

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

Für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,50 RM, unter Streifband 1,85 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.).

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend. Bestellungen an die Geschäftsstelle erbeten.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,- RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,5 RM).

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Merkur 4660, 4661, 7684

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 10, Jahrgang 51

Berlin C 2, Breite Straße 8-9

5. März 1927

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

Neuzeitliche Anzeigengestaltung im Edelmetall- und Uhrengewerbe

Von Dr. W. Lotz

Die Anzeige in der Zeitung oder Zeitschrift ist die Visitenkarte der Firma. Ja, sie ist oder sollte noch viel mehr sein, besonders wenn sie außer dem Text noch Bildschmuck enthält. Sie ist das, was der Besuchszug für den Mann der Gesellschaft ist. Wenn man Besuch von einem Manne bekommt, der mit künstlerischen und geschmackvollen Dingen zu tun hat, so wird man es als selbstverständlich ansehen, daß er eine Besuchskarte abgibt, die äußerst fein und ausgeglichen in Schrift und Schriftverteilung ist, und man wäre sehr enttäuscht, wenn er eine geschmacklose Krawatte tragen würde. Es sollte eigentlich ebenso selbstverständlich sein, daß eine Firma, die Gegenstände herstellt, die künstlerisch und geschmacklich gute sein sollen, auch darauf achtet, daß ihre Anzeigen künstlerisch gestaltet sind. Während sich bei Warengattungen wie Schokolade, Parfüms und Zigaretten in dieser Beziehung im allgemeinen ein günstiges Bild ergibt, läßt sich über die Anzeigen der Juweliere, der Gold- und Silberfirmen und der Uhrmacher nur ein weit weniger günstiges Urteil fällen. Eine meistens sehr rühmliche Ausnahme machen die großen Uhrenfirmen, die natürlich für Propaganda erhebliche Beträge auswerfen können und dafür eine besondere Abteilung besitzen. In denjenigen Betrieben und Geschäften, welche bei unserer Betrachtung im Vordergrund stehen sollen, entscheidet die persönliche Initiative und der Geschmack des Leiters oft unter der Mithilfe und dem Beirat des

Zeichners. Sehr oft kann man da nun feststellen, daß die Persönlichkeiten, die ganz auf die Gestaltung in ihrem Gewerbebedenke sind, für Reklamedinge gar nicht die rechte Einstellung haben. Besonders heute, wo das Reklamefach innerhalb ganz kurzer Zeit zu einem Spezialgebiete geworden ist, bei dem sehr viele technische und psychologische Kenntnisse und Übung in diesen

Dingen notwendig sind, wird es nicht überflüssig sein, auf dieses Gebiet einmal näher einzugehen. Der Juwelier und Uhrmacher, der ja mit Modeströmungen rechnet, muß sich mit der heute ganz neuartigen modernen Anzeigengestaltung irgendwie auseinandersetzen. Deshalb sollen deren Grundlagen hier einmal behandelt werden. Dann aber wollen wir auch der Frage nähere treten, wie der besondere Charakter von Schmuck, Uhren und Edelmetallgerät sich in der modernen Anzeige ausprägen kann.

In der Formgestaltung von Schrift- und

Satzanordnung ist ein grundlegender Wandel heute vor sich gegangen, und das Neue ist überraschend schnell Mode geworden. Aber es ist doch etwas mehr als Mode, es ist eine Rückkehr zu den eigentlichen Bedingungen der Setztechnik. Wenn man früher ein besonders schönes Inserat, einen schönen Briefkopf oder etwas ähnliches haben wollte, so ließ man sich von einem geeigneten Schriftzeichner eine Zeichnung anfertigen, von der man nachher eine Ätzung oder eine Autotypie herstellen ließ. Die Jüngsten und Modernen in der Typographie pflegen



Vorbildliches Klischee nach zeichnerischem Entwurf im präziösen Charakter des Schmuckes ohne direkte Wiedergabe von Schmuck