

hängnisvolle Betriebswidrigkeit, die Gehilfenhaltung zugunsten der Beschäftigung von Heimarbeitern einzuschränken, namhaft zur Zunahme der Alleinbetriebe beigetragen – zugleich aber infolge des Mangels an Gehilfenstellen schon „Junggehilfen“ (Ausgelernte) gezwungen, die Gehilfenzeit ganz auszuschalten, und gleich zur Selbständigkeit überzugehen. Die Lage des Arbeitsmarktes beweist, daß die Zahl der vorhandenen Gehilfen ausreicht. Der Grund, warum angeblich gute Gehilfen in nicht genügender Zahl vorhanden sind, liegt darin, daß es wirklich gute Gehilfenstellen auch, nur in nicht minder beschränkter Anzahl gibt. Die Inserate, in denen die Arbeitsgeber zur Angabe der Entlohnung sich entschließen, sind in jeder Zeitung an den Fingern einer Hand zu zählen. Viel zahlreicher sind die Fälle, wo eine „I. Gehilfenstelle, für welche nur eine tüchtige Kraft in Frage kommt“, an den wenigstfordernden Nichtsköner vergeben wird. So kommt es, daß wirklich leistungsfähige Arbeiter, des Hereinfallens auf ausgeschriebene Stellen müde, sich zur „Arbeit auf dem Zimmer“ entschließen. So wird doch auch wieder eine Gehilfenstellen frei. Eine Mehrung der Gehilfenstellen steht ohnehin nicht in Aussicht, eher das Gegenteil. Unter der Annahme, daß die in der Statistik 1927 angerechneten Lehrlinge auslernen und in deutschen Gehilfenstellen unterkommen wollen, werden ein Drittel bis die Hälfte derselben dieses Ziel nicht erreichen. Der Überschuß wird in irgendeiner Form (überwiegend als „Schwarzarbeiter“) den Selbständigen das Brot schmälern. Die heutige Zahl der Selbständigen ist noch gesund, ihr wenig leistungsfähiger Teil aber wird durch die nachdrängende überproduzierte Uhrmacherjugend in wenigen Jahren eine derartige Zunahme erfahren, daß tatsächlich ihre Zahl dann als „Todeszeichen“ gedeutet werden muß. Den wirklich guten Geschäften wird kein dauernder Nachteil erwachsen – ihre Arbeit wächst erfahrungsgemäß infolge der „vermurksten“ Uhren. Im Gegensatz zum Verfasser geht meine Auffassung dahin, daß nicht in der Zahl und Struktur der Selbständigen, sondern in der Zahl der Lehrlinge ein „Todeszeichen“ des Faches zu erblicken ist.

Einig gehe ich mit dem Verfasser dagegen darin, daß für Hebung der Meisterlehren und den Ausbau der Berufsbildungsschulen (Fachklassen) immer noch ein Erkleckliches zu tun übrig bleibt. In Nr. 41, S. 794/795, der UHRMACHERKUNST hat Fleisch (Gelsenkirchen) bereits „Die Uhrmacherlehre“ in gewohnter Ausführlichkeit und Gründlichkeit behandelt. Für die Befürchtung, daß Warenhäuser zur Einrichtung von Uhrmacherwerkstätten kommen, besteht wohl kein Grund. Diese finden in den kommenden Jahren stellungslose Uhrmachergehilfen genug, für sie unentgeltlich von Uhrenfachgeschäften ausgebildet. – „Weniger Zugang zur Uhrmacherei, dafür von bester Qualität!“ muß die Losung werden. Da die Vorbildungsbedingungen für den Uhrmacherberuf nur die oberste Klasse der Volksschule verlangen (die Optiker glauben sich zur Forderung der mittleren Reife berechtigt), so haben die Uhrmacher das größte Interesse an der Hebung des Volksschulniveaus und der anschließenden Berufsbildungsschulen. Die Fachklassen der Uhrmacher an solchen wären zu Bezirksschulen zu heben und deren Besuch allen Lehrlingen in gewissem Umkreise (dessen Begrenzung von den Verkehrsverhältnissen abhängt) zur Pflicht zu machen. Die Kosten des Schulbesuches hätten in erster Linie die Eltern, in zweiter der Lehrherr zu tragen. Für die Lehrziele einer solchen Schule sind in der Erhebung des Zentralverbandes über „Das deutsche Uhrmacher-Berufsschulwesen 1926/27“ alle Unterlagen geboten und nahekommend in den in Nr. 38 vorgeschlagenen Zielen bereits in einer Anzahl von Schulen durchgeführt, ohne daß hierzu während der vierjährigen Lehrzeit mehr als ein wöchentlicher Schultag erforderlich wäre. Die Fachlehrer- und Leitungsfragen solcher Schulen ist von der Fachlehrervereinigung bereits wiederholt behandelt worden. Nach meiner Ansicht wäre die Einrichtung eines Ausbildungskurses an der Deutschen Uhrmacherschule in Glaschütte für neben- und hauptfamliche Lehrer an Uhrmacherfachklassen die eigentliche Voraussetzung für die jetzt dort in zweijährigem Wechsel stattfindendem Fortbildungskurse. (I/602)

