

Werkstücke freigemacht haben und zu uns geeilt sind, geboten werden. Der Uhrmacher kann froh und heiter sein, das haben uns frühere Tagungen bewiesen, er muß den Alltagsmenschen abstreifen und selbst dazu beitragen, daß lustige Stimmung herrscht, wenn Musik und Gesang dazu auffordern.

Wenn dann zum Abschluß das Dampfroß uns in die rauschenden Wälder des Harzes führt, wird jedermann aufatmen und wird in begeisterter Stimmung den alten Harz-

spruch ausrufen: „Es grüne die Tanne, es wachse das Erz, Gott schenke uns allen ein fröhliches Herz.“

Wie im vorigen Jahre das Münchener Kindl uns herzlich begrüßte, so ruft die Jungfrau in unserem Stadtwappen ein „Herzlich willkommen in Magdeburg“ allen lieben Kollegen zu.

Ernst Meyer, 1. Vorsitzender
des Unterverbandes Provinz Sachsen und Obermeister der
Magdeburger Zwangsinnung für das Uhrmacherhandwerk.

Eine originelle Werbeblatt-Reklame

Eine jede Reklame ist nur dann gut, wenn sie wirksam ist und den nach Art und Lage des Geschäftes größtmöglichen wirtschaftlichen Erfolg herbeiführt. Für die Kaufleute und auch für sehr viele Handwerker bedeutet die Reklame besonders in dem heutzutage so außerordentlich scharfen Konkurrenzkampfe eine unbedingte Notwendigkeit, zumal dann, wenn die bisherige Position nicht nur schlecht und recht gehalten werden, sondern das Geschäft vergrößert, der Ertrag gesteigert werden soll. Daher gehört es zu den notwendigsten Aufgaben auch des modernen Uhrmacher - Kaufmanns, die wirksamen Werbemethoden ständig eifrig zu studieren und das, was für das eigene Geschäft den größten Erfolg verspricht, in der Praxis anzuwenden. Zahllose Maßnahmen dieser Art gibt es, aber nur verhältnismäßig wenige können in der Praxis der einzelnen Geschäfte Verwendung finden. Einige Grundregeln freilich gelten ausnahmslos für alle Einzelhandelsgeschäfte, so die Sauberhaltung und der häufigere Umbau der Schaufensterauslagen, die höfliche Behandlung der Kundschaft u. ä. m., zumal diese entweder mit gar keinen oder immer mit einem solchen Kostenaufwand durchgeführt werden können, welcher der Leistungsfähigkeit der einzelnen Geschäfte entspricht. Das anerkannt bedeutungsvollste Werbemittel des Einzelhandels in seiner Gesamtheit, die Reklame in Zeitungen und Zeitschriften, kann jedoch von vielen Uhrmachern nicht immer in dem Maße benutzt werden, wie es zur Erzielung eines angemessenen Erfolges notwendig wäre. Am ungünstigsten sind in dieser Beziehung die Uhrmacher in den größten Städten und auf dem platten Lande gestellt, die ersteren deswegen, weil in den für sie in Betracht kommenden Bezirken sehr häufig die als Reklameträger zur Verfügung stehenden Zeitungen nur verhältnismäßig wenig Leser haben und die Anzeigen daher zu teuer wären, die letzteren aus dem Grunde, weil die Landbevölkerung vom Frühjahr bis in den Spätherbst hinein dem Anzeigenteil der Zeitungen nicht diejenige Beachtung schenken kann, welche notwendig ist, wenn die Anzeigen praktisch wirksam werden sollen. Dies darf jedoch nicht dazu verleiten, auf die äußerst wichtige Anzeigenreklame auch unter günstigeren Verhältnissen deswegen zu verzichten, weil sich nicht gleich ein größerer Erfolg bemerkbar machte. Ist die Firma durch ständige Anzeigen gut bekannt geworden, so darf das Inserieren erst recht nicht unterlassen werden. Das Leitwort für diese Reklameart lautet: „Immer wieder!“ Die Richtigkeit dieser Bemerkung ergibt sich schon daraus, daß die am stärksten vorwärtsdrängenden und bekanntesten Firmen sich in besonders starkem Maße der Anzeigenwerbung bedienen.

Am wirksamsten ist die Reklame dann, wenn sie das Publikum auf originelle, bislang in dem Kundenkreise nicht gepflegte Art dazu anreizt, Waren der betreffenden Geschäfte zu kaufen oder Leistungen in Auftrag zu geben. Wir sind heute dazu in der Lage, von einer solchen originellen und, wie der Erfolg gezeigt hat, ungemein wirksamen

Werbemethode Kenntnis zu geben, wie sie von dem Uhrmacher Adolf B. Neugebauer in Waxweiler seit geraumer Zeit gepflegt wird. Waxweiler liegt im Eifelgebirgslande, dem, wie durch den Bau der Autostraße des Nürburgringes in der Eifel weitesten Kreisen bekannt geworden ist, ärmsten Teile ganz Deutschlands. Die Bevölkerung ist fast ganz auf die Landwirtschaft angewiesen, die hier jedoch nur ein sehr kümmerliches Auskommen gestattet, trotzdem sie noch mehr als anderswo die Anspannung aller Kräfte erfordert; müssen doch in jenen Gegenden die Leute den Dünger in selbstgeflochtenen Körben auf dem Rücken auf die bergigen Felder hinauftragen. Da hier das Geld immer „das wenigste“ ist und für den Uhrmacher nur wenig übrigbleibt, sind die Verhältnisse denkbar schwierig. Und trotzdem hat Kollege Neugebauer, wie er uns schreibt, eine Entwicklung seines Geschäftes erreicht, die mancher Uhrmacher selbst in einer besseren Gegend als unmöglich bezeichnen würde. Wenn der Kollege in einem Dorfe seines Bezirkes nicht mindestens auf jeden zehnten Kopf der Bevölkerung im Jahre eine Reparatur hat, so ist er nicht zufrieden, und er läßt nicht locker, bis das Ziel erreicht ist. Folgendes Beispiel gibt er an: Für ein Dorf mit 133 Ein-

Zur rechten Zeit früh angefangen,
Zur rechten Zeit ins Bett gegangen,
Zur rechten Zeit hinaus auf's Feld,
Zur rechten Zeit das Haus bestellt,
Zur rechten Zeit — nicht wie's grad fällt —
Zur rechten Zeit hast Du dann Geld!

**Die rechte Zeit zeigt Deine Uhr
War sie bei mir in Reparatur!**

**„Zur Sekunde“
Uhrmacher Neugebauer**

Schmelzberg 28 Waxweiler Schmelzberg 28

**Jede reparierte Uhr
ein Jahr Garantie.**

**Der Preis wird
stets vorher gesagt.**

Eigener Entwurf —:— Nachdruck verboten.