

Badische Landesbibliothek Karlsruhe

Digitale Sammlung der Badischen Landesbibliothek Karlsruhe

Der große Erfolg

J. Weck und Co. <Öflingen>

Öflingen, 1928

Film- und Lichtbilder-Werbung im Kino und im Schaufenster.

urn:nbn:de:bsz:31-58221

Nicht versäumen wollen Sie, ab und zu Ihren dortigen Zeitungs-Organen die „Frischhaltung“ zum Abdruck einzelner Artikel für die Frauen-Beilage zu übergeben.

Wir machen Sie noch darauf aufmerksam, daß unsere Klischees, Texte, besonders auch die Konserven-Abbildungen schon aus Gründen anständiger Geschäftsgebarung nur für die Erzeugnisse Marke WECK Verwendung finden dürfen. Etwaige Mißbräuche müßten wir natürlich verfolgen. Deshalb bitten wir Sie, uns jeden Mißbrauch anzuzeigen.

Drucksachen-Werbung.

Eine wichtige Ergänzung der vorgenannten Propagandawege ist die Drucksachen- bzw. schriftliche Werbung durch Preislisten, Flugblätter, Werbebriefe usw. Mit deren Hilfe ist eine ausgezeichnete, sehr weitgehende und gründliche Aufklärung und Aufmunterung der Verbraucher möglich. Zu diesem Zweck stehen Ihnen unsere **neuen**, durch ihre geschmackvolle mehrfarbige und illustrierte Zusammenstellung für Werbe- und Aufklärungszwecke hervorragend geeigneten

Prospekt-Preislisten, sowie verschiedene Flugblätter und Werbebriefe,

letztere auf besonderen Wunsch, zur Verfügung. Die Verteilung kann im Laden, durch Austräger von Haus zu Haus, als Wurfsendung durch die Post (von 100 Stück an) oder als Beilage in den Zeitungen geschehen. Tragen Sie aber Sorge, daß die Ausstreuung in sorgfältiger, zuverlässiger Weise geschieht, denn der Erfolg solcher Werbemaßnahmen hängt nicht zum wenigsten von der richtigen Auswahl des Empfängers ab.

Die Prospektpreislisten können, soweit dies technisch möglich ist, ohne Kosten für Sie auch mit Ihrem Firmenaufdruck geliefert werden.

Film- und Lichtbilder-Werbung im Kino und im Schaufenster.

Diese neuere Art von Kundenbearbeitung und -gewinnung kann allein, besser aber in Verbindung mit den bisher genannten Werbearten zu nicht unbedeutenden Ergebnissen führen. Durch eine Umfrage bei unseren Geschäftsfreunden stellten wir fest, daß der auch zu Ihrer Verfügung stehende, trefflich gelungene

Trickfilm „Der gefoppte Winter“

(106 m lang) bei der überwiegenden Zahl der Vorführer ein sehr

erfreuliches Ergebnis zeitigte. Der Film zeigt, wie der pausbackige Wintersmann das Obst von den Bäumen bläst, wie das Obst als kleine Männchen und schließlich auch ein Hase von selbst in die Gläser springen, wie die Gläser sich schließen und auf den Gläserhalter, dann in den Topf und schließlich in die Vorratskammer wandern, durch deren Fenster der Wintersmann mit griesgrämigem Gesicht sehen muß, daß er gefoppt ist. — Überlassungsfrist etwa 14 Tage. Ebenso können Sie einige sehr hübsche

Lichtbilder

(Diapositive) leihweise auf einige Wochen erhalten. Z. B. Gläser mit Früchten, daneben der Text: „WECK, das führende, unübertreffliche Einkochglas. Anerkannte Verkaufsstelle“ (Raum für Ihre Firma) oder „Beim Schlachtfest darf auch WECK nicht fehlen. Anerkannte Verkaufsstelle“ (Raum für Ihre Firma). Als Bild ist auf diesem Diapositiv ein Schwein vertreten, das den Namen WECK anschaut, oder „Fleisch, Obst, Gemüse und Gebäck, die konserviert man jetzt im WECK. Anerkannt vorzügliche Konservengläser und Sterilisier-Apparate. Weltbekannt ob ihrer Güte und Preiswürdigkeit.“ (Raum für Ihre Firma). Für die Diapositive bedürfen wir jedoch der Angabe von Höhe und Breite, wie sie zu dem Vorführungsapparat passen.

Besonders möchten wir auf unsere

12 Bilder-Reihe

verweisen, die sich vorzüglich zur Vorführung in Schulen, Fortbildungsschulen für Mädchen, Haushaltsschulen, Kochschulen usw., eignet. Auf die Bedeutung der Gewinnung gerade dieser Interessentenkreise ist an anderer Stelle noch besonders hingewiesen.

Ausstellungswerbung. Ausstellungen zu beschicken hat nur dann Wert, wenn es sich wirklich um ernsthafte, nicht geschäftsmäßige Unternehmungen handelt. Näheres hierüber finden Sie in der kleinen Schrift: „Wie kann der Verkauf der Marke WECK gefördert werden“ (1925). Wir möchten aber bitten, etwa hierfür besonders erforderliches Werbematerial nicht erst in allerletzter Stunde anzufordern.

Vortragswerbung. Die Erfahrungen der letzten Jahre zeitigten das Ergebnis, daß sich Vorträge in erster Linie mehr zur allgemeinen Aufklärung als zu direkten Werbeerfolgen eignen. Deshalb sind diese Veranstaltungen wegen der sehr hohen