

Aus dem Inhalt:

	Seite
Die neuen Produkte im besonderen Sortiment	2
Verkaufserfolg durchs ganze Jahr	4
Gewußt wie: Batterierasierer	6
Das Beispiel: Mit Ideen besser verkaufen (II)	8

2 mal Köln

Auf der Internationalen Hausratmesse vom 17.–19. Februar hatte Braun einen Kontaktstand ganz auf das Informationsbedürfnis der Fachbesucher abgestellt. Zum erstenmal konnten wir hier unseren Geschäftsfreunden die neuen Geräte zeigen, die dann auf der Domotechnica im Mittelpunkt standen:

„Das besondere Sortiment“ war das Motto des Braun-Standes, der zwei Schwerpunkte aufwies:

Die Präsentation und Vorführung der neuen Geräte.

Die Präsentation der einzelnen Produktlinien des Braun Hausgeräte-Programms in der Form von Bausteinen für das „besondere Sortiment“.

An dieses Thema knüpften sich intensive Fachgespräche im kleinen Kreis, in denen die Situation des Fachhändlers, die Preisentwicklung, die Erwartungen an Nachfrage und Kaufkraft diskutiert wurden.



Die Großvitrine mit den „Bausteinen des besonderen Sortiments“

Braun auf der Hausratmesse und auf der Domotechnica.



Hohes Besucherinteresse für Braun: Im Brennpunkt der Aufmerksamkeit standen die Vorführung des neuen Wäschetrockners Braun drymatic und des neuen swing-hair.

Unser Bildbericht gibt allen, die nicht nach Köln kommen konnten, einen lebendigen Eindruck von dem, was das Interesse der Besucher an allen Messetagen fesselte.

Die neuen Produkte im besonderen Sortiment

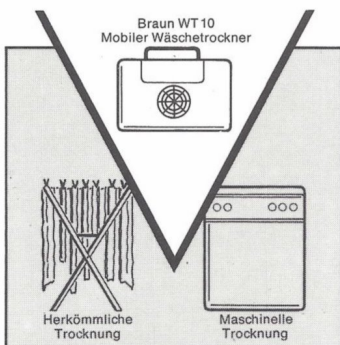
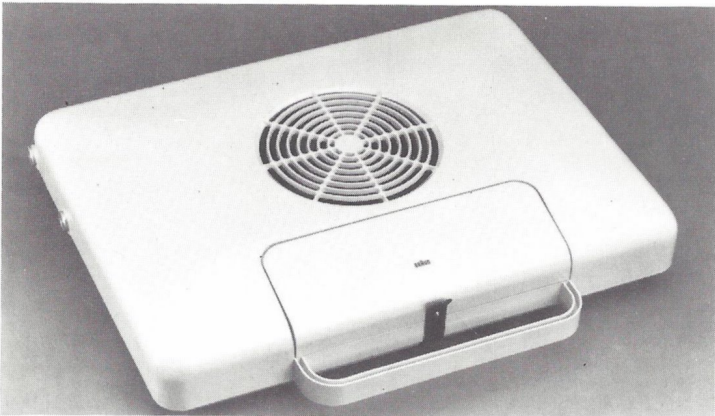
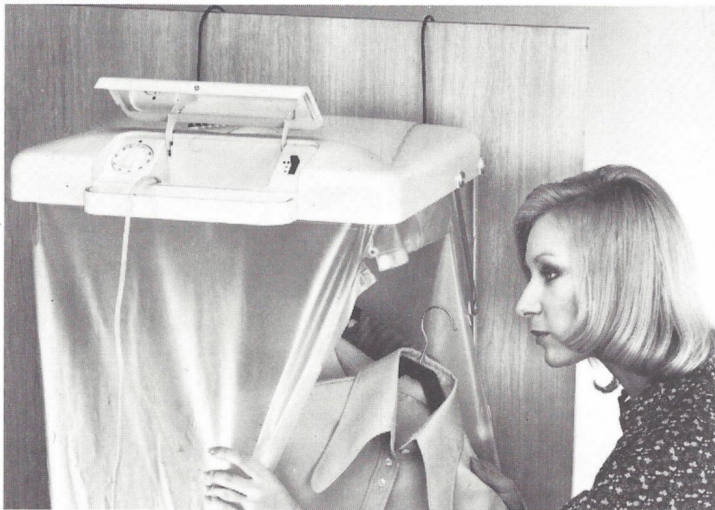
Braun drymatic

Der mobile Wäschetrockner



Neu
Braun Mobiler Wäschetrockner

Ein neues Produkt,
eine neue Verkaufsidee
in einem besonderen Sortiment:
Braun.



