Die Berufsförderung des Reichsinnungsverbandes

Eine Frage zur rechten Zeit

„Lohnt es sich noch, bei den jetzigen Verhältnissen eine Schaufensterdekoration zu machen, hat es jetzt noch einen Zweck, zu werben?"

Das ist zweifellos die Frage vieler Berufskameraden und darum soll sie gründlich beantwortet werden.

1. Ein Krieg verlangt von der Wirtschaft immer Umstellungen und Einengungen, trotzdem will ein 80-Millionen-Volk wie immer versorgt werden.
2. Jeder Geschäftsmann hat die Verpflichtung, als Beauftragter der deutschen Wirtschaft auch unter eingeengten Verkaufsverhältnissen in einwandfreier Form sein Angebot zu machen. Der Kunde wird es anerkennen, wenn ihm in der schweren Zeit genau so der Einkauf erleichtert wird, wie es bisher der Fall war. Darum soll schon die Auslage im Schaufenster doppelt interessant gestaltet sein, die Ware sorgfältig behandelt und angeboten werden und endlich der Kunde nach wie vor aufmerksam und überzeugend bedient werden. Der Verbraucher wird dann nicht lustlos nur das Notwendigste kaufen, sondern angeregt durch Ihre Bemühungen sich mit Interesse der angebotenen Ware widmen.
3. Wenn der Kunde Ware haben will, die im Augenblick nicht vorhanden ist, so werden Sie seine Aufmerksamkeit auf die Ware lenken, die Sie vorrätig haben. Diese „Verbrauchslenkung" ist nur durch die Werbung möglich.
4. Der Werberat der deutschen Wirtschaft betont, daß Werbung nicht einfach der Vermehrung des Umsatzes dient, sondern vor allem der Aufklärung der Kunden gewidmet ist, z. B. über die Güte der noch vorhandenen Artikel, über die Brauchbarkeit neuer Werkstoffe, über Funktion, Behandlung und Erhaltung des gekauften Gegenstandes durch den Kunden.
5. Diese Mehrleistung, die in der Werbung und Aufklärung durch den handwerklich geschulten Fachmann liegt, macht die Ware wertvoller. Aus diesem Grunde hat die Aufklärungswerbung des „gelernten Uhrmachers" auch jetzt noch ihre hervorragende Bedeutung.

Nr. 26

Nr. 28

Die Berufsförderung wird daher — ihrer Aufgabe getreu — Sie nun mit weiteren Vorschlägen für die Herbstwerbung versorgen.

Den Auftakt bildet der Weckerverkauf, für den wir heute eine sehr geschickte Anzeigenserie, ein Schaufensterplakat und einige Diapositive bereitstellen.

Die Uhrmacher aber beweisen durch ihre aktive Verwendung der Werbevorschläge für den „gelernten Uhrmacher", daß sie sich der Bedeutung der Werbung in Kriegszeiten bewußt sind.

SP 9

Berufsförderung des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks, Berlin W 35, Potsdamer Str. 111

Ebeling.

sagt Herr Müller, da muß man pünktlich sein. Er hat von mir einen guten Wecker, auf den kann er sich verlassen. Ich habe noch mehr solche zuverlässigen und preiswerten Wecker.

UHRMACHERMEISTER
GUTZEIT / MARKT 4

Nr. 165

braucht jede Minute Schlaf. Darum lohnt sich für Herrn Schmidt die Ausgabe für einen lautlosen Wecker. Er stört nicht und macht rechtzeitig munter. Solch ein zuverlässiger Wecker wär' auch für Sie der richtige.

UHRMACHERMEISTER
GUTZEIT / MARKT 4

Nr. 166

muß Fräulein Gerda zeitig aufstehen. Damit es ihr nicht so schwer fällt, kaufte sie sich den netten Stilwecker mit gutem Werk, die Zierde ihres Zimmers. Stilwecker in vielen aparten Formen, immer modern und praktisch.

UHRMACHERMEISTER
GUTZEIT / MARKT 4

Nr. 167

hat er immer, der Herr Maier, wenn er rechtzeitig zur Stelle ist. Ich habe kleine, handliche Reisewecker, die sorgen schon für Pünktlichkeit. Es wäre auch etwas für Sie.

UHRMACHERMEISTER
GUTZEIT / MARKT 4

Nr. 168

Der Blickfang SP 9 ist zum Selbstherstellen gedacht. Ein Schnittmusterbogen kostet einschließlich Buchstaben und Porto 2,50 RM, ein fertiges Plakat 5,50 RM. Das Plakat hat grünen Untergrund, roten Kreis mit einer hellgrauen und dunkelgrauen Figur, Gesicht und Hand chamois, Wecker schwarz mit weißem Zifferblatt, Schrift schwarz.

Die Diapositive Nr. 26 und 28 kosten 6 RM, Verwendung eines Namenszuges 1 RM extra.

Die Anzeigenmatern Nr. 165 bis Nr. 168 sind ein- und zweispaltig erhältlich und kosten 50 Pfg. das Stück. Bei Bestellung ist der entsprechende Betrag nebst 20 Pfg. Porto in Briefmarken beizufügen, so daß sich eine Extraberechnung erspart. Sämtliche Bestellungen an die Berufsförderung.

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19390100/623