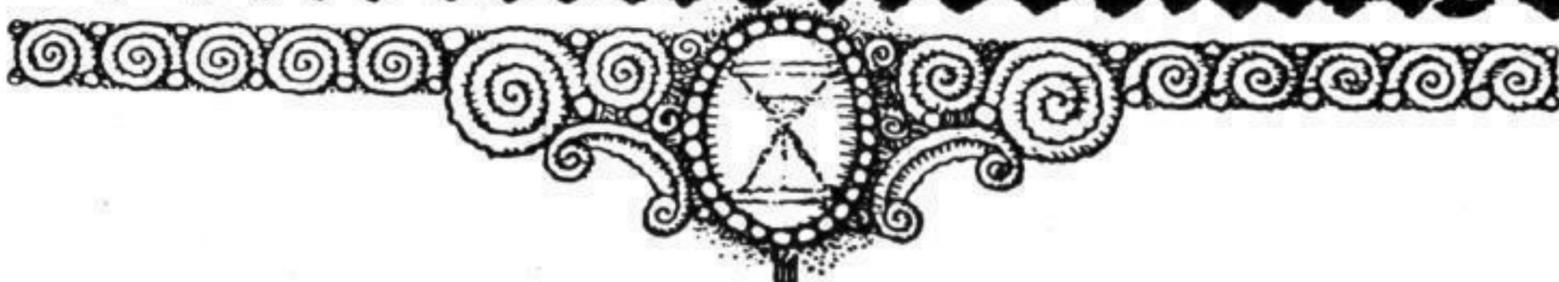


# Die Uhrmacherkunst



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

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

21. Mai 1926

NUMMER 21

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

## Reise nur mit Reiseuhr!

### Weiteres über die große Reiseuhr-Propaganda und eine Mahnung an die Säumigen!

Unsere Idee, eine großzügige, gemeinschaftliche Propaganda für Reiseuhren und Taschenwecker zu veranstalten, hat, soweit sich bis jetzt übersehen läßt, lebhaften Beifall gefunden. Ueberall rüsten sich die Kollegen, um gemeinschaftlich den Anschlag der großen Plakate durchzuführen, allerorten werden die Schaufenster mit Reise- und Taschenweckern dekoriert, in großen Mengen werden bei der Reklame-Abteilung der UHRMACHERKUNST Werbe-postkarten, Klischees und Plakate bestellt.

An die Kollegen, die bis jetzt noch nichts für die Durchführung der großen Propaganda-Idee getan haben, richten wir heute die Frage: „Warum wollen Sie zurückstehen?“ Sagen Sie nicht, daß es auf einen nicht ankomme. Bei dieser großen Propaganda, die nur dadurch wirken soll und muß, daß das Publikum in jedem Uhrenschaufenster Reiseuhren sieht und daß ihm aus jedem Schaufenster und aus jeder Reklame eines Uhrmachers der Spruch: „Reise nur mit Reiseuhr!“ entgegenleuchtet, kommt es unbedingt auf jeden einzelnen an.

Deshalb bitten wir auch jeden Leser unserer Zeitung, auf die Schaufenster seiner Kollegen achtzugeben. Fehlt irgendwo unser dreifarbiges Werbeplakat, so möge er den Kollegen auffordern, es im Interesse der Sache, also im Interesse unseres Faches, zum Aushang zu bringen. Ist der Kollege etwa noch gar nicht Abonnent unserer UHRMACHERKUNST, so daß er also noch kein Schaufensterplakat besitzt, so kann er gegen Einsendung von 50 Pfg. ein solches von uns erhalten (bei Sammelbezug ermäßigt sich der Preis auf 10 Pfg. für ein Stück).

Die Kollegen, die noch „keine Zeit“ hatten, das Plakat ins Schaufenster zu stellen, fragen wir: „Haben Sie so wenig Interesse an Ihrem Verkaufsgeschäft? Und macht es wirklich soviel Arbeit, unser Plakat in das Fenster zu stellen und einige Reisewecker darum zu gruppieren?“ Gelingen kann, wie immer wieder betont werden muß, die ganze Sache nur, wenn jeder, aber auch jeder einzelne Kollege

mithilft. Im übrigen geschieht es ja auch nur zu seinem eigenen Nutzen.

Wegen des Schaufenster-Wettbewerbes, dessen Bedingungen in der heutigen Nummer nochmals veröffentlicht sind, sei noch mitgeteilt, daß sich der Verlag der UHRMACHERKUNST entschlossen hat, sowohl den Preisträgern als auch denjenigen Einsendern, deren Dekorationen nach § 8 angekauft werden, besondere künstlerisch ausgeführte Diplome zuzuerkennen. Ein solches Diplom, im Schaufenster oder Laden angebracht, bildet neben einer Freude für den Besitzer auch eine sehr vornehme Reklame für das betreffende Geschäft.

In der Angelegenheit der Plakate für Anschlagssäulen ist den dem Zentralverband der Deutschen Uhrmacher angeschlossenen Vereinigungen noch ein besonderes Rundschreiben zugegangen. Wir bitten, die gewünschten Plakate schnellstens zu bestellen. Die Plakate sind in dreifarbigem Offsetdruck (Photolitho) hergestellt und von außerordentlich vornehmer Wirkung. Der Preis ist wieder 16 Pfg. für ein Stück (Porto und Verpackung besonders; Einzelstücke, einschließlich Porto, 75 Pfg.). Die Anschlaggebühren sind sehr gering; sie betragen in mittleren Städten je Woche für 100 Stück Plakate etwa 60 bis 80 Mk. Die Wirkung des Plakatanschlages wird von allen Vereinigungen, die unser Osterplakat anschlagen ließen, als sehr gut, teilweise als hervorragend bezeichnet.

Zuletzt sei noch an unsere Werbepostkarten erinnert. Die Karten tragen auf der linken Hälfte der Vorderseite eine dreifarbige Verkleinerung des Werbeplakates. Sie kosten nur 2 Mk. für 100 Stück, mit Firmeneindruck auf der Vorderseite (2 Zeilen) nur 3 Mk. Bei Abnahme größerer Mengen ermäßigt sich der Preis; wir bitten, Sonderangebot zu verlangen. Die Karten sollte jeder Kollege in den nächsten Monaten für seinen gesamten Briefwechsel verwenden, um auf diese Weise, die praktisch gar nichts kostet, unseren Werbespruch immer weiter zu verbreiten.