Die lukrative Markt„nische“ für den Braun drymatic

Wäschetrocknen ist heute mit vielen Problemen verbunden.

Der Braun drymatic löst diese Probleme. Er ist nicht größer als ein Aktenkoffer, ist mobil, wird einfach an eine Tür oder Wand gehängt und geöffnet.

Der Trockensack 1,20 m lang, entfaltet sich, die Wäsche wird hineingehängt, die Heizstufe gewählt und die automatische Zeitschaltuhr eingestellt. Weil nur Wind und Wärme die Wäsche berühren, wird sie schonend und dabei schnell getrocknet.

Systematisches Wachstum durch systematische Sortimentserweiterung



Beispiel: Braun Feuerzeuge

Das Braun Sortiment Elektrofeuerzeuge ist ein idealer Baustein zur Sortimentserweiterung für den Elektrofachhandel.

Das Anbieten von Feuerzeugen ist jetzt problemlos in der diebstahlgesicherten Braun Feuerzeugvitrine.

Steigen Sie ein in das zukunftsichere Geschäft mit elektrischen Feuerzeugen. Sprechen Sie mit Braun.

BRAUN Das besondere Sortiment

Mehr Gewinn aus dem Rasierergeschäft



Mit der neuen Braun Service Bar der Verkauf von Zubehör und Austauschteilen für Elektrorasierer ist

- besonders vorteilhaft
- macht auf La-Rasierschritt Dauerkundenschaft
- schafft Anreiz für zusätzliche Verkäufe aus dem übrigen Sortiment.

BRAUN Der besondere Service

„Das besondere Sortiment“

ermöglicht systematisches Wachstum für den Fachhandel. Das Geräte-Programm von Braun ist so gegliedert, daß die einzelnen Produktgruppen in sich geschlossene Bausteine bilden, die vom einzelnen Fachhändler je nach Notwendigkeit und Möglichkeit aneinandergesetzt werden können.

Bei der Domotechnica wurde dies auf dem Stand am Beispiel Braun Feuerzeuge dargestellt.

Das besondere Sortiment

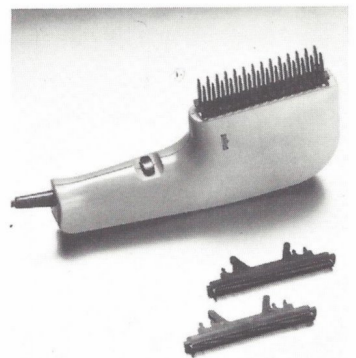
ist auch der Titel einer Informationsbroschüre, die in Kürze dem Fachhandel als „Planungshilfe“ zur Verfügung steht. An zahlreichen Beispielen von Fachkollegen wird gezeigt, wie systematisches Wachstum durch systematische Sortimentserweiterung möglich ist.

Der erste Entwirr- und Pflegekamm auf dem deutschen Markt

Lady Braun swing-hair

Auch das Lady Braun Haarpflege-Programm ist ein Baustein für das **besondere Sortiment**. Es wurde jetzt sinnvoll ergänzt durch den Lady Braun swing-hair, der das Haar entwirrt, pflegt und toupiert.

Lady Braun swing-hair ist mit zwei Kämmen ausgestattet, die sich gegenläufig hin- und herbewegen. Ein starkes Antriebsaggregat bringt die beiden Kämmen in eine sehr schnelle Bewegung. Dadurch wird das Haar schonend und sanft behandelt, die Durchzugskraft beim Kämmen ist wesentlich reduziert, das heißt,



Schnelle, einfache und sanfte Haarpflege

Lady Braun swing-hair wird mit je einem Satz Kämmen zum Entwirren und zum Toupieren geliefert. Die Farbe des Gerätes ist orange, die Farbe der Kämmen schwarz.

Der neue Aroma-T-Filter

Tee vom Kaffeeautomaten



Für den Braun Aromaster wurde ein spezieller Tee-Filter entwickelt,



der die aromatische Teezubereitung (2-10 Tassen) ermöglicht. Die Teeblätter sind von heißem Wasser ganz umgeben und können ihr Aroma voll entfalten. So kann der Tee minutenlang (je nach gewünschter Stärke) ziehen. Nach Abschluß der Teezubereitung wird der Filter unterhalb des Kannendeckels eingehängt.