Wirksame Werbung

Von Herbert N. Casson

Copyright by Ernst Angel, Verlag, Berlin-Charlottenburg 9

Einzig autorisierte Bearbeitung aus dem Englischen von Dr. Walter J. Briggs und Ernst Angel

(Fortsetzung)

Siebentes Kapitel Größe und Aufmachung

Als ganzseitige Anzeigen noch sehr selten waren, waren sie außerordentlich wirksam. Als Robert Bonner vom „New York Ledger“ die erste ganzseitige Anzeige aufgab, geschah es keineswegs aus Versehen. Es war ein epochemachendes Ereignis, und die Ergebnisse waren geradezu überwältigend. Das war vor nahezu einem halben Jahrhundert. Heutzutage ist eine ganzseitige Anzeige nicht auffallender als ein Schimmel, wenn Größe ihr einziger Vorzug ist. Auch die Preise sind enorm gestiegen; eine ganze Seite in einem amerikanischen Magazin kostet jetzt soviel wie ein Auto, eine kleine Farm oder ein Landhaus. Wenn die Bodenpreise steigen, werden, wie man weiß, die Häuser höher und die Zimmer kleiner. Das läßt sich gleichermaßen auf die Druckflächen anwenden.

Ob wir wollen oder nicht, – wir müssen jetzt der Qualität unserer Anzeigen mehr Aufmerksamkeit widmen. Durch den wertvoller gewordenen Anzeigenraum sind wir gezwungen, die neue Kunst des Verkaufens durch das gedruckte Wort sorgfältigst zu studieren. Eine ganz-

seitige Anzeige lohnt sich nur, wenn sie ganz außerordentlich gut aufgemacht ist. Heutzutage zählt nicht nur Umfang, sondern auch Originalität – Klugheit – Qualität in irgendeiner ihrer vielfachen Formen.

Als Regel hat zu gelten, daß die Größe einer Anzeige im Verhältnis zu ihrem Zweck und ihrer Wichtigkeit stehen muß. Großen Raum an eine gewöhnliche, uninteressante Anzeige zu wenden ist Geldverschwendung, gleichermaßen aber eine wichtige Anzeige oder einen effektvollen Text auf kleinen Raum zu beschränken, weil damit eine glänzende Gelegenheit, Nutzen zu erzielen, verlorenght. Machen Sie ihre Anzeigen so groß, wie sie es vom Standpunkt des öffentlichen Interesses aus verdienen. Die Befolgung dieser Regel wird Ihnen so viel Geld ersparen, daß Sie davon Ihre ganze Miete bezahlen können.

Eröffnen Sie einen neuen Laden oder eine neue Abteilung Ihres Geschäftes, bringen Sie eine ganz neue Ware auf den Markt oder wollen Sie die Leute veranlassen, sich eine neue Kauftechnik anzugewöhnen, dann müssen Ihre Anzeigen groß sein, weil Sie das Publikum unterrichten wollen. Sie brauchen aber keine