

Das kann einmal durch Anzeigen in Tageszeitungen und durch Plakate an den Anschlagssäulen geschehen, zum anderen müssen aber, und zwar in viel größerem Umfange, als das zu Ostern geschehen ist, die Schaufenster in den Dienst der Werbung gestellt werden.

Hierbei macht sich ganz besonders der Unterschied zwischen der Osterpropaganda bemerkbar. Während es Ostern ja darauf ankam, das Publikum ganz allgemein auf Uhren hinzuweisen, soll es hier zunächst nur zum Kauf von Reiseuhren und Taschenweckern aufgefordert werden. Es müssen da eine Zeitlang aus den Schaufenstern möglichst alle anderen Uhren entfernt und nur Reiseuhren und Taschenwecker zur Ausstellung gebracht werden. Einige Vorschläge für Spezialdekorationen bringen wir in der heutigen Nummer. Um das Interesse für Sonderdekorationen noch mehr zu steigern und Anreiz zur recht wirkungsvollen Gestaltung der Schaufenster zu bieten, hat der Verlag der UHRMACHERKUNST in Gemeinschaft mit dem Wirtschaftsverband der deutschen Uhrenindustrie einen großen Schaufensterwettbewerb ausgeschrieben, über den an anderer Stelle der heutigen Nummer Näheres gesagt ist.

Wir bitten nun alle Kollegen, ob sie die Absicht haben, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen oder nicht, dringend, ihre Schaufenster in den Dienst der Sache zu stellen. Kaum ein anderes Mittel ist so geeignet und vor allen Dingen so billig, das durch die Propaganda erstrebte Ziel zu erreichen, wie die einheitliche Schaufensterdekoration. Wenn im ganzen Reiche vom 10. Mai ab alle Uhrenschaufenster bewußt auf Reiseuhren und Taschenwecker eingestellt sind, so wird die Tagespresse nicht versäumen, von unserer Propaganda Notiz zu nehmen und dadurch noch weitere Kreise auf unser Beginnen aufmerksam machen. Die enorme Propagandawirkung einer solchen einheitlichen, über das ganze Reich verbreiteten und am gleichen Tage beginnenden Schaufensterausstellung werden die Kollegen durch eigene Anschauung im Vorjahre anlässlich der Strohhutpropaganda kennengelernt haben.

Weiter ist notwendig, daß in jedem Schaufenster unser Werbeplakat angebracht ist. Um eine recht schnelle und große Verbreitung dieser Plakate zu ermöglichen, haben wir, trotz der hohen Kosten, der vorliegenden Nummer der UHRMACHERKUNST ein solches Plakat beigelegt. Weitere solcher Plakate geben wir gern ab (Preis siehe besondere Bekanntmachung).

Für die Zeitungsanzeigen der Kollegen bringen wir in der heutigen Nummer ebenfalls einige neue Klischees sowie einige Anzeigentexte. Bei den Anzeigen für Reiseuhren und Taschenwecker ist es ganz besonders notwendig, daß der Text so abgefaßt ist, daß er Bedarf weckt. Ueberlegen wir — um ein Beispiel zu geben — einmal, wie wir bei dem Leser den Wunsch nach einem Taschenwecker hervorrufen können. Wir werden ihm alle Vorzüge eines solchen Weckers recht deutlich erklären müssen: also: Der Taschenwecker weckt zuverlässig, auch im Hotel oder Schlafwagen. Er erhöht dadurch die Bequemlichkeit auf der Reise. Er erinnert auch tagsüber an Sitzungen, Verabredungen usw. Er ist nicht größer als eine Taschenuhr. Er ist auch mit Leuchtzifferblatt zu haben. Diese Punkte müssen wir nun zu einem Anzeigentext verarbeiten und dann der Anzeige auch noch einen Blickfang geben. Weiteres über die Abfassung und Ausgestaltung von Anzeigen kann man in meinem Buche: „Die Zeitungsanzeigen“, das zum Preise von 4,20 Mk. von der Geschäftsstelle des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher zu beziehen ist, nachlesen.

