

# Die Uhrmacherkunst



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

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

7. Mai 1926

NUMMER 19

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

## Reise nur mit Reiseuhr!

### Vorschläge für eine große Reiseuhr-Propaganda

Von A. Scholze

**W**ie schon in der vorigen Nummer angekündigt, hat die Reklameabteilung der UHRMACHERKUNST eine umfangreiche Werbung für Reiseuhren und Taschenwecker eingeleitet. Es gilt, das durch die große Osterpropaganda, über deren Auswirkungen in Nr. 17 berichtet ist, Erreichte zu festigen und zu sichern.

Hatte die Uhrenreklame vor Ostern den Zweck, den zu dieser Zeit (Konfirmation, Kommunion, Osterfest) zweifellos vorhandenen Bedarf an Geschenkartikeln auf unser Gewerbe hinzulenken („Schenkt Uhren!“), so soll durch die Reiseuhrpropaganda Bedarf geweckt werden. Der Plan unseres neuen Werbefeldzuges muß deshalb auch ein etwas anderer sein.

Bedarf wecken, eigentlich das Hauptsächlichste und Wichtigste einer jeden Propagandamaßnahme des Einzelhandels, ist etwas, das im Uhrenhandel bisher viel zu wenig getrieben worden ist. Wenn der Uhrmacher bisher Reklame machte, so sagte er meist ganz allgemein: „Bei mir können Sie Uhren kaufen.“ Sein Schaufenster war eine Ausstellung aller Arten Uhren, und in seinen Inseraten hieß es meist auch nur: „Uhren aller Art kaufen Sie gut und vorteilhaft bei...“ Das ist natürlich keine Werbung. Jeder weiß, daß man beim Uhrmacher Uhren kaufen kann. Soll eine Propaganda Erfolg haben, so müssen wir dem Publikum sagen, warum es diese oder jene Uhr braucht, wir müssen den Wunsch nach dem Besitz wachrufen, wir müssen die Mode beeinflussen, wir müssen Bedarf wecken.

Da jetzt ein Artikel propagiert werden soll, der zwar an sich bekannt ist, der aber noch nicht in dem Umfange gekauft und verwendet wird, den er verdient, ist eine große Propaganda notwendig, die dem Publikum immer wieder ins Gedächtnis ruft, daß für jede Reise eine Reiseuhr oder ein Taschenwecker benötigt wird. Unsere Propaganda-

maßnahmen werden also eine gewisse Aehnlichkeit mit der Strohhutreklame der Huthändler oder mit der Werbung des Pelzhandels haben müssen. Es muß also zunächst einmal der Werbespruch: „Reise nur mit Reiseuhr“ in möglichst großem Umfange in der Öffentlichkeit verwendet werden.

