



Interessant wie eine „Illustrierte“

ist der Weihnachtsprospekt des Reichsinnungsverbandes. Das soll er ja auch, wenn er seine Aufgabe, kaufanregend zu wirken, erfüllen soll. Dazu gehört mehr als die reihenweise Wiedergabe von Uhren, deren Armbänder oben und unten kurz abgeschnitten sind, damit viel Abbildungen auf eine Seite gehen. Mit solchen Methoden raubt man bestimmt dem Leser jede Vorstellung von dem Eindruck und der Schönheit der betreffenden Uhr. Nein, so geht das nicht. Unser Weihnachtsprospekt legt Wert darauf, die Uhren nicht so nüchtern abzubilden. Seine einzelnen Seiten zeigen ein wirkungsvolles Gesamtbild, in dem jede Uhr zur Geltung kommt. Bild und Text werden als Einheit gesehen. Hier wird nicht einfach für den Kauf von Uhren geworben, sondern der Nachweis erbracht, wie notwendig es ist, eine Uhr vom gelernten Uhrmacher zu kaufen. Als Abschluß jeder Seite finden Sie eine sachliche Aufklärung nebst Bildvignette, die vom Leser sicherlich beherzigt wird. Gerade in dem Zusammenklingen zwischen Verkaufswerbung und Aufklärungswerbung, unter Berücksichtigung des Eindrucks für das Auge, sehen wir den besonderen Wert des Weihnachtsprospektes für den gelernten Uhrmacher.

Betrachten Sie bitte die abgebildeten drei Innenseiten. Jede Seite ist in sich abgeschlossen, mit einer kleinen Weihnachtsgnente versehen, die dem Prospekt eine lebenswürdige Note gibt. Die Uhren werden abgebildet, als ob sie, wie in einem Schaufenster, vor den Augen des Betrachters liegen.



Ein solcher Brief muß auf anständiges Papier geschrieben werden oder auf einen Briefbogen mit geschmackvollem Briefkopf, der schon davon überzeugt, daß es der Leser mit einem anständigen und vertrauenswürdigen Uhrmacher zu tun hat. Wollen Sie noch andere Werbebriefvorschläge, so wenden Sie sich an die

**Berufsförderung
des Reichsinnungs-
verbandes des Uhr-
macherhandwerks,
Berlin W 35, Potsdamer
Straße 111. (I/1927)**

Außer der kurzen Beschreibung nebst Preisangabe ist der wichtige Hinweis vorhanden, daß Uhren auch noch in Zwischenpreislagen zu haben sind. Am Schluß jeder Seite ist in kurzer eindringlicher Form die Aufklärungswerbung zu finden, die dem Leser die Notwendigkeit des gelernten Uhrmachers beim Verkauf einer Uhr klar macht. Eine kleine Vignette verstärkt das Interesse für diesen Text. Auf der letzten Seite ist reichlich Platz für den Eindruck eines persönlichen Werbetextes und Ihres Namens. Sie können sich vorstellen, daß dieser achtseitige Prospekt nicht ungelesen beiseite gelegt wird. Auch von denen nicht, die für den Kauf einer Uhr aus verschiedenen Gründen zur Zeit nicht in Frage kommen. Ein solcher Prospekt wird auch noch für lange Zeit eine nachhaltige Wirkung haben.

In nächster Zeit liegt der Fachpresse ein vollständiges Exemplar des neuen Weihnachtsprospektes bei, so daß Sie sich von dem guten Eindruck, den er macht, überzeugen können.

Wir geben nochmals den Preis bekannt:

Bei Abnahme bis zu 1000 Stück je Stück 2,5 Pf. (einschließlich Porto und Verpackung).

Bei Abnahme von mehr als 1000 Stück je Stück 2,2 Pf. (einschließlich Porto und Verpackung).

Zögern Sie nicht, Ihre Bestellung aufzugeben, da die Nachfrage groß sein wird.

Während wir jetzt schon die ersten Vorbereitungen für die Weihnachtswerbung treffen, wollen wir doch ein wichtiges Datum nicht vergessen, den 1. Oktober.

Immer noch ist er der große Tag der Wohnungsumzüge, hauptsächlich in der Stadt. Das ist eine gute Gelegenheit für die Erweiterung des Kundenkreises. Hauptsächlich Uhrmacher in der Nähe von Siedlungen und Neubauten müssen sich anstrengen, um mit den Hinzugezogenen bekannt zu werden. Dazu kommt uns ein Werbebrief gelegen. In netten Worten begrüßt man die zukünftigen Käufer, stellt sich vor und macht auf sein Geschäft aufmerksam. Bitte aber nicht gleich mit der Tür ins Haus fallen, wenn die Möbelleute noch da sind, oder der Maler, oder der Tapezierer noch zu tun haben. 14 Tage können schon vergehen, man muß erst ein bißchen heimisch werden, dann ist man auch empfänglich für Ihren Werbebrief. Vergessen Sie ihn aber nicht. Der zukünftige Kunde hat es nicht nötig, von sich aus den Uhrmacher zu suchen, wenn er ihn braucht. Das ist auch meist nur bei Reparaturen der Fall. Zeigen Sie, was Sie haben und können, und verwenden Sie einen solchen Werbebrief:

Sehr geehrte Frau . . .!

Zu ihrem Einzug in Ihr neues Heim möchte ich Ihnen alle guten Wünsche übermitteln. Hoffentlich haben Sie alle Aufregungen, die so ein Umzug mit sich bringt, überstanden. Aber es geht alles vorüber, und so hoffe ich, daß Ihnen unsere Gegend recht bald gefallen wird. Ein Gang durch die Straßen wird Sie mit allen Geschäften bekannt machen, die man für die Besorgungen des täglichen Lebens braucht. Auch ich möchte gern zu denen gehören, die Ihnen bekannt sind, und bitte Sie, gelegentlich einmal mein Geschäft aufzusuchen.

Ich bin der Uhrmachermeister Gutzeit, am Markt, und führe eine vorzügliche Auswahl in guten Uhren in den verschiedensten Preislagen, schönen Schmuck, gute Bestecke und Silbersachen.

Führt Sie der Weg einmal an meinem Geschäft vorbei, bitte, kommen Sie herein, auch wenn Sie nicht kaufen wollen. Es genügt, wenn Sie sich bei der Anschaffung einer guten Uhr, eines reizenden Schmuckstückes meines Geschäfts erinnern. Ich werde mich bemühen, Ihnen ein zuverlässiger Berater zu sein, der Ihnen einen angenehmen und günstigen Einkauf vermittelt.

Ich begrüße Sie

Heil Hitler

**Uhrmachermeister Gutzeit
am Markt**