Ergebnis der Messe-Umfrage aus Kontakte 10

86% besuchen Fachmessen

Das große Interesse der Händlerschaft am Besuch von Fachmessen, das wir während der Messetage immer wieder beobachten, hat sich durch unsere Umfrage bestätigt: **86% der Einsender besuchen Fachmessen.** Eine Reihe von Einsendern nannte in Kurzmerkungen auf der Umfrage-Karte auch die Gründe für ihren Messebesuch, die sich in etwa folgender Reihenfolge ordnen lassen:

1. Information über Neuheiten und über das Gesamtangebot.
2. Persönlicher Kontakt mit der Industrie.
3. Anregungen für die Sortimentspolitik.
4. Anregungen für Ladengestaltung und Dekoration (durch Messestände).

Daß einer – sicher nicht weniger ehrlich – schrieb: „Weil das Kölsch so gut schmeckt“, sei nicht verheimlicht. Frage nur: Was macht der Mann in Hannover?

Weiteres Umfrageergebnis:
73,6% der Einsender halten die Aufteilung der Kölner Messe in zwei Messen für richtig.

Vom 25. April bis zum 3. Mai läuft die Hannover Messe. Auch dazu laden wir alle Geschäftsfreunde herzlich ein.

Wir bieten alles, was – wie wir nun aus unserer Umfrage wissen – gewünscht wird: Information, Kontakt, Gespräch.

Kommen Sie auf den Braun-Stand in Halle 8, Stand 1900.

Premiere auf der Frankfurter Frühjahrmesse

Taschenfeuerzeug Braun weekend

Das neue Braun weekend ist ein Feuerzeug für junge, progressive Leute, die auch bei den Gebrauchsgegenständen des Alltags Wert auf Form und Design legen. Es hebt sich von den anderen Modellen seiner Preisklasse durch sein besonderes Profil ab und dokumentiert so den guten Geschmack seines Besitzers.

Seine Technik ist modern: Die bewährte kristall-elektrische Zündung. Einfach und sicher

zu bedienen durch die große, griffige Taste. Kratz- und stoßunempfindliches Kunststoffgehäuse.

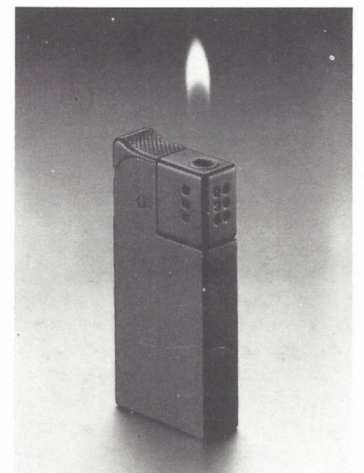
Dieses Modell erweitert das Braun-Sortiment elektrischer Feuerzeuge in eine besonders günstige Preisklasse hinein: Ideale Ergänzung des „besonderen Sortiments“.

Feuerzeug-Präsentation ohne Diebstahlgefahr

Eine neue Verkaufshilfe von Braun: die Sicherheitsvitrine für die Präsentation von Braun Tisch- und Taschenfeuerzeugen. Die Vitrine hat ein sehr attraktives Design, ist stabil, praktisch



und beansprucht wenig Raum. Ob sie auf dem Ladentisch oder im Regal aufgestellt oder an die Wand gehängt wird – immer ist sie ein auffälliger Blickfang, der das Interesse der Kunden auf sich lenkt.



In vier Farben ab Mitte Juni lieferbar: schwarz, gelb, grün, braun.

Verkaufserfolg durchs ganze Jahr mit Braun

Monat	April																														
Wochentag	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Zeitablauf der Aktionen	1																														
	2																														
	3																														
	4																														
	5																														
	6																														
	7																														
	8																														

1 Das besondere Angebot: Befragungsaktion „Verbraucher- Forum“

Mitte März bis 15. Mai
Verkaufsförderung
für alle Produktlinien

Die Unterlagen und Befragungskarten für die Aktion „Verbraucher-Forum“ haben Sie bereits erhalten. (Falls nicht, benutzen Sie die **Leser-Service-Karte**.)

