

# Die Uhrmacherkunst



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

51. JAHRGANG

Halle (Saale)

15. Oktober 1926

NUMMER 42

Nachdruck sämtlicher Aufsätze und Notizen ohne ausdrückliche Genehmigung der Schriftleitung verboten

## Wer saet, wird auch ernten

Zum Beginn der Centra-Propaganda-Wochen (18. bis 31. Oktober)

Es erübrigt sich eigentlich, der nachstehenden Veröffentlichung erklärende Worte vorzuschicken; die Äußerungen der Kollegen über das Ergebnis der Reiseuhrpropaganda sprechen für sich selbst. Sie bestätigen, daß mit jeder Sache etwas zu machen ist, wenn sie nur richtig angefaßt wird. Dabei war, im Vergleich zur Centra-Propaganda, die Werbung für Reiseuhren sehr schwer durchzuführen. Wieviel größer also muß der Erfolg der beiden Centra-Propaganda-Wochen werden, wenn sich die Kollegen nur einigermaßen dafür einsetzen.

In mehreren der nachstehend veröffentlichten Zuschriften wird erwähnt, daß sich zu wenige Kollegen an der Reiseuhrpropaganda beteiligt haben. Das ist im Interesse der Kollegen sehr zu bedauern, ist aber wegen der relativ schweren Durchführbarkeit der Reiseuhrpropaganda verständlich. Bei der Centra-Werbung fällt dieser Hinderungsgrund fort. Mit ganz geringen Kosten und ohne große Mühe kann sich hier jeder Kollege beteiligen. Es wird ihm unbedingt Nutzen bringen. Wer noch unschlüssig ist, der lese die nachstehenden Äußerungen seiner Kollegen:

Meine Erfahrungen mit der Spezialdekoration waren gute. Nicht nur, daß die Abwechslung anziehend wirkte, war auch eine den heutigen Zeitverhältnissen entsprechende Belebung bemerkbar. Ganz entschieden muß die Anregung der UHRMACHERKUNST als eine Tat bezeichnet werden, besonders von dem Gesichtswinkel aus, daß jede Art und Gelegenheit, sich beim Publikum als Fachgeschäft in Erinnerung zu bringen, nur von Nutzen sein kann und muß. Aber mitzutun, wenn solche Vorschläge kommen, ist dann auch Pflicht eines jeden Kollegen. Mit Redereien darüber, was andere Branchen machen, erreicht man nichts. Das Geld soll auf ähnliche Weise auch in unsere Ladenkassen fließen.

Oswald Firl (Erfurt).

Die Idee der Reiseuhrpropaganda ist auf alle Fälle eine gute. Der Erfolg könnte noch von größerer Bedeutung gewesen sein, wenn die Beteiligung der Kollegen auch größer gewesen wäre. Erst dadurch, daß möglichst alle Kollegen die Reiseuhr in netter, auffälliger Weise gezeigt hätten, wäre das Publikum genügend aufmerksam geworden.

Unbedingt sind für unser Fach weitere ähnliche Schaufenster- und Plakatreklamen nötig und bei genügender Beteiligung auch sicher sehr wirksam.

Der Leitung unseres Zentralverbandes möchte ich gleichzeitig für die sehr schätzbaren Anregungen und Müheleistungen meinen wärmsten Dank aussprechen.

Alb. Wurmehl (Bremen).

... daß die Erwartungen meiner Schaufensterpropaganda sich vollkommen bestätigt haben. Wenn auch das Geschäft sich der allgemeinen wirtschaftlichen Lage anpaßte, so konnte ich doch bemerken, daß eine wirkungsvolle Reklame immer wieder Käufer heranzieht.

Ich würde mich freuen, wenn Sie des öfteren den Kollegen eine solche Anregung geben würden, da eine Reklame, die zielbewußt von der gesamten Kollegenschaft durchgeführt wird, meines Erachtens viel zur Hebung unseres Berufes und Gewerbes beiträgt.

Bruno Beist (Magdeburg).

Ich habe, da mein Geschäft etwas außer der Geschäftslage ist, sonst sehr wenig an solchen kleinen Weckern verkauft, auf mein Reklamefenster hin habe ich bis jetzt sehr gut verkauft und freue ich mich selbst des Erfolges sehr. Ich bin für die Anregung Ihrerseits sehr dankbar.

G. J. Bauer (Bamberg).

Als die UHRMACHERKUNST mit dem Aufruf zur Beteiligung an einem Schaufenster-Wettbewerb an die deutsche Uhrmacherschaft herantrat, war es mir sofort klar, daß der ideale Wert dieser Propaganda vorläufig ein größerer sein werde als der materielle Erfolg. Ich bin deshalb auch nicht enttäuscht gewesen, wenn nach der „Enthüllung“ des Reiseuhren-Fensters die Kunden nicht in Massen hereinströmten. Aber ganz ohne Erfolg war die Arbeit nicht; manches Geschäft konnte getätigt werden. Was viel mehr ins Gewicht fällt, war die Tatsache, daß die Ausstellung viel beachtet wurde und mancher Beschauer nur den stillen Wunsch in sich trägt, eine solch hübsche Reise- oder Stil-