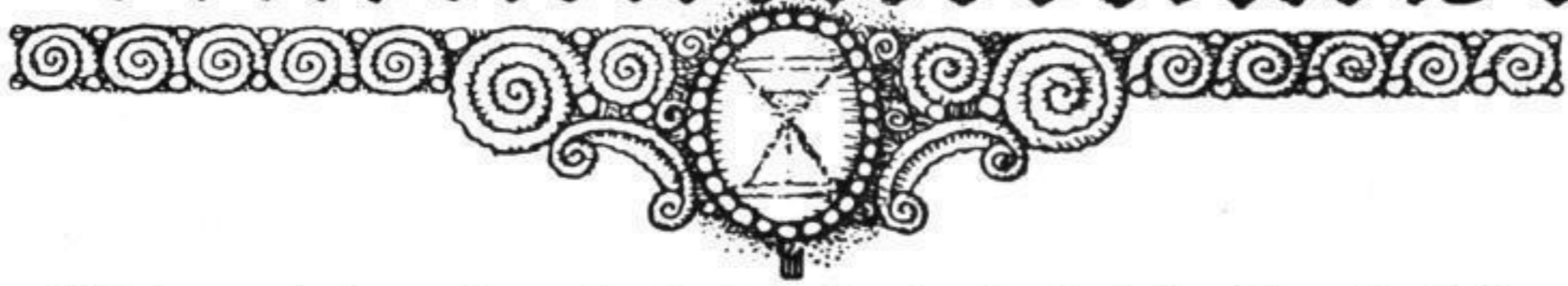


# Die Uhrmacherkunst



Alleiniges und eigenes Organ des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher E. V.

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

23. April 1926

NUMMER 17

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

## Rückschau auf die Osterpropaganda im Uhrenhandel

Von A. Scholze

**W**ohl noch nie ist von den deutschen Uhrmachern eine so intensive Werbung für den Kauf von Uhren und für Uhren als Konfirmations- und Ostergeschenke betrieben worden, wie in den Wochen vor dem diesjährigen Osterfeste. Wenn wir jetzt die Propagandamaßnahmen des Uhren-Einzelhandels rückschauend betrachten, so können wir das mit Befriedigung feststellen.

In Nr. 8 unserer Zeitung gaben wir bereits einen kurzen Vorbericht über die Auswirkungen unserer Propagandavorschläge für das Ostergeschäft. Wir konnten damals schon melden, daß sich überall die Kollegen regten, um eine große, umfassende, gemeinschaftliche Reklame zu machen. Etwa 17000 Plakate waren bis dahin angeschlagen. Die endgültige Zahl ist jedoch fast doppelt so hoch. Ueber 28000 Plakate sind es, die von den Uhrmacherinnungen und Vereinen sowie von den einzelnen Kollegen zum Anschlag im ganzen Deutschen Reiche angefordert sind. Es wird wohl kaum einen Ort in Deutschland gegeben haben, in dem nicht entweder an den Anschlagssäulen, oder in den Schaufenstern oder an den Ladentüren der Kollegen unser Plakat, und sei es nur in der Verkleinerung in Postkartengröße, angebracht worden ist.

Mit der Plakatierung waren aber die Propagandamaßnahmen der deutschen Uhrmacher durchaus nicht erschöpft. Aus dem bei uns eingegangenen Material konnten wir sehen, daß auch ganz außerordentlich viel inseriert worden ist, und zwar in erheblichem Umfange auch gemeinschaftlich. Eine unserer Abbildungen zeigt eine Zusammenstellung von Gemeinschaftsanzeigen, bei denen wir zu



Einige der von der Reklame-Abteilung der Uhrmacherkunst gelieferten Werbedrucksachen

