je.

ere

71

des

den

em

5 ind

und

iter:

affs

Zur Modernisierung der Uhrengeschäfte. Eine moderne Geschäftsführung auf kaufmannischer Grundlage im Uhrmacherberuf
ist die Forderung des Tages. Das ist aber auch die Erhaltung dieses
Berufsstandes bis in seine kleinsten Zweige, und deshalb war es an
der Zeit, daß auch an die Uhrmacher in den kleinen Städten und
Landbezirken gedacht wurde, wie es seitens des Zentralverbandes

der Deutschen Uhrmacher geschehen ist. Für diese an Zahl und Gesamtbedeutung gewiß nicht geringe Schicht der deutschen Uhrmacherschaft gilt die kaufmännische Frage doppelt. Ihre Geschäfte erfordern, wie heute zulage jedes noch so kleine Unternehmen, organisatorischen Geist und außerdem besondere Magnahmen zur Erhaltung der Kundschaft. Möge das begonnene Aufklärungs- und Hilfswerk dahin führen, daß in die Reihen der vom Zug nach der Großstadt und Anschwellen des Verkehrs bedrängten Fachgenossen neue Zuversicht einkehrt und das Vertrauen getragen wird, daß es genug der Mittel und Wege gibt, ein Kleinstadtgeschäft nicht minder leistungsfähig zu gestalten als das in einer Weltstadt. Wenn man es richtig nimmt. kann ein gutes Fachgeschäft im engeren Kreis sogar leichter und dauernder zu Ansehen und treuer Kundschaft kommen, als dies im Treiben des Großstadtverkehrs möglich ist. Von allen Faktoren aber, die dazu dienen und führen, soll hier von einem einzigen, dem Einkauf, die Rede sein.

Nicht Reklamebedürfnis und Wettrennen um den Umsat allein sind es, die Industrie und Großhander der Uhren- und Schmuckwarenbranche auf den Plan

rufen, in Ausstellungen den höchsten Grad ihrer Leistungsfähigkeit zu zeigen. In diesen Veranstaltungen liegt im tieferen Sinn dasselbe große Bestreben, das dahin geht, den Uhrmacherstand in allen seinen Zweigen gesund und blühend zu erhalten, wie es gegenwärtig in der Vorsorge für seine Glieder in der Kleinstadt zum Ausdruck kommt. Hier geht es darum, allen strebsamen Fachgenossen, dem jüngsten und kleinsten unter ihnen, aus Stadt und Land vollen Einblick in die Fälle dessen zu geben, was nötig ist und dazu dient, Kundschaft zu erwerben und festzuhalten und ihre Abwanderung zu verhüten.

Wenn heutzutage dafür gesorgt ist, daß das Publikum bis in die entlegensten Gegenden anspruchsvoll und wählerisch geworden ist, so ist andererseits ebenso Gelegenheit geboten. dieser modernen Entwicklung der Kundschaft nicht nur Rechnung zu fragen, sondern ihr zuvorzukommen, womit ein Fachgeschäft nicht nur in der Großstadt, sondern überall, wo es auch sein mag, vorwartskommt. Dazu haben wir als geradlinige Fortsekung der Fachausstellungen die Leipziger Messe mit der großen Abteilung für Uhren, Edelmetallwaren und Schmucksachen aller Art, die in der Hauptsache in den Meßhausern Sachsenhof und Specks Hof untergebracht ist. Die Uhrenausstellungen haben sich in der ersten Etage im Sachsenhof niedergelassen und bieten dort eine imposante Uebersicht über alle Haupt- und Nebenartikel, die der Uhrmacher benötigt, um in der kommenden Hauptsaison auf den Kampf um die beste Kundschaft gerüstet zu sein.

