

Die Uhrmacher-Woche

Verlag und Schriftleitung: Leipzig O 5, Breite Straße 7, Fernruf: 68100 und 68101. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. — Bank-Konten: Allg. Deutsche Credit-Anst. Becker & Co., Leipzig — Deutsche Bank- u. Diskonto-Ges., Leipzig — Reichsbank-Girokonto, Postscheck-Konto: Wilhelm Diebener, Leipzig Nr. 4107.
Geschäftsstellen: Pforzheim, Simmlerstraße 4, Fernruf: 7621. — Berlin-Steglitz, Franz Prenzlau, Albrechtstraße 63, Fernruf: G. 9 (Albrecht) 7205 — New York, U. S. A., Hermann Malz, 65 Fifth Avenue.



Bezugspreis für Deutschland vierteljährlich 4,75 R.-M. (einschließlich 0,43 R.-M. Überweisungsgebühr.)

Anzeigenpreis: Raum von $\frac{1}{100}$ Seite (= 10 mm hoch, 46 mm breit) 2 R.-M., $\frac{1}{2}$ Seite 200 R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Stellenmarkt $\frac{1}{100}$ Seite 1,50 R.-M. Platzaufschläge nur bei bindender Vorschrift nach Tarif. Erfüllungsort Leipzig.

Ausgabetag: Jeden Sonnabend. Annahmeschluss für kleine Anzeigen: Donnerstag mit der Frühpost unverbindlich.

44. Jahrgang · Nr. 7

Verlag Wilhelm Diebener, Leipzig O 5, Breite Straße 7

13. Februar 1937

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten

Die Oster-Uhrengemeinschaftswerbung

Über die Entwicklung des Umsatzes der Uhrenfachgeschäfte im Dezember und im ganzen Jahr 1936 liegen jetzt die Zahlen vor. Die Umsatzentwicklung ist recht erfreulich gewesen. Das gesamte Jahr 1936 schloß gegenüber dem Jahre 1935 mit einer Umsatzsteigerung von 10,5%. Damit ist der seit dem Jahre 1934 zu beobachtende Aufstieg der Umsatzkurve noch erheblicher gewesen als 1935. Die Steigerung des Jahres 1935 betrug gegenüber 1934 nur 5%.

Der Dezember-Umsatz 1936 liegt 19% höher gegenüber Dezember 1935. Nimmt man den Reparatur-Umsatz heraus und vergleicht man nur den Laden-Umsatz, so ergibt sich sogar eine Steigerung von 23%.

Diese günstige Entwicklung haben wir in erster Linie der Arbeit der Berufskameraden in ihren Geschäften, der allgemeinen Besserung der Wirtschaftslage und unserer Gemeinschaftswerbung zu verdanken.

Das wirkt alles zusammen, und wir wollen uns freuen, daß das Uhrengewerbe so lebendig für sich kämpft.

Wir wissen am besten, daß auch die Außenseiter rege sind und die größten Anstrengungen machen. Diese Außenseiter beginnen, sich über uns zu beschweren; wir quittieren dies dankend. Es ist der Beweis dafür, daß wir auf dem richtigen Wege sind, und deshalb wollen wir diesen Weg weiter rüstig beschreiten.

Bei der Osterwerbung, die bereits eingesetzt hat, haben wir die Erfahrungen der Herbstwerbung benutzt, und wir hoffen, daß die Osterwerbung nicht nur ihre Wirkung bei den Lesern der 65 Zeitschriften, in denen unsere Anzeigen erscheinen, hat, sondern daß diese Werbung auch unseren Berufskameraden gefallen wird. Das ist an und für sich nicht wesentlich für den Erfolg, aber trotzdem ist es wesentlich für uns, unsere Berufskameraden zu überzeugen, daß die Gemeinschaftswerbung auf dem richtigen Wege ist, um die größten Erfolge herauszuholen.

