

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugpreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugpreis 23,— RM oder in Landeswährung

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 0,24 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: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 44, Jahrgang 57 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 28. Oktober 1933

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

### Anregungen für die Weckerwerbung

Es ist eine altbekannte Tatsache, daß im Herbst und Winter, wenn infolge der kühleren Witterung und des späteren Hellwerdens der Schlaf der Menschen fester wird und das Aufstehen schwerer fällt als im Sommer, Wecker, die mit aller Deutlichkeit an den rechtzeitigen Anfang des Tageswerks erinnern, besonders gut absatzfähig sind. Aber wenn sich jetzt auch die Nachfrage nach diesem notwendigsten aller Verkaufsartikel der Uhrmacher bis zu einem gewissen Grade von selbst hebt, so sollte sich doch kein Fachgeschäft damit begnügen, vielmehr der günstigen Entwicklung durch zweckmäßige Werbung nachhelfen, einmal weil viele Menschen sich, wenn auch mit Unsicherheit und Umständlichkeiten, auf andere Weise zu helfen suchen, ohne an die Annehmlichkeiten, die ihnen ein guter Wecker bieten würde, zu denken, und dann, um einen möglichst großen Teil der Weckerkäufer in das eigene Geschäft zu ziehen; denn was nützt es dem einzelnen Uhrmacher, wenn viele Wecker verkauft werden, aber alle anderswo? Schließlich wird bei guter Werbung die Wahrscheinlichkeit, dem Werke wie dem Äußeren nach bessere Wecker in beträchtlicher Zahl abzusetzen, weit größer, als wenn man auf eine Aufklärung der Kunden und eine Beeinflussung ihrer Wünsche verzichtet. Der Wecker braucht nicht nur einen nützlichen, nüchternen Zweckgegenstand darzustellen, sondern kann auch, wie jede andere Uhr, ein Zimmerschmuck, ja eine Augenweide sein. Die schöne Form der Wecker sollte also in der Werbung mit betont werden, mag auch der Hinweis auf die Nützlichkeit den Vorrang verdienen.

Zu der Weckerwerbung muß in erster Linie das Schaufenster herangezogen werden. Wer mehrere Schaufenster besitzt, kann unbedenklich eines von ihnen eine oder mehrere Wochen hindurch den Weckern vorbehalten. Wer nur über ein Fenster verfügt, wird sich nicht leicht dazu entschließen, eine Woche lang nur Wecker auszustellen, obwohl das in vielen Fällen ohne Schädigung der geschäftlichen Interessen geschehen könnte. Auf jeden Fall aber sollte den Weckern jetzt ein erheblicher Teil des Schaufensters und zwar der wertvollste, die Mitte, eingeräumt werden. Um

das Fenster nicht geraume Zeit verhängt halten zu müssen, empfiehlt es sich, den Aufbau schon in der Werkstatt völlig fertigzustellen. Das zeitraubende Hin- und Herrücken und Herumprobieren im Schaufenster fällt dann weg, und man kann sich auch schon vorher über das Aussehen und die zu erwartende Wirkung der Dekoration vergewissern.

Die Abbildung 1 zeigt einen für die Weckerwerbung in der Mitte des Schaufensters bestimmten Aufbau, der einen Stich ins Heitere hat, wie er gerade für die Weckerwerbung naheliegt und von Nutzen ist. Als Blickfang dient das auf hellblaues Papier in freundlich-spaßiger Weise gezeichnete Bild eines schlafenden Jünglings, das zusammen mit dem Wecker auf dem Nachttisch und den Worten: „Er schläft ruhig und sorglos, denn sein Wecker wird ihn pünktlich wecken“, ebenso einprägsam wie überzeugend ist. Mit diesem Bilde schließen sich die darunter aufgebauten Wecker zu einer festen Gruppe zusammen, die auch dann, wenn rechts und links davon im Schaufenster noch mancherlei andere Waren ausgestellt sind, auf Beachtung rechnen darf. An jedem Wecker ist ein Preisschild mit deutlich sichtbaren Zahlen angebracht; dies ist deswegen von Wichtigkeit, weil kleingeschriebene Preise kaum beachtet werden. Den Abschluß der Weckerschau bildet unten ein Schild mit der Aufschrift: „Sämtliche Wecker sind in deutschen Fabriken hergestellt.“ In der heutigen Zeit, in der alle Volksgenossen es als hohe Verpflichtung empfinden müssen, zur Verringerung der Arbeitslosigkeit im eigenen Lande beizutragen, sollte bei der Zurschaustellung deutscher Erzeugnisse ein Hinweis auf ihre Herkunft niemals fehlen, um so mehr, als viele Warenhäuser und andere große Einzelhandelsgeschäfte von dem Schlagwort: „Wir werben für deutsche Wertarbeit“ in umfassender Weise Gebrauch machen.

Eine ähnliche Weckerdekoration gibt die Abbildung 2 wieder. Als Blickfang dient hier ein an der Rückwand des Schaufensters befestigtes hellgrünes Schild, auf das die Umrißlinien eines Weckers aus kupferfarbigem Papier geklebt sind. Einfach und einleuchtend sind auch die in schwarzer Schrift geschriebenen Worte: „Verschlafen ist unmöglich,