

lung dieser Matern erforderte immerhin größere Mittel, so daß in der Zeit nach Weihnachten aus finanziellen Gründen auf diese Maßnahme verzichtet werden mußte. Es wurden jedoch mit Erfolg auf anderen Wegen Artikel, die sich mit Schmuck und dergleichen befaßten, in der Tagespresse untergebracht. Insgesamt sind 26 Artikel mit und ohne Illustrationen in zusammen 449 Veröffentlichungen von Tageszeitungen abgedruckt worden, die sich z. T. bis in den Sommer d. J. hinein erstrecken.

Zweimal gelang es, im Rundfunk Vorträge über Schmuck halten zu lassen.

b) **Direkte Werbemaßnahmen für den Einzelhändler.** Als Einzelhandelswerbemittel wurden bereitgestellt: Fünf verschiedene Werbeprospekte, eine Werbepostkarte, sechs Schaufensterbilder in verschiedenen Größen und gematerte Entwürfe für Zeitungsinsertate. Diese Maßnahmen wurden in einem Flugblatt, das in etwa 45 000 Exemplaren verbreitet wurde, dargestellt und dem Einzelhandel zur Bestellung angeboten. Die einzelnen Prospekte waren untereinander sowohl im Typus als auch im Preise sehr verschieden, um den verschieden gearteten Ansprüchen gerecht werden zu können. Auf Wunsch wurden Firmenaufdrucke zum Selbstkostenpreis angebracht. Insgesamt wurden rund 140 000 Prospekte und Werbepostkarten und etwa 700 Schaufensterplakate verschiedensten Formats abgesetzt. Auch von den Inseratvorschlägen, die noch aus dem Vorjahr stammten, wurde in diesem Jahre reichlicher Gebrauch gemacht.

3. **Finanzielle Lage.** Wie schon erwähnt, scheiterten manche der geplanten Unternehmungen an der finanziellen

Lage des Zentralausschusses. Trotz dieses Verzichtes war es nicht möglich, alle eingegangenen Verpflichtungen mit Hilfe der aus den Propagandaabgaben einlaufenden Mittel zu decken. Schon zu Beginn des Geschäftsjahres waren nicht unerhebliche Rückstände vorhanden, deren Abdeckung nur teilweise gelang. Der rechnerische Abschluß ergibt, daß ein größeres Schuldkonto in Form noch nicht bezahlter Rechnungen und Bankschulden besteht. Dies auszugleichen, muß natürlich erste Pflicht des Zentralausschusses sein.

4. **Plan für das kommende Jahr.** Die allgemeine katastrophale Wirtschaftslage sowie auch die oben angedeuteten eigenen Schwierigkeiten des Zentralausschusses zwingen dazu, mit kostspieligeren Werbemaßnahmen für die nächste Zukunft zurückzuhalten. Das Kuratorium hat daher beschlossen, alle eingehenden Mittel zunächst zur Abdeckung der Schulden zu verwenden und lediglich diejenige Propaganda durchzuführen, die ohne größeren Aufwand und auf Grund der vorhandenen Materialien möglich ist. Dies sind in erster Linie die indirekten Werbemaßnahmen, durch welche die angeknüpften Beziehungen aufrecht erhalten werden müssen, wenn nicht wertvolles Gebiet verloren gehen soll. Um auch die Kosten der Geschäftsführung für diese Zeit zu ermäßigen, ist der Vertrag mit Prof. Frenzel vorläufig gelöst und die Durchführung der noch übrigen Maßnahmen der Pforzheimer Geschäftsstelle allein übertragen worden. Sollten die Einkünfte des kommenden Jahres sich wider Erwarten bessern, so ist geplant, Überschußbeträge zu sammeln und im nächsten Jahre zur Durchführung eines tatkräftigeren Werbefeldzuges zu verwenden.

## Sprechsaal<sup>\*)</sup>

### Reparaturwerbung im Schaufenster

Das in Nr. 30 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. abgebildete und beschriebene Schaufenster des Kollegen Ewald Hafer, Cammin i. P., durch das fast ausschließlich für Reparaturen geworben wird, finde ich ganz hervorragend, und nur die Unmöglichkeit, davon Gebrauch zu machen, hält mich ab, eine ähnliche Dekoration herzurichten. Uhrengeschäfte mit nur einem Schaufenster müssen auf eine derartig umfangreiche Reparaturwerbung im allgemeinen verzichten; jedenfalls können sie solche Fenster nur für kurze Zeit zur Abwechslung verwenden.

