

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,45 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen auf Anfrage gern mitgeteilt

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,- RM. 1/100 Seite - 10 mm hoch und 40 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 1,50 RM (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis X Multiplikator 1/2)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhoff 5246

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Ämliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 37, Jahrgang 60 / Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW68 / 12. September 1936

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

### Die nächsten Arbeiten der Gemeinschaftswerbung für Uhren

Die Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrenwirtschaft teilt folgendes mit:

Das größte Gewicht wird im Herbst 1936 auf die Anzeigenwerbung gelegt. In der Zeit vom 22. Oktober bis kurz vor Weihnachten erscheinen sechs verschiedene halbseitige Anzeigen im Hochformat in den folgenden Zeitschriften: Berliner Illustrierte Zeitung, Deutsche Illustrierte, Neue I. Z. Neue Jugend, Die Woche, Die Koralle, Allgemeiner Wegweiser, Wochenschau, Das Illustrierte Blatt, Frankfurter Illustrierte, Hamburger Illustrierte, Kölnische Illustrierte Zeitung, Illustrierter Beobachter, Münchner Illustrierte Presse, N.S.-Frauenwarte.

Diese Zeitschriften haben eine Auflage von insgesamt 6 206 129. Da man mit fünf Lesern jeder Zeitschrift und Ausgabe rechnen kann, so darf man annehmen, daß sich diese halbseitigen Anzeigen an 31 030 645 Menschen wenden. Die ersten drei Anzeigen erscheinen im Oktober und November mit vierzehntägigem Abstände, und die drei letzten im Weihnachtsmonat mit achttägigem Abstände.

Die Anzeigen haben eine auffällige Schlagzeile und interessanten Text, der hauptsächlich Begebenheiten aus dem Leben schildert. Neben anderen Abbildungen, mit denen der Text durchsetzt ist, erscheint besonders stark das Fachzeichen. Der Schluß jedes Textes sagt, daß man Uhren in den Uhrenfachgeschäften kaufen soll, die an dem abgebildeten Uhrenfachzeichen erkennbar sind.

Jeweils zwei Anzeigen werden auf Kunstdruckpapier gedruckt und als drei wirkungsvolle Schaufensterplakate allen Uhrenfachgeschäften zur Verfügung gestellt. Mit diesen Andrucken wird gleichzeitig eine Spannvorrichtung mitgeliefert, die es ermöglicht, das Plakat aufzustellen und aufzuhängen, außerdem eine Vorrichtung zur Beleuchtung des Plakates von der Rückseite her. Wenn alle Uhrenfachgeschäfte dann jeweils mit dem Erscheinen der Anzeige den entsprechenden Andruck im Schaufenster ausstellen, ist die Werbewirkung größer, weil sich Anzeige und Schaufenster ergänzen. Mit der Lieferung des Patentspannrahmens und der drei Anzeigenplakate wird ein Verzeichnis mitgeschickt, aus dem die Zeitschriften und die Erscheinungsdaten ersichtlich sind.

Ferner wird ein mehrfarbiges Schaufensterplakat gedruckt, das hauptsächlich als Blickfang für das Weihnachts-Schaufenster gedacht ist und den Verkauf von guten Uhren als Weihnachtsgeschenk fördern soll. Auch von diesem Plakat erhält jedes Fachgeschäft ein Exemplar.

Das Fachzeichen wird in einer vornehmeren Ausführung an alle Fachgeschäfte geliefert, und zwar hat jedes Uhrenfachgeschäft Anrecht auf ein solches Fachzeichen, sofern von dem Geschäft die einprozentige Werbeabgabe bezahlt wird. Dieses neue Fachzeichen, das zur Kenntlichmachung des Fachgeschäftes nach außen hin dient, ist als Glasankitter für das Schaufenster oder für die Ladentür gedacht. Die facettierte Glasplatte ist 21 cm breit und 29 cm hoch. Der Grund der viereckigen Fläche ist schwarz. In der Mitte darauf steht auf blauem Wappengrunde das goldene Ankerrad. Der Text, der in Weiß auf schwarzem Grunde steht, lautet: „Das Zeichen der Uhrenfachgeschäfte.“ Diese neuen Fachzeichen werden durch die Obermeister der Uhrmacher-Innungen und durch die Ortsfachgruppenleiter der Juweliere und Goldschmiede verteilt. Beide Verteilungsstellen wurden bereits durch Rundschreiben aufgefordert, schnellstens bei der Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrenwirtschaft, Berlin NW 7, Bauhofstr. 7, die Zahl der benötigten Glasankitter anzugeben.

Als weitere Werbemaßnahmen sind Hörspiele und Werbedurchsprüche über alle deutschen Rundfunksender geplant. Die Verhandlungen darüber sind zur Zeit im Gange.

Sollten nach Durchführung der vorstehend angegebenen Werbemaßnahmen weitere Mittel zur Verfügung stehen, so werden noch kleine Anzeigen in den Zeitschriften und Zeitungen erscheinen, in denen die Uhren-Versandhäuser stark vertreten sind.

So werden also im Herbst mehrere der wichtigsten Werbemittel ins Feld geführt, um allen Uhrenfachgeschäften zu einem großen Umsatz zu verhelfen. Diese Maßnahmen werden jedem Uhrenfachgeschäfte, einerlei, ob es sich um ein großes, mittleres oder kleines Geschäft in einer Großstadt oder einem kleineren Orte handelt, den erhofften Erfolg bringen.