



Kaufkraft ist da, aber geschichtet — —

Die überwiegende Mehrzahl aller Uhrenfachgeschäfte ist in Lagerhaltung, -auswahl und Geschäftsführung auf alle Käuferschichten eingestellt. Infolgedessen wird die Uhrenwerbung für eine bestimmte, beliebte Uhrenmarke dem Fachhandel den größten Nutzen bringen, die sich ebenfalls an alle Einkommensschichten wendet.

Grob genommen, und wie die abgebildete Kaufkraftpyramide zeigt, gibt es 4 Einkommensschichtungen. Dies ist der Grund, weswegen in der diesjährigen Junghans-Werbung für eine erlesene Auswahl von Weckern, Stuhuhren, Küchenuhren und Tischuhren 4 Hauptpreislagen, das heißt die Junghans-4-Stern-Serien, besonders herausgestellt werden. In halbseitigen Inseraten in den Millionenaufgaben der großen Illustrierten, Hausfrauen- und Familienzeitschriften werden diese mit den Markenworten

Junghans
ROTSTERN
BLAUSTERN
SILBERSTERN
GOLDSTERN

für jede Einkommensschicht einprägsam gekennzeichnet.

In unzähligen Fällen werden durch diese Werbung Uhrenwünsche mit den verfügbaren Mitteln der Geldtasche in Einklang gebracht und zum Kauf ausgelöst. Zum Nutzen des Fachgeschäftes, das sich auf die Junghans-Uhren der 4-Stern-Serien einstellt.

Im Schaufenster sichtbar, am Lager vorhanden — das verbürgt den Erfolg.

Junghans



Die Junghans-Uhren der neuen 4-Stern-Serien sind durch den Großhandel und die Junghans-Vertreter zu beziehen.

Jedes Schaustück für die 4-Stern-Serien in Ihrem Schaufenster konzentriert die Nachfrage auf Ihr Geschäft.