Denken wir einige Jahre zurück, so können wir als wesentlichen Gewinn feststellen, daß die Meinung des Publikums einschließlich der Tagespresse über die Uhr und den Uhrmacher eine völlig andere geworden ist. Man beginnt zu begreifen, daß der Uhrmacher eine schwierige Kunst ausübt, und daß eine Uhr keine beliebige Ware ist, die einfach, verpackt oder unverpackt, über den Ladentisch verkauft werden kann. Man sieht ein, daß es beim Uhrenkauf wichtig ist, sich an jemanden zu wenden, der genügende Fachkenntnisse über Uhren besitzt.

Die sechs verschiedenen Anzeigen (vgl. S. 74 und 75) sind sorgfältig überlegt; sie sind auf die Leistungsfähigkeit des Fachgeschäftes abgestimmt. Die Anzeigen berücksichtigen auch die besonders zu Ostern auftretenden Kaufgelegenheiten, wie die in diesem Jahr besonders wichtigen Abiturientenprüfungen der Ober- und Unter-

primaner, den Eintritt in den Arbeits- bzw. Wehrdienst, in die Lehre, zur Einsegnung und Kommunion, und endlich zu Ostern.

Die Anzeigen erscheinen in den Zeitschriften von Anfang Februar bis Ende März. Bei der Auswahl der Zeitungen haben wir uns davon leiten lassen, daß wir Zeitschriften wählten, die eine sehr große Verbreitung in allen Schichten der Bevölkerung haben. Es sind dies Zeitschriften, in denen besonders Versandgeschäfte inserieren, und so kann der Leser darüber nachdenken, ob es nicht doch richtiger ist, eine Uhr im Fachgeschäft zu kaufen, als sie sich unbesehen zusenden zu lassen.

Die Texte sprechen für sich selbst, so daß wir nichts hinzuzufügen brauchen.

Das neue Fachzeichen (die Abbildung brachten wir bereits in Nr. 5) wird in erstklassiger Ausführung hergestellt. Es besteht aus Glas, in das das Zeichen eingebrannt ist. Der Hintergrund ist schwarz, um den Kitt- und unsichtbar zu machen, die Schrift „Das Zeichen des Uhrenfachgeschäftes“ ist durchscheinend, ebenso das Ankerrad und der Zahlenkreis. Das Ankerrad ist in gold, das Zifferblatt in weiß und die Zahlen sind in schwarz gehalten. Das Wappen ist hellblau. So wirkt das Fachzeichen nicht nur am Tage vornehm, sondern auch am Abend.

Auf eine vornehme Wirkung ist besonders Bedacht genommen worden. Die Ausführung ist so, daß sie den bei uns feilgebotenen guten Waren entspricht. Diese sorgfältige, gute Ausführung bedingt auch eine lange Herstellungszeit, so daß die Lieferung der Fachzeichen erst Ende Februar und Anfang März möglich ist.

Damit die Auslieferung nun glatt und reibungslos erfolgt, haben in diesen Tagen die Uhrmacher-Innungen und die Leiter der Fachgruppe 23 entsprechende Drucksachen über die Richtlinien für den Begriff „Uhrenfachgeschäft“, für die Verleihung des Fachzeichens und mit den festgelegten Bestimmungen aus der Zeichensatzung über die Anwendung des Fachzeichens erhalten.

Diese Drucksachen werden den Uhrenfachgeschäften von ihren Organisationen ausgehändigt, und zwar je zwei Stück. Das eine Stück ist mit der Bestätigung, die Richtlinien und Verpflichtungen zur Kenntnis genommen zu haben, an die betreffende Organisation zurückzuzureichen, das zweite Stück der Richtlinien behält der Antragsteller bei seinen Akten, damit er stets die Möglichkeit hat, zu sehen, was er unterschrieben und welche Pflichten er übernommen hat.

Die unterschriebenen Richtlinien werden an uns weitergeleitet, und sie allein bilden die Grundlage für die Anzahl Glasfachschilder, die an die betreffende Innung geschickt werden muß. Es ist nicht möglich, eine beliebige Anzahl zu verschicken, weil das Schild schon einzeln einen erheblichen Wert darstellt und weil es nicht an-

Nr. 7. 1937 · Die Uhrmacher-Woche 73