

Erfolg zu erzielen, auch nicht beliebig viel Geschäfte teilnehmen. Mehr als 20–25 Schaufenster wird ein gleiches Preisausschreiben nicht umfassen können. An dem von uns veranstalteten Preisausschreiben nahm jedes Geschäft mit nur je einem Fenster teil. Der Beginn unserer Veranstaltung fiel in eine Zeit, die durch das Wetter besonders begünstigt wurde. Die Fenster waren bis in die späten Abendstunden von Schaulustigen belagert. Alle waren gezwungen, nicht nur die Auslagen zu besichtigen, sondern sich mit den Preisen der ausgestellten Waren vertraut zu machen. Die wunderlichsten Ansichten trafen zu, jeder glaubte, mit der seinen den zu hoch ausgezeichneten Gegenstand gefunden zu haben. Unser Fach bot den Suchenden ein besonders dankbares Arbeitsfeld. Auf alle Fälle hatte ich erreicht, daß die Mehrzahl aller Interessierten den Namen meines Geschäftes in Verbindung mit goldenen Trauringen im Munde führte. — Jedes Geschäft muß sich eben die Ware auswählen, für die es gern Reklame gemacht hätte. — Auf einem großen, mit Trauringen besteckten Brett waren die Preise für je ein Paar Trauringe in den verschiedenen Feingehalten angegeben. An anderer Stelle im Fenster waren Einzelpaare mit genauer Feingehaltsbezeichnung ausgestellt, ein Paar davon aber mit einem wesentlich höheren Preise, als auf der Preistafel angegeben war.

Um den Artikel Uhren nicht zu vernachlässigen, war ich bemüht, auch hier Vorsorge zu treffen. Eine offene silberne „J. W. C.“ zu 95 RM mit einem sogar zu Recht angebrachten Schildchen „Verkauft“, ausgestellt neben einer Plaque-Savonnette zu 52 RM, brachte allerlei Verwirrung und Rückfragen der Preisausschreiben-Teilnehmer in meinem Geschäft.

Da wir Uhrengeschäfte neben dem Weihnachtsgeschäft ja auch mit einem Ostergeschäft rechnen, kann ich mir eine gleiche oder ähnliche Veranstaltung sehr gut ausdenken, die von 10–25 Nur-Uhrengeschäften einer Stadt durchgeführt wird.

In Orten, wo diese Anzahl von Uhrengeschäften vorhanden ist und die unter sich nicht immer so einig sind, wie es im Berufsinteresse eigentlich erforderlich wäre, kann eine solche Veranstaltung sogar dazu beitragen, das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken, wenn nicht gar hundertprozentig herzustellen.

Keiner der Kollegen wird abseits stehen wollen, um zusehen zu müssen, wie die übrigen Geschäfte im Mittelpunkt des Interesses aller — auch seiner Kunden — stehen.

Nur allzugern hätten an der von uns aufgelegten Veranstaltung noch mehr Geschäfte teilgenommen. Als unsere Fenster von alt und jung belagert waren, setzten von anderen Geschäften Bestrebungen ein, etwas Ähnliches in Szene zu setzen.

Die Kosten unserer Werbeveranstaltung sind im Vergleich zu der erzielten Wirkung als recht gering zu bezeichnen. Jeder der zwölf Teilnehmer hatte nur 12,40 RM aufzubringen. Aus der Hälfte dieses Un-

kostenbeitrages wurde der 75-RM-Fonds gebildet, aus dem die 100 Stück Gutscheine, je 1 RM, eingelöst wurden.

Die restlichen rund 6 RM Unkostenbeitrag je teilnehmendes Geschäft reichten aus, um sämtliche Unkosten, wie Druck von Fensterauslagen, Gutscheinen, 7000 Stück zweiseitig bedruckte Prospekte sowie Bolenlohn an Ausläufer und sonstige kleine Ausgaben, zu decken.

Da die von uns durchgeführte Veranstaltung zwölf Fachgeschäfte verschiedener Branchen umfaßte, dürfte in diesem Zusammenhang wohl noch interessieren, zu erfahren, in welchen Geschäften die 100 Stück Gutscheine zum Kauf von Waren Verwendung fanden.

Von den 100 Gutscheinen wurden 99 Stück in Zahlung gegeben, nur ein einziger ist nicht eingelöst worden.

Es entfielen auf

das Fleisch- und Wurstgeschäft	19 Stück,
mein Uhrengeschäft	18 „
das Zigarrengeschäft	11 „
die Drogerie	11 „
die Molkerei	10 „
das Schokoladengeschäft	10 „
das Wäschegeschäft	9 „
die Konditorei	7 „
die Sattlerei	3 „
das Papiergeschäft	1 „
das Blumengeschäft	— „
das Elektrogeschäft	— „

Zusammen 99 Stück.

Hiermit dürfte auch der Beweis dafür erbracht sein, daß neben Fleisch und Wurst es besonders die Waren unserer Branche sind, die besonders begehrt wurden.

Der Zweck meiner Ausführungen wäre dann erreicht, wenn sie dazu beitragen, recht vielen Kollegen als Ansporn zu dienen, durch gleiche oder ähnliche Veranstaltungen das Interesse auf unsere Fensterauslagen zu lenken, um die Waren unserer Branche der breiten Masse wieder als begehrenswert erscheinen zu lassen.

Erwähnen möchte ich noch, daß der Grundgedanke zu unserer Veranstaltung einer bereits früher stattgefundenen entnommen ist. Die Preisauflage dieses vorangegangenen Werbefeldzuges lautete: „In dem Schaufenster ist der Gegenstand ausfindig zu machen, den das betreffende Geschäft normalerweise nicht verkauft, sondern einem anderen Geschäft entliehen hat.“ Die Schaufenster dieser Veranstaltung waren bis spät abends das Ziel vieler Schaulustiger. Der Nachteil dieser Werbemaßnahme aber lag daran, daß sich die allerwenigsten mit den zur Schau gestellten Waren ernstlich beschäftigten, die Blicke glitten über all das hinweg, was das betreffende Geschäft zu verkaufen hatte, und suchten und fanden den Gegenstand, den das Geschäft nicht zu verkaufen hatte und für den es keine Reklame gemacht haben wollte.

Die von uns aufgelegte Veranstaltung dagegen zwang jeden, sich nicht nur die ausgestellten Waren zu besichtigen, sondern darüber hinaus sich mit den Preisen vertraut zu machen. (I/48) Adolf Markuske, Görliß.

Wie man das Einsegnungsgeschäft steigert

Von E. Rautenberg

Die Freuden und Sorgen des Weihnachtsgeschäftes sind längst wieder vergessen. Die anschließenden Wochen im Januar und Februar haben nicht viel Erfreuliches gebracht. Um so eifriger muß jetzt eine Gelegenheit ausgenutzt werden, den Geschäftsgang wieder einmal günstig zu beeinflussen. Die Umsatzkurven der Jahresumsätze im Uhreneinzelhandel erheben sich nur einmal im Jahre ganz

beträchtlich über den Durchschnittsumsatz: Das ist das Weihnachtsgeschäft. Daneben macht sich nur noch einmal eine kleine Steigerung bemerkbar: Im März.

Diese Belebung im Geschäft hat weniger mit Ostern als mit den Konfirmationen und Kommunionen zu tun. Die Tradition, daß der Junge an dem Tage der Einsegnung eine Uhr oder, richtiger gesagt, eine bessere Uhr bekommt,