Für eine gemeinschaftliche Propaganda werden sich, soweit es sich um Zeitungsanzeigen handelt, die

Klischees mit der Verkleinerung unseres Schaufensterplakates am besten eignen. Außerdem sei für gemeinschaftliche Propaganda auch wieder Plakatierung empfohlen. Wegen der Plakate ist den dem Zentralverband der Deutschen Uhrmacher angeschlossenen Innungen und Vereinen ein besonderes Rundschreiben zugegangen.

Einige Anregungen für gemeinschaftliche Anzeigen wird man auch dem Bericht über die Osterpropaganda in Nr. 17 entnehmen können. Ganz besonders sei hingewiesen auf die dort abgebildete Osterreklame der Stettiner Kollegen, die nach dem Vorbilde der Propaganda des Hotelgewerbes erfolgt ist. Wo man in Gemeinschaft mit der Tageszeitung eine ähnliche Reklame veranstalten will, bitten wir um Nachricht, damit wir eine Materie für eine Abbildung kostenfrei zur Verfügung stellen und auch Material für den Textteil liefern können.

Ganz besonders durchschlagend wird die Wirkung sein, wenn die Kollegen in einer Stadt sich entschließen, alle Propagandamaßnahmen zur gleichen Zeit vorzunehmen, also gewissermaßen eine Reiseuhrwoche veranstalten. Man müßte dann von einem bestimmten Tage ab die Schaufenster ganz besonders wirkungsvoll dekorieren, Plakate anschlagen und Zeitungsanzeigen erlassen. Vielleicht ist es hier und da möglich, auch einen kleinen Umzug mit Hilfe von Schilderträgern und mit Reiseuhren und eventuell Reisekoffern bewaffneten „Reiseonkeln“ usw. zu veranstalten. Solche Propagandamaßnahmen können hier nur angedeutet werden. Wo die Kollegen sich zu einer derartigen, umfassenden Reklame entschließen, stehen wir mit Rat und Tat gern zur Verfügung.

Damit der Werbespruch: „Reise nur mit Reiseuhr“, eine recht große Verbreitung erfährt, haben wir auch Postkarten mit einer dreifarbigen Verkleinerung unseres Plakates herstellen lassen, die sich — mit einem besonderen Werbetext bedruckt — zur Versendung an Kunden und solche, die es werden sollen, eignen. Die Postkarten sind wieder außerordentlich billig. 100 Stück kosten ohne Firmenaufdruck nur 2 Mk., 1000 Stück nur 15,60 Mk. Das Bedrucken mit Firma oder mit Werbetext wird von der Reklameabteilung der Uhrmacherkunst gern besorgt. Muster und Preisangebot wolle man anfordern. Ganz besonders empfehlen wir die Postkarten auch für den allgemeinen Briefwechsel. Benutzt jeder Kollege im ganzen Deutschen Reiche für seinen Briefwechsel diese Postkarten, die auf der linken Hälfte der Vorderseite das Bild unseres Plakates und den Werbespruch tragen, so wird auf diese kaum Kosten verursachende Weise unsere Propaganda um ein gut Teil gefördert.

Erfreulicherweise kann festgestellt werden, daß sich auch Uhrenfabrikation und Großhandel in den Dienst der Propaganda, an deren Ergebnis diese Kreise natürlich erheblich interessiert sind, stellen. So wird uns von den größeren Uhrenfabriken berichtet, daß sie besonderes Reklamematerial, Schaufensterdekormationsmittel usw. herausgebracht haben oder herausbringen und den Kollegen für ihre Zwecke gern zur Verfügung stellen.

Wir hoffen, daß nun jeder Kollege sofort an die Arbeit geht und zum mindesten das dieser Nummer beigelegte Plakat sofort in das Schaufenster hängt, sowie seine Reiseuhren und Taschenwecker zur Ausstellung bringt. Wenn jeder Kollege mithilft, so muß unsere Propaganda zu einer ganz großen Sache werden. Hier kann wirklich einmal jeder einzelne mit zum Gelingen des Ganzen beitragen, während das gelungene Ganze von geschäftlichem Vorteil für den einzelnen sein wird; mit andern Worten: Einer für alle und alle für einen.