An der Kenntnis von der Bedeutung der Leipziger Uhren-, Edelmetall- und Schmuckmesse dürfte es keinem Uhrmacher mangeln, diese verdient es aber, immer noch stärker von den Kollegen besucht zu werden. Besonders jeder, der die Forderung des Tages befolgen will, sein Geschäft auf moderner kaufmännischer Grundlage zu führen, sollte sich in der Kunst ausbilden, zweckmäßig einzukaufen, wozu ihm durch eine Messereise die vielseitigsten Gelegenheiten geboten werden. Die diesjährige Herbstmesse beginnt am 28. August und bildet den Auftakt zur Hauptsaison. Wer sich entschließt, sie zu besuchen, versäume nicht, sich vom Leipziger Meßamt alle Vergünstigungen und Verbilligungen zu verschaffen, die jedem Einkäufer zu Gebote stehen. (VI 1/408)

Die Schmuckpropaganda der Schmuckwarenfabrikanten und Großhändler soll zum Herbst dieses Jahres beginnen. Zur Vorbereitung schreibt das bestellte Kuratorium zwei Preisausschreiben aus, und zwar eins für die Schaffung eines Werbespruches oder Werbesaßes. Es soll ein Text eingereicht werden, der als Schlagwortsaß oder als kurzer Werbespruch die ldee des Schmucktragens propagiert. Ausgeschlossen sind natürlich bekannte und jeßt schon verwardte Texte. Die Texte sind bis spätestens 29. August an Herrn H. W. Gerlach, Leipzig, Hardenbergstr. 29 I, einzureichen. Es sind zwei Preise von 500 Mk. bzw. 200 Mk. ausgeseßt. Ferner soll ein Plakat geschaffen werden, daß die Idee des Schmucktragens propagiert. Hierfür werden drei Preise im Gesamtbetrage von 1000 Mk. ausgeseßt. Die näheren Unterlagen sind durch Herrn H. W. Gerlach zu erhalten.

Ein neues Reklame - Glasschild für Uhrmacher. Der Rheinisch-Westfälische Verband der Uhrmacher und Goldschmiede hat unter Zugrundelegung des Uhrmacherfachzeichens ein 33 cm breites und 18 cm hohes Glasschild herausgebracht. Die Grundfarbe des in der Abbildung wiedergegebenen Schildes ist ein tiefes Blau. Die Zahlen, der innere Teil des Fachzeichens, die Kanten des Schildes und die Worte "Laß dich beim Kauf vom Fachmann beraten!" sind mit Gold unterlegt. Die Schilder sind sowohl als Hänge- als auch als Stellschild erhältlich, und zwar bei der



Geschäftsstelle des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher, Halle a. d. S., Königstraße 84, zum Preise von 7,50 Mk. Bei größeren Bestellungen ermäßigt sich der Preis. (VI 1/404)

Die Landung eines Kienzle-Reklameballons. Bei dem Ausflug im Anschluß an die Reichstagung München an den Starnberger See wurden eine Menge der Kienzle-Luftballons hochgelassen, nachdem eine Postkarte mit der Anschrift des Absenders daran befestigt war. Es wird die Teilnehmer an dem Ausflug interessieren, zu hören, daß einige dieser Postkarten von den Findern der Ballons zurückgesandt wurden. Einer dieser Ballons legte einen 750 km langen Weg bis in den Wald zwischen dem Beskidengebirge und der Hohen Tatra (Tschecho-Slowakei) zurück. Ein Förster fand ihn dort und sandte die Karte an den Zentralverband der Deutschen Uhrmacher. Unsere Geschäftsstelle schickte sie dann der Firma Kienzle, die dem glücklichen Finder einen Finderlohn in Gestalt eines Tam-Tam-Weckers zukommen ließ.

Eine andere Karte gelangte nach Reisbach an der österreichischen Grenze. (VI 1/409)

Der kleinste bayrische Uhrmacher mit dem größten Mauthe-Wecker. Das nachstehende Bild wird uns von Herrn Kollegen Friß König in Rehau (Bayern) eingesandt. Der Genannte schreibt



uns dazu: "Anläßlich der 500-Jahrfeier der Stadt Rehau (16. bis 18. Juli 1927) hatte ich während des Festzuges, als Tausende von Menschen vorbeiwogten, in ein vollkommen ausgeräumtes Schaufenster meinen kleinen 5 Jahre alten Sohn mit dem großen Wecker als "Uhrmacher am Werktisch" gesteckt. Das Fenster fand großen Beifall und manches Geschäft kann wohl auf Grund dieser Reklame gebucht werden. Diese Ausstellung hatte außerdem den Vorteil, daß sie kein Geld kostete. Die Firma Mauthe verleiht den Wecker kostenlos auf 14 Tage an Fachkollegen."

Einbruchsdiebstähle. Hamburger Einbrechern gelang es, in der Nacht vom 5. zum 6. August aus einem in Lüneburg ge-