Die Befragungsaktion wird uns und damit auch Ihnen Auskunft geben über die Schwerpunkte der künftigen Kundennachfrage. Sie lernen Ihren Kunden kennen und erfahren, welche Geräte Sie ihm zur Neuanschaffung oder als Ersatzbedarf anbieten können.

Und nicht zuletzt: jede ausgefüllte Fragekarte nimmt an einer Verlosung teil: Hauptpreise 5 Studienreisen in die USA, insgesamt aber 500 Preise, so daß die Gewinnchance für Sie groß ist.

2 Service zahlt sich aus

Mitte März bis 31. Mai
Verkaufsförderungsaktion
für Braun Rasierer

Die neue Braun Rasierer-Servicebar – eine verkaufsaktive Kleinitrine mit Austauschteilen und Zubehör – wird jetzt dem qualifizierten Facheinzelhandel zur Verfügung gestellt.

Sie präsentiert die Austausch- und Zubehörteile mit starker Aufmerksamkeitswirkung und bewahrt sie gleichzeitig diebstahlsicher auf. Damit bringt sie lohnende Mehrumsätze im Rasierergeschäft bei geringem Aufwand, denn sie löst direkte Kaufimpulse aus.

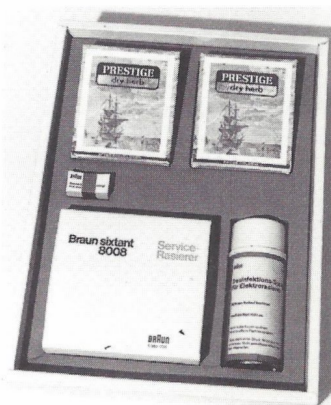
Falls Sie die Rasierer-Servicebar noch nicht aufgestellt haben, setzen Sie sich bitte sofort mit Ihrem Braun Verkaufsbüro in Verbindung. Lassen Sie sich dieses lohnende Geschäft nicht entgehen.

3 Service-Rasierer Braun sixtant 8008

Anfang April bis 30. September
Verkaufsförderung
für den Braun sixtant 8008

Unser Foto zeigt den attraktiv ausgestatteten Aktions-Set mit dem Braun Service-Rasierer sixtant 8008, 2 Flaschen After-shave und Desinfektionsspray zum Reinigen des Geräts. **Senden Sie sofort Ihre Anrechtscheine ein**, die Ihnen im Rahmen der Aktion „Das besondere Angebot“ übergeben worden sind.

(An Braun AG, Abt. HS-MPR, 6242 Kronberg, Postfach 115.)
Sie erhalten dann umgehend den Aktions-Set.



4 Verkaufs- förderungsaktion Braun sixtant 8008

Ende April bis 30. Juni
Aktion
für den Braun sixtant 8008

Mit dieser Aktion machen wir ein starkes Produkt noch stärker und helfen Ihnen damit, aktiv und erfolgreich zu verkaufen. Die Aktion führt Ihre Kunden in 5 Schritten vom ersten Kontakt mit dem Braun sixtant 8008 zum Kauf:

Sehen/Hören (Werbung)

Begegnen (Schaufenster)

Kennenlernen (Laden)

Erproben (Proberasur)

Bewerten (Bewertungskarte)

sind die Stichworte, die Ihnen den positiven Abschluß des Verkaufsgesprächs erleichtern.

Gewußt wie

Batterie-Rasierer brauchen die richtigen Batterien



Der Batterie-Rasierer Braun casset hat eine ganze Reihe von Vorzügen; vor allem das bewährte sextant Schersystem mit dem platinveredelten Scherblatt, das eine optimale Hautschonung bietet. Er ist kompakt, leicht, handlich und – vor allem – netzunabhängig.

Er kann seine Leistungsfähigkeit aber nur dann voll bringen, wenn er mit den richtigen Batterien bestückt ist.

Im folgenden geben wir Ihnen einen Überblick über die Batte-

rien, die wir für den Braun casset empfehlen:

AIRAM R 6 TR
BEREC MN 1500
DAIMON 298
HELLESENS 728
KAPSCH R 6/3
LECLANCHE R 6S
MALLORY MN 1500
MAXELL „1000“
NATIONAL HiTop
NOVEL AM 3
SUPERPILA AV 7
VARTA 280

Weisen Sie die Käufer von Batterie-Rasierern bitte auch auf die richtige Behandlung der Batterien hin:

Schutz vor besonderer Wärme, aber auch vor besonderer Kälte (Batterien geben ihre Bestleistungen unter Normalbedingungen)

Leere Batterien nie im Gerät lassen (Auslaufgefahr!)

