

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung

## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8



## Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,- RM berechnet (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,7 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 52, Jahrgang 54 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 27. Dezember 1930

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Einiges aus der Praxis der Weihnachts-Werbung der Uhrmacher und Juweliere

Über das Ergebnis des Weihnachtsgeschäftes in unserem Fache können naturgemäß heute noch keine näheren Angaben gemacht werden. Wenn auch einige Geschäftsinhaber zufrieden sind, da der Umsatz des vorigen Jahres nahezu wieder erreicht oder gar überschritten wurde, so ist doch die Regel zweifellos eine andere, und ein Minderumsatz von 20 % ist in Anbetracht aller Verhältnisse als normal anzusehen. Dabei haben sich die Uhrmacher und Juweliere noch eifriger und in geschickterer Weise als in den letzten Jahren bemüht, das Interesse des Publikums für die von ihnen geführten Waren zu wecken und die Käufer zu sich heranzuziehen. Umsonst war die Arbeit aber nicht, denn anderenfalls wäre unzweifelhaft das Geschäft noch wesentlich schlechter ausgefallen. Wenn wir nun auch das erfreuliche Fortschreiten in der kaufmännischen

Geschäftsführung gegenüber dem Vorjahre mit Genugtuung feststellen, um so mehr als die Fachpresse durch ihre seit Jahren gegebenen Anregungen zu ihrem Teile dazu beigetragen hat, so darf doch auch nicht übersehen werden, daß sich viele Fachgenossen erst zögernd gegenüber den neuzeitlichen Erfordernissen verhalten, und daß infolge der vielfach sehr großen wirtschaftlichen Not und der dadurch

aufs äußerste verschärften Konkurrenzverhältnisse mißliche Erscheinungen in der Werbung weit mehr als zu normalen Zeiten aufgetreten sind, die zurückzudämmen — an eine völlige Beseitigung ist natürlich gar nicht zu denken — im Interesse des ganzen Gewerbes liegt.

Die größten Fortschritte sind, wie wohl allgemein zugegeben wird, auf dem Gebiete der Schaufensterwerbung gemacht worden. Die hier wiedergegebenen Weihnachts-Schaufenster sind recht schöne Beispiele für die werbewirksame Gestaltung der Uhren- und Schmuckwaren-Schaufenster, auch wenn einer ihrer größten Vorzüge, der Farbenreiz, infolge des Schwarz-weiß-Druckes verlorengeht. Die Abbildung 1 gibt das Weihnachtsfenster des Uhren- und Goldwaren-Geschäftes Kriechel-Körner, Mayen i. Rhld., wieder, deren Schaufenster wir schon

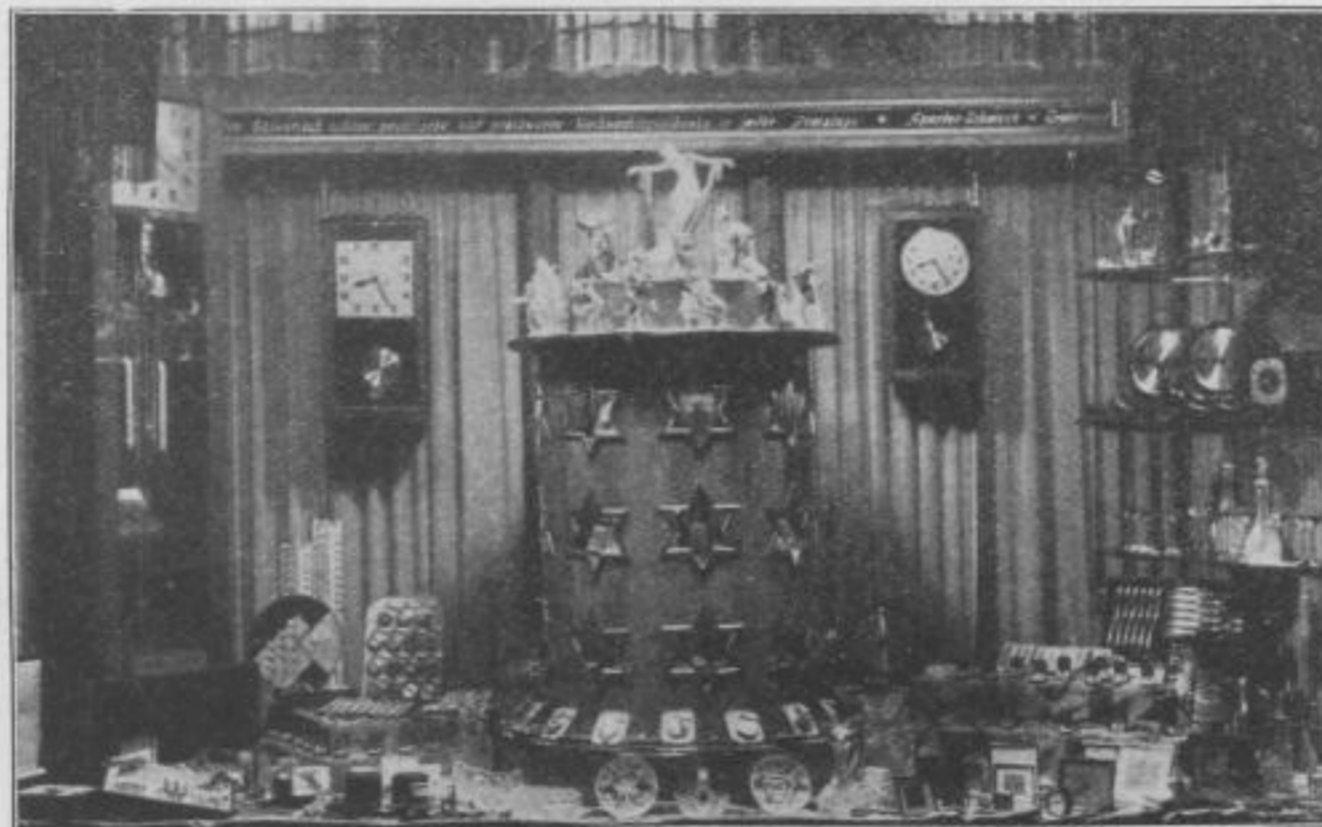


Abb. 1. Weihnachts-Schaufenster des Uhren- und Goldwarengeschäftes Kriechel-Körner, Inh. Franz Körner, Mayen i. Rhld.

früher mehrfach mit besonderer Anerkennung besprechen konnten. Die in dem oberen Teil sichtbare Schrift ist auf einem laufenden von innen beleuchteten Bande angebracht, das eine Länge von rund 8 m hat. Darüber prangt in großen goldenen Buchstaben der Name „Körner“. Das Hauptstück der Ausstellung und gleichzeitig ein wirksamer Blickfang ist