Da nun die meisten Kollegen gleich mir für ihre Waren nur durch ein Schaufenster werben können, so möchte ich wünschen, daß ihnen ein erstklassiges farbiges Plakat mit einer dem Reparatur-Schaufenster des Kollegen Hafer ähnlichen Darstellung in

der ungefähren Größe 60 × 40 cm zur Verfügung gestellt würde. Dieses Plakat könnte man in einem hübschen Rahmen an auffälliger Stelle für eine gewisse Zeit ins Schaufenster stellen und es auch später immer wieder einmal in der Dekoration erscheinen lassen. Die Wirkung eines solchen Plakates würde allerdings weniger offensichtlich sein als diejenige eines vollständig eingerichteten Fensters in Natur; aber auch das Plakat würde viele Betrachter dazu veranlassen, sich etwas näher mit dem Sinne der Darstellung zu befassen. Dadurch würde auch der angestrebte Zweck, die Kundschaft über die Schwierigkeiten unserer Reparaturarbeiten in anschaulicher Weise aufzuklären und mit den technischen Eigenarten der Uhren vertrauter zu machen, zu einem guten Teile erreicht.

Fritz Heinze.

### Die Pflege unseres Innungslebens

Unter dieser Überschrift hat Kollege S. in Nr. 30 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. eine Anregung gegeben, die es wert ist, von den Innungsvorständen aufgegriffen zu werden. Der Gedanke, die Innungsversammlungen durch allgemein bildende Vorträge inhaltreicher und interessanter zu gestalten, ist freilich nicht neu, und er ist auch schon an vielen Orten verwirklicht worden. So hat es z. B. unser Obermeister Methner ausgezeichnet verstanden, uns des öfteren durch Vorträge, deren Stoff uns fachlich nicht unmittelbar berührte, im Anschluß an die Innungsversammlungen belehrend zu unterhalten. Ausnahmslos erklärten wir uns mit der Angliederung der Vorträge an die Tagesordnung der Versammlungen einverstanden und bewiesen unserem Obermeister durch regstes Interesse, daß er uns mit den Vorträgen einen gern angenommenen Dienst erwies.

Erforderlich ist es allerdings, daß die Obermeister dann, wenn ein Vortrag dieser Art gehalten werden soll, die fachlichen Besprechungen so schnell erledigen, daß mindestens eine volle Stunde für den Vortrag zur Verfügung steht. Natürlich müssen sich dann auch diejenigen Mitglieder, welche aus einer Innungsversammlung gern eine ausgedehnte Landtagssitzung machen möchten, bei ihren Ausführungen kurz fassen. Da diese Vorträge auch

Abwechslung in den oft monotonen Beratungstoff bringen und nach der „ordentlichen Hauptversammlung“ auf die erregten Gemüter beruhigend und sammelnd einwirken, so kann man ihnen das Innungsleben befruchtenden Charakter nicht in Abrede stellen.

In der Praxis begegnet freilich die Durchführung des in Rede stehenden Gedankens einigen Schwierigkeiten. In großen Innungen finden sich verhältnismäßig leicht geeignete Kollegen oder der Innung nahestehende Herren zu Vorträgen bereit, doch fehlt es bei diesen Innungen vielfach wegen des umfangreichen Beratungstoffes an der für die Vorträge erforderlichen Zeit. Umgekehrt verhält es sich bei den kleineren Innungen, bei denen zwar die Zeitfrage geringe Schwierigkeiten macht, die Gewinnung geeigneter Vortragsredner aber um so größere. Solche Obermeister, die neben den eigentlichen Innungsarbeiten noch Zeit, Lust und Liebe dazu aufbringen, selbst Vorträge auszuarbeiten und zu halten, sollten von den Innungsmitgliedern nach Kräften unterstützt werden. Bei gutem Willen findet sich doch so manche Gelegenheit, dem Obermeister die auf ihm ruhenden schweren Lasten zu erleichtern. — Nach Innungsversammlungen, in denen ein Kollege belehrender und anziehender Vortrag gehalten wurde, wird eine größere innere Zufriedenheit bei den Kollegen Platz greifen, und viele Kollegen werden nicht mehr wie jetzt noch manchmal sagen: „Die Innung hat überhaupt keinen Zweck; schade um die Zeit und schade ums Geld.“

Fritz Heinze.

\*) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.