehr oder weniger hohen Ausgaben verbunden.

Es ist mir Pflicht und Bedürfnis, meine Berufskollegen in nachstehenden Ausführungen mit einer Werbeveranstaltung vertraut zu machen und zu zeigen, wie es gemacht werden muß, um die Fensterauslagen nicht nur in den Mittelpunkt allgemeiner Betrachtung, sondern noch darüber hinaus ins Tagesgespräch zu bringen.

Die von uns in den Weihnachtswochen aufgezugene Veranstaltung hatte den großen Vorteil, ohne hohe Kosten zu verursachen, einen nach außen hin sichtbaren Erfolg zu erreichen, den keine andere Reklameart bei gleich bescheidenen Ausgaben auch nur im entferntesten hätte erzielen können.

An der Veranstaltung nahmen zwölf Geschäfte verschiedener Branchen des durch die Neige von der Stadt Görlich getrennten „Ostviertels“ teil.

Nachstehend folgt der genaue Wortlaut der Titelseite unseres Werbeveranstaltungs-Prospektes:

„Ostviertel“ Preis Ausschreiben!

1. Preis 25 RM	25 RM
2. „ 20 „	20 „
3. „ 10 „	10 „
9 Preise je 5 RM	45 „
12 Preise 100 RM	

Den wiederholt geäußerten Wünschen der werten Kundschaft Folge leistend, veranstalten die umstehend

aufgeführten zwölf Fachgeschäfte des Ostviertels folgendes Preis Ausschreiben:

In jedem der durch Plakat kenntlich gemachten zwölf Schaufenster umstehender Firmen ist der eine Gegenstand ausfindig zu machen, der mit einem zu hohen Preise ausgezeichnet ist.

Die Lösungen sind auf dem Anhang unter der Nummer des betreffenden Fachgeschäftes einzutragen. Bis einschließlich Dienstag, den 20. Dezember 1932, werden diese in jedem der unter 1—12 umseitig genannten Geschäfte entgegengenommen. Auf die richtigste Lösung entfällt der erste Preis und so fort. Bei mehreren richtigen Lösungen entscheidet das Los.

Die Auslosung geschieht durch ein unparteiisches Preisrichterkollegium, dessen Entscheidungen unanfechtbar sind. Die Namen der Gewinner und die richtige Lösung werden ab 22. 12. in den zwölf Fenstern der beteiligten Geschäfte zum Anhang gebracht. Die Auszahlung der Gewinne erfolgt in Form von Gutscheinen, die an Stelle von Bargeld in jedem der zwölf Geschäfte beim Kauf beliebiger Waren in Zahlung genommen werden.

Auf der Rückseite des Preis Ausschreibens befand sich von jedem der zwölf am Preis Ausschreiben teilnehmenden Geschäfte je eine Anzeige in der Größe von $10 \times 4\frac{1}{2}$ cm. Da wir diese Veranstaltung nur für die Bewohner unseres Ost-Stadtviertels aufgezugt wissen wollten, gaben wir keinerlei Zeitungsanzeigen auf, sondern beschränkten uns auf die Drucklegung von 7000 Prospekten. Etwa die Hälfte davon ließen wir durch einen Boten in alle Haushaltungen austragen, der Rest wurde von den teilnehmenden Geschäften an die Kundschaft verteilt. Besonderes Augenmerk legten wir darauf, daß unter den zwölf teilnehmenden Geschäften von vornherein Unstimmigkeiten so gut wie unmöglich gemacht wurden. Wir gaben daher auch keine Sachwertgewinne, sondern fertigten Gutscheine, auf je 1 RM lautend, aus, die in jedem der zwölf Geschäfte beim Kauf beliebiger Waren in Zahlung genommen wurden. Um auch hier einer gegenseitigen Übervorteilung vorzubeugen, wurden die Gutscheine wohl mit je 1 RM in Zahlung genommen, bei der Verrechnung aber nur mit 75% eingelöst, so daß für 100 RM Gutscheine nur 75 RM Bargeld als Deckung bereitgestellt werden brauchten. Die Ausgabe der Gutscheine an die Gewinner erfolgte von neutraler Stelle.

Da die in dem Preis Ausschreiben gestellte Aufgabe nicht so leicht zu lösen war, konnten, um einen guten