Keine alten und frischen Zellen „zusammenspannen“.

Unter dieser Adresse werden Sie in unserer Kartei geführt.

Bitte prüfen Sie sie auf Richtigkeit und Vollständigkeit.

Wir möchten sicher sein, daß wir bei Ihnen immer an der „richtigen Adresse“ sind. Deshalb bitten wir Sie, eventuelle Änderungen oder Ergänzungen auf der Karte zu vermerken.

Diese Aktion „Richtige Adresse“ verbinden wir mit einer kurzen Umfrage nach Daten, die im Rahmen unserer Verkaufsförderungsarbeit für Sie von großer Wichtigkeit sind.

Auch der **Leser-Service** soll bei dieser Nummer der Kontakte nicht zu kurz kommen. Auf der Adressenseite der nebenstehenden Karte finden Sie die Punkte, zu denen wir Ihre Wünsche gern entgegennehmen.

Wenn Sie die Karte in der Mitte auseinandertrennen und den rechten Teil (Postkartenformat) an uns zurücksenden, verbleibt Ihnen der zwischen Seite 2 und 3 befindliche kleine Teil als Orientierungskärtchen für die Hannover Messe 1974.

Thema für die Braun Osterdekoration:

Geschenke suchen — Geschenke finden

Unser Bild zeigt ein Beispiel für die Braun Dekoration zur Geschenkssaison an Ostern.

Allgemein sei darauf hingewiesen, daß gerade vom **Elektrofachhandel** das Thema „Ostern“ als **Aufhänger für Angebots- und Verkaufsaktionen noch viel zu wenig ausgespielt wird.**

Wie interessant und ergiebig aber dieses Thema ist, zeigt der intensive Gebrauch, den Warenhäuser, Verbrauchermärkte und natürlich auch der Lebensmittelhandel davon machen.

Da viele Elektrokleingeräte bereits im Impulskaufbereich liegen, das heißt, auf ein aktuelles Angebot hin spontan gekauft und mitgenommen werden, – da viele dieser Geräte ausgesprochenen Geschenkcharakter haben und zu den Dingen gehören, die man sich nicht unbedingt selber kauft, die aber als Ge-

schenk größte Freude auslösen, – ist dieser „Aufhänger“ immer für Zusatzverkäufe gut.

Für die diesjährige Osterdekoration hat Braun Dekomittel entwickelt, die Sie auf unserem Bild sehen:

Das Aktionsplakat mit dem Thema „Geschenke suchen – Geschenke finden“, als Blickfang Ostereier in verschiedenen Größen (als „Eier im Ei“, das heißt, die kleinen Eier sind im großen enthalten), die geschlossen oder offen als Produktträger dekoriert werden können.

Die Braun Osterdekoration wurde ausschließlich durch den Braun Dekorationsdienst dekoriert. Falls er nicht automatisch zu Ihnen kommt und Sie an weiteren Dekorationen interessiert sind, wenden Sie sich bitte an Ihr Braun Verkaufsbüro oder an Ihren Großhändler.



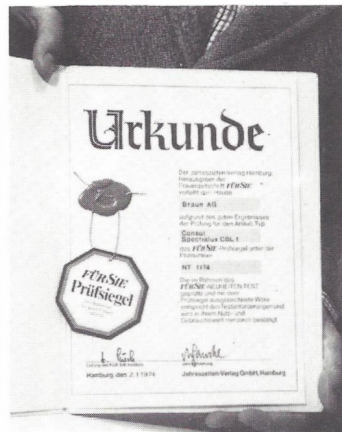
Aktuelles in Kürze

»Für Sie« Prüfsiegel für den Consul Spectralux

Der neue Handleuchtspiegel Consul Spectralux hat sich inzwischen als ein Gerät erwiesen, das schnellen Umschlag bringt und viele Kunden zum Spontankauf veranlaßt.

Jetzt erhielt er das FÜR SIE Prüfsiegel mit folgendem Urteil:

„Der Jahreszeiten-Verlag Hamburg, Herausgeber der Frauenzeitschrift FÜR SIE, verleiht dem Hause Braun AG aufgrund des guten Ergebnisses der Prüfung für den Artikel Typ **Consul Spectralux CSL 1** das FÜR SIE-Prüfsiegel unter der Prüfnummer NT 1/74.



