

Badische Landesbibliothek Karlsruhe

Digitale Sammlung der Badischen Landesbibliothek Karlsruhe

Der große Erfolg

J. Weck und Co. <Öflingen>

Öflingen, 1928

Gemeinsame Kundenwerbung.

urn:nbn:de:bsz:31-58221

siehe in dem Schriftchen: „Wie kann der Verkauf der Erzeugnisse Marke WECK gefördert werden“, 1925, „Reklamewegweiser“, 1926, und „Der Schlüssel zum Erfolg“, 1927).

Besondere Reklame-Anregungen.

WECK-Woche Auch ein Geschäft Ihrer Branche kann in der Hauptbedarfszeit eine Spezialartikel-Verkaufswoche haben. Warum denn nicht? Hier gilt es sogar, Versäumtes nachzuholen. In den Erzeugnissen Marke WECK stehen Ihnen Verkaufsartikel zur Verfügung, wie sie geeigneter für eine Verkaufswoche nicht sein könnten. Vergewenwärtigen Sie sich einmal die außerordentlich weittragenden Auswirkungen einer solchen WECK-Woche. Hierfür möchten wir Ihnen mit einigen Anregungen behilflich sein:

Bei der Abhaltung einer WECK-Woche wollen Sie zunächst an Ihre Schaufenster- und Verkaufsräume - Ausstattung denken. Für jene haben wir Ihnen schon an anderer Stelle einige Richtlinien an die Hand gegeben. Bei dieser kann sich der gute Eindruck, den die geschmackvolle Fensterauslage gewinnen ließ, nur vertiefen, wenn die Ladenausstattung in demselben Sinne gepflegt wird. Die Veranstaltung wird durch eine Anzeige und einen redaktionellen Hinweis, beide entsprechend der Bedeutung gehalten, dem Verbraucherkreis bekannt gemacht unter geschickter Betonung der besonderen Vorteile, die mit dem Kauf der Erzeugnisse Marke WECK verbunden sind. Gleichzeitig zeigen Sie in Ihren Geschäfts- oder anderen Räumen durch eine damit völlig vertraute Person den Vorgang der Sterilisierung, verabreichen vielleicht dann und wann kleine Kostproben aus bereitstehenden Konserven aus Weckgläsern, laden die Hausfrauen, Hausfrauenvereine, Küchenverwaltungen, das Gastwirtsgewerbe, Haushaltungs- und Mädchenschulen persönlich ein, verteilen an diese Drucksachen-Material und zur Einsichtnahme Sterilisier-Lehrbücher und Frischhaltungen. Frischhaltungsnummern stellen wir hierzu gern unentgeltlich zur Verfügung.

Gemeinsame Kundenwerbung. Falls an einem Platz oder in der näheren Umgebung noch weitere WECK-Verkaufsstellen sind, ist eine gemeinsame Anzeigen-Werbung sehr zu empfehlen. Sie verringern sich dadurch die Werbungskosten um ein ganz Bedeutendes und erhöhen zugleich die Wirk-

samkeit der Anzeigen. Setzen Sie sich einmal versuchsweise mit den betreffenden WECK-Verkaufsstellen am dortigen Platz und in der Umgebung in Verbindung und lassen Sie uns gelegentlich das Resultat Ihrer Bemühungen wissen.

Gemeinsame Abwehr. Diese wird dieselben Vorteile mit sich bringen, wie die gemeinsame Kundenwerbung. (Beachten Sie bitte die Abschnitte „Wahrheit in der Reklame“ und „Unlauterer Wettbewerb“ !)

Fahrende Reklame. Eine ausgezeichnete Reklame, die zudem nichts oder nicht viel kostet, ist die Anbringung eines Plakates oder sonstiger Beschriftung an Ihren Beförderungsmitteln, die ungewollt erscheinende, auffällige Fahrt eines entsprechend beladenen Gefährts durch die Straßen Ihres Platzes und die eventuelle Benützung der örtlichen Verkehrsmittel.

Verschiedenes.

Normung. Bezüglich der Normung der Konservengläser sind in der breiten Öffentlichkeit verschiedene Berichte gebracht worden. Diese bedürfen insofern der Richtigstellung, als nicht die Gläser, sondern nur die Weiten der Deckel und Ringe für die verschiedenen Gläserformen genormt sind. Die Weiten der Ringe und Deckel für die Gläser Marke WECK (eng 90 mm, weit 120 mm) stimmen mit den genormten Größen überein. Im übrigen ist das Zeichen DIN durchaus kein Kennzeichen für die Qualität eines Konservenglases oder der Zubehörteile. Dafür ist nach wie vor lediglich der Marken- und Firmenname, also WECK ausschlaggebend. Mit diesem Gebaren will nur versucht werden, beliebige Ersatzteile an die nicht oder nur schlecht unterrichtete Frau zu bringen, die dann Gefahr läuft, minderwertige Ersatzteile zu erhalten und damit Mißerfolge zu haben. Für die Konservierung der wertvollen Nahrungsmittel im Haushalt sind immer noch die besten Einrichtungen gerade gut genug und deshalb im Gebrauch auch die billigsten.

Richtige Inhaltsangabe der Gläser Marke Weck. Wir gewährleisten die Übereinstimmung des Fassungsvermögens mit den Inhaltsangaben. Verschiedene andere Gläser fassen nicht den angegebenen Inhalt, sind also kleiner und **müssen** deshalb billiger sein. Bei Preisvergleichen wollen Sie dies bitte auch berücksichtigen.