

außerdem jemand nicht gerade den Wunsch hat, eine Uhr zu kaufen und in der Zeitung liest, daß der Uhrmacher Bergmann geschmackvolle, kleine Holzwecker anbietet, ist sehr leicht möglich, daß er sich dann dort einen solchen Wecker erwirbt. Dies hätte er wahrscheinlich nicht getan, wenn der Uhrmacher die verschiedenen Uhrengattungen in sein Inserat aufgenommen hätte.

Um ein Inserat wirksam zu machen, wird ab und zu ein sogenannter Blickfang, der die Form einer Uhr oder sonst eines das Publikum wirklich interessierenden Gegenstandes haben kann, dem Text beigegeben. Die Reklame-Abteilung der UHRMACHERKUNST hat eine kleine Broschüre: „Wege zur Umsatzsteigerung“ herausgegeben, die sehr wirksame und niedliche Entwürfe für diesen Zweck enthält. In Deutschland gibt es eine Anzahl Reklamekünstler, darunter auch solche, die sich hauptsächlich mit Uhrenreklame beschäftigen. Diese Künstler liefern zum Teil wirklich schöne, reizende Arbeiten. Es ist sehr gut, wenn man sich ab und zu von einem Reklamefachmann beraten läßt.

Verschiedene bekannte Firmen machen zur Zeit Versuche mit humoristischer Reklame. Dies ist ganz nett und trägt auch sehr zur Belebung des Inseratenteils bei. — Ich



**Der feierliche,  
klangvolle Schlag**

meiner  
**HAUSUHREN**

löst bei meinen Kunden stets  
freudiges Staunen aus

Uhrmacher **BERGMANN** Jahnstr. 74

hatte kürzlich Gelegenheit, eine Ansprache eines bekannten Politikers zu hören, die mit feinsinnigem Humor gewürzt war. Durch die infolgedessen ertönenden Lachsalven wurden die Zuhörer jeweils wieder aufgefrischt, so daß jeder seine Aufmerksamkeit nur dem Redner zuwandte. — Die humoristische Anzeige darf aber niemals das ästhetische Empfinden der Leser verletzen. Den meisten Lesern ist sicher die „Kukirol“-Reklame bekannt. Die gleiche Art für Uhren anzuwenden, ist ganz unmöglich, schon weil Uhren und Fußpflegemittel grundverschiedene Dinge sind.

Irgendwelche humoristische Werbetexte nachzuahmen, hat überhaupt keinen Zweck. Eine Schuhremefabrik hat diesen Versuch gemacht. Ihren Inseraten fehlt nun die eigentliche wirksame Kraft und die Texte berühren die feinfühligsten Frauen ziemlich unangenehm. Wenn man über sehr guten Humor verfügt und den Sprüchen noch eine schöne Zeichnung beifügen kann, verwende man ihn ruhig für die Reklame.

Jede Zeitungsdruckerei hat eine Anzahl Schriften zur Verfügung. Die Schrift spielt im Inserat eine sehr große Rolle, und man verfehle nie, dem Drucker genau vorzuschreiben, welche Schrift für die Anzeige verwendet werden muß. Wir Deutsche haben, da uns die deutsche (Fraktur) und lateinische (Antiqua) Schrift geläufiger sind, einen viel größeren Typenschatz als irgendein anderes Volk zur Verfügung. Daß man für Uhren keine fette und schwere Schrift nimmt, liegt klar auf der Hand. Für fette Schriften haben auch die meisten Frauen, an die sich doch vorwiegend die Uhrenreklame richtet, keine Sympathie.

Von den deutschen Schriften ist die alte Schwabacher die schönste. Es gibt jedoch noch eine Menge von bekannten Künstlern gezeichnete. Die Fraktur ist für Uhreninsetate besser geeignet als die Antiqua, da sie nicht so gleichförmig wie jene ist. Eine Anzeige erhält dadurch ein lebendigeres Aussehen, und sie wird auch von jedem Deutschen am leichtesten gelesen, da sie ihm seit seiner Kindheit vertraut ist, und weil er sie in den meisten Tageszeitungen vorfindet.

Die lateinischen Grotesk- und Federzugschriften sind auch schön; besonders die letztere hat keinen zu gleichförmigen Charakter. Außer diesen gibt es noch eine Anzahl gezeichnete Schriften, die sich für Werbezwecke sehr gut eignen.

Den **zuverlässigen** und guten

**WECKER**

liefert Ihnen billig

Uhrmacher **BERGMANN** Jahnstraße

Vorteilhaft für jeden Inserenten ist es, wenn er von der Druckerei erfahren kann, was für Schriften im Anzeigenteil der von ihm gewählten Ausgabe verwendet werden. Ist eine Seite fast ganz in Antiqua gesetzt, dann wählt man am besten eine vornehm wirkende Fraktur, und wenn das Gegenteil der Fall ist, eine gleichwertige, schöne Antiqua.

Die Größe des Inserats hängt einerseits von den zur Verfügung stehenden Mitteln, andererseits von dem ungefähr errechneten Erfolg ab. Sie soll mindestens zwei Spalten breit sein. Das Ansehen, das die Uhrengeschäfte bei dem Publikum genießen, läßt es nicht zu, daß dies durch eine

**HERREN**

lieben vornehm aussehende  
**TASCHENUHREN**

Ich habe eine große Auswahl in  
allen Preislagen

Uhrmacher **BERGMANN** Jahnstraße

kleine Krämeranzeige herabgedrückt wird. Von der Größe einer Anzeige schließen viele Leser auf die Bedeutung des Inserenten. Die Wirkung einer Anzeige wird durch den Platz, an dem sie im Inseratenteil steht, sehr beeinflusst. Die besten und Vorzugsplätze sind die oberen äußeren Ecken einer Seite. Die unteren Ecken stehen diesem nicht viel nach. Eine mehrspaltige Anzeige, die zwischen die sogenannten kleinen Anzeigen geschaltet wird, hat sicher guten Erfolg, denn diese werden von den meisten Leuten gelesen. Das Inserat im redaktionellen Teil und die daran anschließenden werden immer beachtet. Uhrenanzeigen sollten unter keinen Umständen unter den kleinen, in denen Kühe, Mostobst, alte Fahrräder, Hühner usw. angeboten werden, verschwinden.

Der größte Teil der Uhren wird von der tagsüber beschäftigten Bevölkerung gekauft. Wenn diese Leute abends — müde von der Arbeit — die Zeitung lesen, sind sie froh, wenn sie mit dem redaktionellen Teile fertig sind. Der Anzeigenteil wird nur flüchtig durchgeblättert. Ganz anders am Samstag oder Sonntag. In den meisten Orten wird am Samstagnachmittag nicht gearbeitet, so daß dieser Tag der eigentliche Einkaufstag ist. Sehr oft wird von dem Kauflustigen die Zeitung zu Rate gezogen, wer dieses oder jenes verkauft. Am raschesten findet man natürlich die neueste