„Brief und Siegel“ für den Consul Spectralux und seine Qualitäten.



Werbung für Rasierer bei Gastarbeitern

Seit März 1974 schalten wir wieder Anzeigen für Braun Rasierer in den führenden Gastarbeiter-Zeitungen Deutschlands. Die Sujets sind die gleichen wie in der Vorweihnachtszeit (abgebildet in Kontakte Ausgabe 10). Die damals zugesandten Anzeigen-Andrucke können also in dem praktischen Wechselrahmen weiterhin im Schaufenster oder im Verkaufsraum eingesetzt werden.

Nach Ostern stellen wir allen Interessenten einen **Wechseleinsatz** zur Verfügung, der in **sechs verschiedenen Sprachen** das betreffende Geschäft gegenüber den Gastarbeitern als ein Fachgeschäft für Braun Rasierer ausweist. Bestellen Sie diesen Wechseleinsatz mit der **Leser-Service-Karte**.



Die im Rahmen des FÜR SIE-NEUHEITENTESTS geprüfte und mit dem Prüfsiegel ausgezeichnete Ware entspricht den Testanforderungen und wird in ihrem Nutz- und Gebrauchswert hierdurch bestätigt.“

Vorankündigung:

Der Braun Kundendienst zieht nach Kronberg

Zu Anfang Mai wird der Braun Kundendienst (bisherige Adresse: Frankfurt/Main, Rüsselsheimer Str. 22) sich in neuen und größeren Räumen in Kronberg einrichten.

Der Umzug wird selbstverständlich genutzt, um in einzelnen Punkten den Service für unsere Geschäftspartner noch zu verbessern.

Absolute Zuverlässigkeit und äußerste Schnelligkeit sind nach wie vor unsere wichtigsten Ziele, die wir in Kronberg durch Einrichtung optimaler Arbeitsabläufe noch besser als bisher verwirklichen können.

Über Telefon-Anrufbeantworter werden wir eine **Bestellmöglichkeit rund um die Uhr** gewährleisten, so daß Ersatzteillieferungen postwendend erfolgen können.

Die neue Anschrift wird lauten:

**Braun Kundendienst
6242 Kronberg
Am Auernberg 12**

Dieser Vorankündigung wird eine Aussendung folgen, die Sie rechtzeitig über genaues Umzugsdatum und alles sonst Wissenswerte informieren wird.



Der Prospekt für den Braun drymatic

zeigt diesen neuen Wäschetrockner mit seiner interessanten Idee: Neben dem themabezogenen Symbol Wäscheklammer wird der Betrachter die gleichen Handgriffe wie bei der Handhabung des Gerätes erkennen: Öffnen und Ausklappen, aus dem kleinen handlichen Aktenkoffer wird ein 1,20 m langes Trockengerät.

Der Prospekt spielt eine wichtige Rolle bei der Einführungsaktion für den Braun drymatic, die ab Mitte April läuft.

Kontakte

Ausgabe 11/April 1974

Herausgeber: Braun AG,
Artikelbereich Haustechnik,
6242 Kronberg/Ts.
Am Schanzenfeld

Mit Ideen besser verkaufen

Gezielte Prospektverteilung steigert den Umsatz

Wie in jeder Ausgabe der Kontakte, veröffentlichen wir hier ein Beispiel für besondere Verkaufsideen im Fachhandel. Heute ist es die Firma Nitzsche in Darmstadt, die uns das Erfolgsbeispiel bietet.



„Schenk was von Nitzsche“ ist das freundliche Motto, unter das Klaus Nitzsche sein Geschäft in Darmstadt am Ludwigsplatz gestellt hat.

Diesem Motto paßt er einen Teil seiner Verkaufsaktionen an: zu den Zeiten des Jahres, die hohe Geschenksätze in Elektrogeräten bringen, setzt er Werbung und Verkaufsförderungsmaßnahmen ganz gezielt für das Geschenkangebot ein. Einer der wichtigsten Werbeträger für Elektrogeräte ist der Prospekt.

Das Problem ist, daß ein Großteil der Prospekte an die falschen Leute geht, – nicht zuletzt aus Gründen ihrer persönlichen Kaufkraft.



Die Braun-Prospekte wurden mit Firmeneindruck versehen.

