

Weihnachtsprospekt schon weit mehr als die Hälfte der Auflage vergriffen.

Außer den Plakaten und Prospekten werden dem Fachhandel auch noch andere Werbemittel kostenlos zur Verfügung gestellt, so z. B. kleine Schildchen, mit denen die ausgestellte Ware als Laurin-Ware gekennzeichnet werden kann.

Es darf nicht unerwähnt bleiben, daß der Fachhandel erfreulicherweise immer aktiver an der Laurin-Werbung mitarbeitet und daß demnach auch an der vorderen Front, im Laden des Einzelhändlers, von Tag zu Tag mehr geschieht, um aus dem Laurin-Gedanken eine immer schlagkräftigere Waffe im Kampf um die Selbstbehauptung des Gewerbes zu machen. (I/1556)



Wir werben für Schmuck!

Es gibt irgendwo Geschäfte, die ein ganzes Schaufenster für ein paar auserlesene Schmuckstücke zur Verfügung stellen, es gibt solche, die dicht nebeneinander den billigen Glaskram aufgebaut haben, daß die Augen schmerzen über den Flimmer.

Über beide wollen wir nicht sprechen. Nein, maßgebend ist für uns das solide Geschäft mit einem soliden Kundenkreis. Guter Geschmack ist seine Grundlage. Schon der Einkauf wird unter diesem Zeichen getätigt, nicht wahllos, sondern Stück für Stück wird betrachtet, ob es auch im Sinne künstlerischer und handwerklicher Kultur gefertigt wurde. Schmuck darf niemals auf das Niveau der Glasperlen herabsinken, die man den Farbigen schenkt. Auch für wenig Geld soll ein Schmuckstück immer noch Anspruch auf geschmackliche und künstlerische Formgebung und anständige Ausführung haben.

Schöner Schmuck, der ja von seiner Besitzerin in Einzelstücken getragen wird (schwer behängt sich nur der Unkultivierte), soll auch so ausgestellt werden, daß jedes Stück zur Geltung kommt.

Wir gewöhnen uns ab, Massen ins Fenster zu bringen. Sie entwerten sich selbst. Man kann auch bei sorgfälliger, gediegener Dekoration noch genügend Ware zeigen. Gewiß, wir wollen viel verkaufen. Oft wird es Kunden geben, die nur das kaufen, was sie sehen, aber glauben Sie, daß man noch etwas sieht, wenn das ganze Fenster von oben bis unten vollgepackt ist? Überlassen wir solche Methode dem Trödler. Wir unterstützen die Wirkung unserer Schmucksachen durch eine anständige Dekoration.

Und ebenso wie wir unsere schönen geschmackvollen Ringe, Armbänder, Broschen, Agraffen, Halsketten und vieles andere nicht pfundweise anbieten, werden wir auch unsere Werbung nicht nüchtern sachlich oder gar grob halten.

Sich schmücken ist ein entzückendes Vorrecht der Frau, von der sie seit Weltanfang Gebrauch macht. Es ist

eine Herzensangelegenheit, und darum muß unsere Werbung zum Herzen sprechen. Kein Schmus, aber warm empfundene Worte, die geeignet sind, die Verbindung der Frau als Käuferin zu unseren reizenden Schmucksachen herzustellen.

Im Schaufenster ist der geschmackvolle Blickfang ein notwendiges Mittel, die Vorübergehenden auf unsere sehr kleinen, von weitem kaum wahrnehmbaren Sachen aufmerksam zu machen.

Werbebriefe werden in wohlgeformten Sägen Kundinnen zahlungskräftiger Kreise auf den wertvollen Schmuck zum wertvollen Festkleid hinweisen.

Kundinnen aus den einfachen Bevölkerungsgruppen lieben mehr schlichte, einfache Worte, doch darf auch hier die warme, liebenswürdige Note nicht fehlen.

Empfehlenswert ist auch ein Prospekt, der auf zweifarbigen Kunstdruckpapier in gut harmonisierenden Farbtönen (rot und chamois, blau und zartgelb, rot und grau, rostbraun und grün) gedruckt wird. Zum kurzen Text in freundlichen Worten paßt auch ein Klischee mit einigen guten, soliden Schmuckstücken, deren wirklich künstlerische Basis keiner Modelaune unterworfen ist und der deshalb nicht zum Ladenhüter wird.

Vergessen wir nicht die Anzeigen, die durch ihre große Verbreitung mit allen Käuferschichten in Berührung kommen. Gerade jetzt zum Weihnachtsfest kann eine An-



Das macht am glücklichsten

Sicher schenken Sie schöne Sachen. „Sie“ wird strahlende Augen haben, wenn auch ein reizendes Schmuckstück dabei ist. Was Frauen gefällt, zeige ich Ihnen gern.

Preisangebot RM.
Preisangebot RM.
Preisangebot RM.

Uhrmachermeister
Gutzeit



Was Männer wünschen

ist meist praktisch. Eine große Überraschung ist darum ein schöner Ring. Herrenringe, kraftvoll im Eindruck finden Sie bei

Uhrmachermeister.
Gutzeit

Anzeigen und Plakat entstammen dem „Werbedienst“ Nr. 20, der mit dem „Schaufensterdienst“ nicht verwechselt werden darf. Er wird an jedem Ort nur einmal vergeben.