



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

53. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 4. MAI 1928 / Nummer 19

Maienzeit — Reisezeit

Jetzt haben die Kollegen die beste Gelegenheit, auch für die Sommermonate eine Umsatzsteigerung zu erzielen. Im Jahre 1926 empfahl der Zentralverband zum erstenmal seinen Mitgliedern, im Sommer ihr besonderes Interesse den Reiseuhren zuzuwenden. So wurden damals Schaufensterwettbewerbe veranstaltet, die eine sehr große Teilnahme fanden und auch natürlich den entsprechenden finanziellen Erfolg zeigten. Auch sonst stellte der Zentralverband auf Wunsch allen das nötige Propagandamaterial, wie Inseratwürfe, Plakate und Abbildungen von Muster-schaufenstern, zur Verfügung. Allerdings ist es damit nicht getan, diese Ausführungen nur zu lesen und dann

nichts zu unternehmen, sondern jeder einzelne Uhrmacher muß sich einmal die Sache gründlich überlegen und danach seine Propagandamaßnahmen einrichten. Er muß sich vor allen Dingen darüber klar sein, was an seinem Ort am zweckmäßigsten ist. In erster Linie kommen wohl für alle Kollegen die Schaufenster in Frage. Das Schaufenster ist und bleibt nun einmal unser zugkräftigstes Werbemittel, und das müßte immer noch mehr ausgenutzt werden. Es hat besonders den Vorteil, daß man mit



Abb. 1

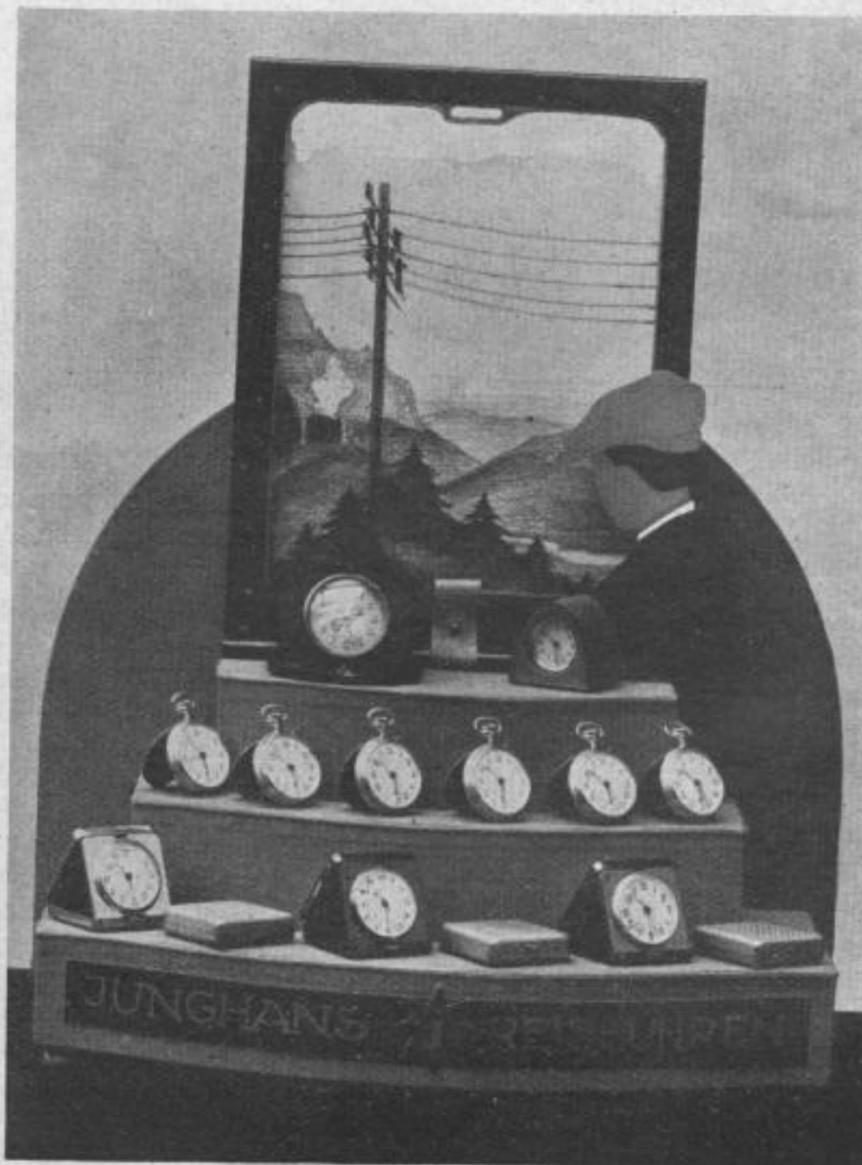


Abb. 2