Gezielte Verteilung bringt direkten Erfolg.

Klaus Nitzsche hatte sich vorgenommen, die Verkaufsunterstützung durch den Prospekt voll zu nutzen. Er versah den Braun Gesamtprospekt auf Vorder- und Rückseite mit seinem Firmeneindruck und seinem Firmen-Emblem als autorisierter Braun Rasierer-Kundendienst.

Dann beauftragte er eine Verteilerorganisation, 8000 Prospekte in Darmstadt direkt zu verteilen. Für die Verteilung wurden sehr sorgfältig „teure“ Haushalte ausgewählt, das heißt, Haushalte, die durch gute Wohnlage, durch Titel oder Beruf des Haushaltsvorstands oder durch persönliche Kenntnis als besonders kaufkräftig ermittelt wurden.

Der Erfolg stellte sich sehr bald nach Verteilungsbeginn ein. Insgesamt wurden während der Aktion, also direkt auf die Prospektverteilung zurückzuführen, 350 Braun Hausgeräte (ohne Rasierer!) mehr verkauft.

Hinweise zum Selbermachen

Die Aktion ist sehr leicht durchzuführen:

Bei Braun die benötigte Zahl an Prospekten bestellen und sie mit dem Eindruck Ihrer Firma versehen.

Eine Direktverteilerorganisation am Ort beauftragen und die



Klaus Nitzsche – hier im Gespräch mit seiner Abteilungsleiterin – konnte innerhalb der letzten 5 Jahre seinen Umsatz verdoppeln. Als Hauptgründe für diesen Erfolg nennt er: Besondere Aktivität in Verkaufsförderung und Angebot; eine junge Führungsmannschaft; und die besondere Einsatzfreude seiner rund 50 Mitarbeiter.

Aktion mit ihr durchsprechen: Diese Organisationen haben sehr gute Erfahrungen in der Auswahl von Adressen und werden Sie gern beraten. Fragen Sie während der Aktionszeit alle Kunden, die sich für Braun Geräte interessieren, ob sie durch den verteilten Prospekt zu ihrer Nachfrage veranlaßt wurden. Damit haben Sie eine sehr einfache und klare Erfolgskontrolle, die Sie mit einer einfachen Strichliste führen können.

Frühlingsanfang bei Nitzsche

Der Tip für eine weitere Verkaufsförderungsaktion kommt auch von Klaus Nitzsche. (In diesem Jahr sogar als Gemeinschaftsaktion der NB-Mitglieder durchgeführt.)

In den Tagen um Frühlingsanfang postierte er am Eingang eine attraktive junge Dame in farbenfrohem Frühlingskostüm, die jeder hereinkommenden Kundin ein kleines Frühlingssträußchen überreichte.

Obwohl es sich dabei um eine reine Goodwill-Aktion handelte, wird doch die damit aufgebaute Sympathie für das Geschäft und die Erinnerung an diese freundliche Geste noch langfristig ihre positive Auswirkung auch auf den Umsatz haben.



Frühlingsanfang – dafür hatte Klaus Nitzsche das Motto seines Geschäfts umgekehrt: Laß Dir was schenken von Nitzsche.

