

F 1021 D

*„Es wird für soviel gemischt Klaußlich, aber, weiß man immer gleich --, was wirklich gut ist? Da wird man vorsichtig!“*

„Sollen Sie auch sein. Aber wozu haben Sie Ihren Verstand? Der muß Ihnen doch sagen, daß Klarheit besser ist als Unklarheit, in allen Dingen. Oder nicht, Gramlich?“

„Schon, aber was hat das damit zu tun?“

„Aber, Gramlich. Die Kaufkraft unserer Kunden, wie das gebildete Wort heißt, ist unterschiedlich. Grob genommen, stuft sie sich in etwa 4 Schichten. Alle brauchen Uhren, aber in einer für den einzelnen erschwinglichen Preislage. Alle diese Käufer sehen sich aber in jedem Uhrenfachgeschäft einer wahren Vielfalt von Uhrenpreisen gegenüber, ohne daß sie wissen, welcher nun angemessen sein könnte für eine gute Uhr. Und wenn nun eine große Firma, wie Junghans, in einer groß angelegten Werbung Uhren in 4 Preislagen herausstellt, klar gekennzeichnet durch Siegelmarken mit dem Junghans-Stern in 4 unterschiedlichen Farben, dazu Abbildungen dieser schönsten Junghans-Uhren, dann erstrecken sich die Uhrenwünsche zahlreicher Menschen dieser 4 Einkommenschichten auf Junghans-Uhren in einer der für sie erschwinglichen 4 Preislagen. Und wir Fachgeschäfte müssen infolgedessen mit einer so gestuften Nachfrage gerade nach diesen Junghans-Uhren der 4 Stern-Serien rechnen.“

„Jetzt geht mir ein Licht auf. Also Junghans setzt hier sozusagen einem Preiswirrwarr 4 klare nach Einkommenschichten geordnete Preisklassen gegenüber. Stellt also Klarheit gegen Unklarheit.“



\* Fortsetzung folgt