

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,25 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepassten Bezugsbedingungen gern mitgeteilt. Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/4 Seite 200 RM, 1/100 Seite - 10 mm hoch und 46 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postcheck-Konto Berlin Nr. 2581. Telegramm-Anschrift: Uhrzeit Berlin. Fernsprecher: Sammel-Nummer 17 52 46

## Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt Amtliches Organ der Fachgruppe Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 12, Jahrgang 64 • Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 • 16. März 1940

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten Nachdruck verboten

### Werbung — auf zeitgemäße Weise

Wenn die Nachfrage nach Waren, im großen gesehen, das Angebot übersteigt, ist es natürlich, daß die Werbung sich ändert. Sie darf aber nicht aufhören! Einmal gibt es immer noch Warengruppen, die nicht so stürmisch wie Armbanduhren verlangt werden; dies ist besonders bei manchen neu aufgenommenen Waren der Fall, die sich erst einführen müssen. Da heißt es, zu werben, wenn der Umsatz in angemessenem Verhältnis zur Lagerhaltung stehen soll. Jetzt ist ferner die Zeit zur Abstoßung von Ladenhütern sehr günstig. Diese Sachen müssen aber vorher unbedingt gesäubert, in Ordnung gebracht und soweit als möglich modernisiert werden; die Käufer sind heute zwar nicht mehr so wählerisch wie früher, aber doch nicht blind! Wenn sie schon mal eine lieblos behandelte Ware kaufen, so bleibt der Ärger gegen das Geschäft doch hängen. Wenn also die alten Waren pfleglich behandelt und in der rechten Weise angeboten werden, so bemühen wir uns um die Freundschaft der Kunden in der heutigen Zeit und vor allem in der Zukunft, d. h. wir werben.

Niemand weiß, wie lange das gegenwärtige Verhältnis von Angebot und Nachfrage noch bestehen bleiben wird. Vielleicht kommt schon bald die Zeit, in der die Uhrmacher wieder „hinter den Kunden herlaufen“ müssen. Dann aber ist der Geschäftsmann, der die Verbindung mit den Käufern durch eine geschickte Erinnerungswerbung sowie durch seine unentwegten Bemühungen, den Kunden in der heutigen Zeit soweit als möglich zu dienen und jedes unvermeidliche „Nein“ durch höfliches Bedauern und Vertrösten auf die Zukunft zu versüßen, sicher im Vorteil gegenüber anderen, die aus der „stärkeren Position“, in der sie sich vorübergehend befanden, nicht die rechten Folgerungen gezogen haben. Auch die Höflichkeit ist ein Teil der Werbung, und zwar ein sehr wichtiger.

Unerläßlich ist heute vor allem aber die Werbung für den Ankauf von Altedelmetallen. Sie kann in zwangloser Weise mit der Erinnerungswerbung, manchmal auch mit dem Angebot solcher Waren verbunden werden, von denen noch ein gutes Lager vorhanden ist. In den Dienst dieser Aufgabe sollten nicht nur die Zeitungsanzeigen und die Kinowerbung, sondern auch das Schaufenster gestellt werden; nicht zuletzt sollten die Verkäufer im Gespräch mit dem Kun-

den im Laden für die Anlieferung von Edelmetallen werben, hier wie in der sonstigen Werbung unter Hervorhebung der Bedeutung, den die Anlieferung auch kleiner Edelmetallmengen für die gesamte deutsche Wirtschaft hat. Als zweckmäßig hat es sich ferner erwiesen, die Anlieferung von Altgold usw. als eine besondere Gefälligkeit hinzustellen, damit die Leute gar nicht erst auf den Gedanken kommen, der Uhrmacher halte vielleicht die Abgabe für einen Notverkauf.

#### Eine Plakatsäule auf einer Drehplatte

Diese Säule steht in einer Schmuckwarenauslage nahe an der Schaufensterscheibe, ist 25 cm hoch und hat einen Durchmesser von 15 cm. Drei kleine Plakate kleben daran und werben für den Goldankauf und die Anlieferung bei Einkauf neuer Goldsachen. Die Texte sind interessant geschrieben; ein Plakat hat die Form eines Briefes, von dem eine Seite lesbar ist. Handschriftlich ist darauf folgendes geschrieben:

„... und da wir nächsten Monat heiraten wollen, brauchen wir zum Kauf unserer Trauringe Altgold. Vielleicht hast Du, liebe Tante, noch in irgendeinem Kästchen einen alten Ring, eine Brosche oder ein anderes goldenes Schmuckstück liegen, was Du nicht mehr trägst und Du uns überlassen könntest. Wir werden“ — —

Ein anderer Text lautet:

„Silber gegen Silber, Gold gegen Gold. Wenn Sie uns Altsilber anliefern, erhalten Sie dafür silberne Schmuckstücke, Bestecke usw. Bringen Sie Gold, so können Sie goldene Trauringe, Schmuckstücke, Uhren und dergleichen aus unserer schönen Auswahl kaufen oder eintauschen.“

Die Drehplatte, auf der sonst Waren ausgelegt sind, erfüllt also hier einen anderen wichtigen Zweck: Sie wirbt für die notwendige Anlieferung von Altgold und Silber.

#### Bitte um Geduld / Hinweis auf den Goldankauf im Laden

Unter der Glasplatte eines Ladentisches sind in einem Geschäft zwei weiße Karten eingeklemmt, von denen eine den folgenden Text trägt:

„Bitte um Geduld!

In meiner Werkstatt sind zwei Mitarbeiter einberufen, außerdem ist die Zahl der Reparaturen noch größer geworden als früher und die Beschaffung mancher Ersatzteile etwas schwieriger. Wir können also die Reparaturen nicht so schnell fertigstellen, wie Sie es sonst von uns gewohnt sind. Wir bitten deshalb um Geduld.“