Einladung zur Hannover Messe 1974

25. April - 3. Mai

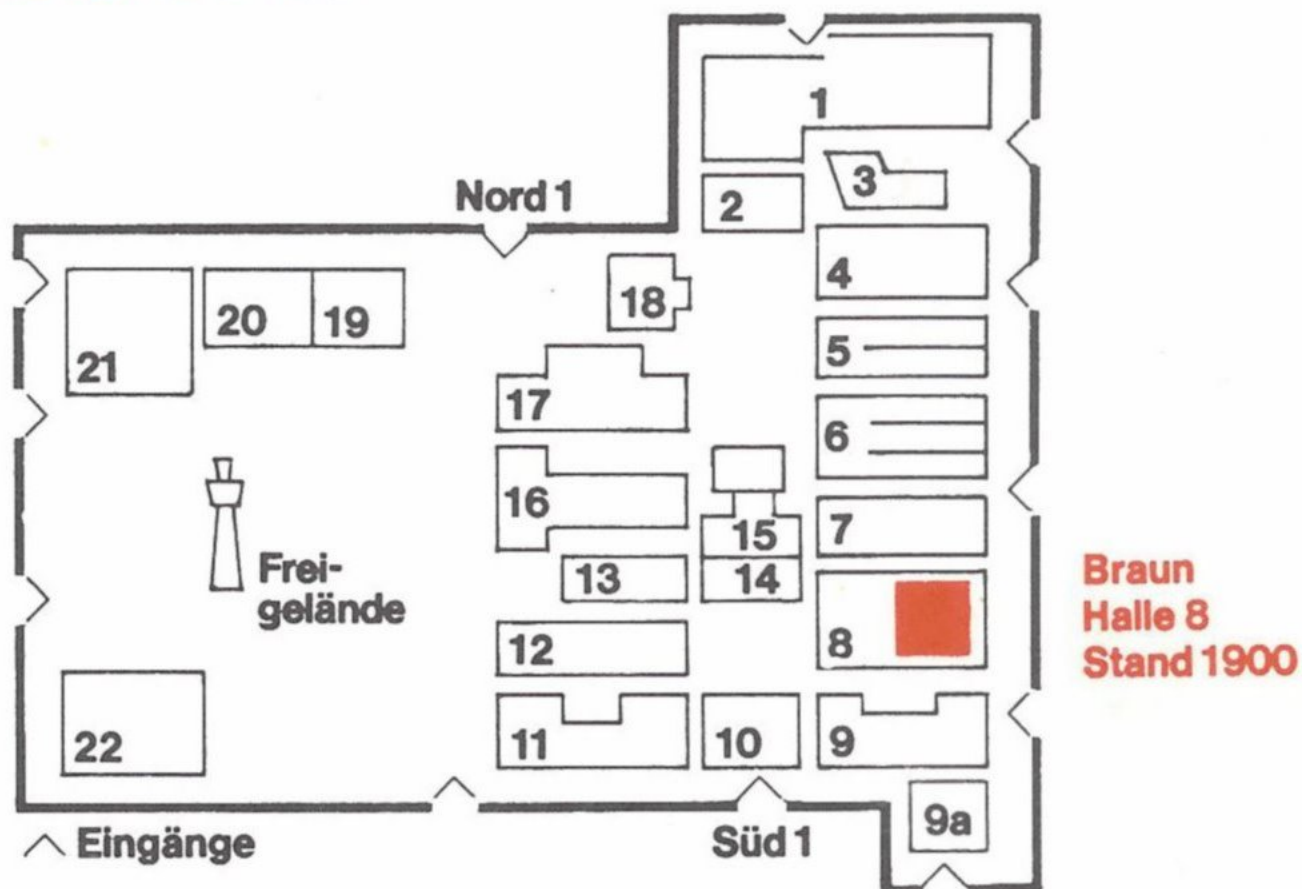
Herzlich willkommen
auf dem Braun Stand Halle 8, Stand 1900.

Lageskizze umseitig.

(Trennen Sie dieses Kärtchen ab
und stecken Sie es ein, wenn Sie zur Messe kommen.)

Hannover Messe
26. 4. – 4. 5. 1974

Der Weg zu Braun



6800 Mannheim

Marktplatz G 2.7

In unserem Vertrieb
folgende Produkte:

darunter Braun-

ja nein

- | | | | |
|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Elektro-Rasierer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Haushalt/Küchen-
Kleingeräte | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Körperpflegegeräte
(Haarpflege etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Elektrische Uhren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Feuerzeuge | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

unseres Geschäftes:

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> | Weiß und braune Ware |
| <input type="checkbox"/> | Rundfunk-Fachhändler |
| <input type="checkbox"/> | Stahlwaren |
| <input type="checkbox"/> | Hausrat |

oder: _____

„Kontakten“,
Aktuelle Mitteilungen
für die Geschäftspartner
der Braun AG, sind wir

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | interessiert |
| <input type="checkbox"/> | nicht interessiert |

Leser-Service

(30 Pfg.)

Braun Kontakte

Ausgabe 11/April 1974

Kreuzen Sie bitte
das zutreffende Feld an.

Befragungsaktion „Verbraucher-Forum“

(Kontakte 11/Seite 4)

Senden Sie mir die Unterlagen zu dieser Aktion.

Rasierer-Angebot für Gastarbeiter

(Kontakte 11/Seite 7)

Senden Sie mir den Wechseleinsatz
„Fachgeschäft für Braun Rasierer“.

Braun
Aktiengesellschaft
Abteilung S-MV
6242 Kronberg / Ts.
Am Schanzenfeld