

auch im Sommer“ mahnt der Pelzhandel, „Schenkt Bücher zu jedem Fest“ raten die Buchverleger. Mit der Propaganda „Der aufmerksame Ehemann“ sorgten die Hotels für Sonntagsgäste. Werbefeldzüge für Schokoladen, Zigarren, Farben und verschiedenes andere stehen uns bevor.

Alle diese Handelszweige haben sich durch das übliche „Das Publikum hat ja kein Geld“ nicht hindern lassen, und sie haben klug damit getan, denn: das Publikum hat doch Geld! Wer hätte beispielsweise geglaubt, daß das Publikum so erhebliches Geld für Radioapparate ausgeben würde. Fast in jedem Hause ist eine Familie, von der Hunderte von Mark für eine Radioanlage aufgewendet worden sind. Ja, jeder Schuljunge hat für seinen selbstgebaute Radioapparat mehr Geld ausgegeben, als zum Ankauf einer hochfeinen silbernen Ankeruhr nötig wäre. Warum sollte also für Uhren das Geld fehlen?

Das Geld fehlt dem Publikum für Uhren ebenso wenig oder ebensoviel wie für andere Artikel. Es fehlt aber zunächst an einer großzügigen Anregung zum Uhrenkauf, an einer großen Propaganda für die Notwendigkeit des Besizes einer modernen und zuverlässigen Uhr. Anfänge sind gemacht. Jetzt gilt es weiterzubauen, das Erreichte zu festigen und zu verstärken und vor allen Dingen die ganze Propaganda auf den Einzelhandel zu übertragen. Es trifft sich glücklich, daß zur Zeit auch eine große Schmuckpropaganda, getragen von den Schmuckwaren-Grossisten und Fabrikanten, beginnt und daß durch die letzte Eisenacher Sitzung engstes Miteinanderarbeiten der beiden Gruppen „Schmuck und Uhr“ gesichert ist. Das wird erheblich dazu beitragen, das Interesse des Publikums und der Presse auf unsere Bestrebungen zu lenken.

Eine große Propaganda kostet natürlich Geld. Und so ist auch in der vorigen Nummer ein Aufruf erschienen, die durch die Vereinigungen vorzunehmende Geldsammlung rege zu unterstützen. Wenn im Durchschnitt jeder Kollege 5 Mk. gibt, läßt sich das aufgestellte Programm, das 50000 Mk. erfordert, durchführen. 5 Mk. als Beitrag zu der wichtigsten Aktion, die es für unser Gewerbe gibt, für die Hebung des Umsatzes und für die Erhöhung des Ansehens unserer Geschäfte muß auch der kleinste Kollege aufbringen. Es wird sich reich lohnen! Daß die größeren Geschäfte mehr beitragen, ist wünschenswert, und wir sind auch gewiß, daß sie, wenn sie einmal über die Dinge nachdenken, freudig erheblich mehr beitragen werden.

Den Beitrag zu dem Reklamefonds zu zahlen, muß die nächste Betätigung nach dem Lesen dieser Zeilen sein. Daran sollte sich aber noch eine Stunde ernsten Nach-

denkens anschließen. Nicht etwa über das Schicksal der fünf (oder hoffentlich noch mehr) Mark, sondern über die Frage: „Wie bringen wir unser Gewerbe vorwärts?“

Dazu kann heute nur so viel gesagt werden daß, wenn die große Propagandaaktion gelingen soll, jeder, aber auch jeder Kollege von dem ehrlichen Willen zum Vorwärtskommen erfüllt sein muß. Jede Möglichkeit muß ausgenutzt werden. Zunächst Laden und Schaufenster. Daß sie je nach den verfügbaren Mitteln modern und vor allen Dingen sauber hergerichtet werden und daß die Auslage öfter als sonst gewechselt werden muß, ist ja selbstverständlich. Sobald die ersten Anzeigen erscheinen, müssen diese im Laden und Schaufenster in einem schmucken Rahmen gezeigt werden. Die in den Gemeinschaftsanzeigen verwendeten Schlagworte oder Werbesprüche sollten auf Schilder oder direkt an die Schaufenster gemalt werden. Jeden Kunden, auch den, der nur ein Uhrglas oder eine Taschenlampenbatterie kauft, muß man fragen: „Haben Sie unsere Gemeinschaftsanzeigen schon gelesen?“ und mit ihm ein kleines Gespräch über moderne Uhren anfangen. So ganz nebenbei und unverbindlich zeigt man ihm die neuesten Stücke.

Soweit es irgend geht, passe man die Schaufensterausstellung den gerade zuletzt erschienenen Gemeinschaftsanzeigen an, sei es hinsichtlich der Grundstimmung oder der angebotenen Uhren. Wer selbst inseriert, stimme auch seine eigenen Anzeigen entsprechend ab. Außerdem dränge er seine Zeitung, daß sie eine Notiz über die Uhrenpropaganda oder sonst einen Artikel über die Uhr bringt. Material wird von der Geschäftsstelle des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher zu beziehen sein.

In den Großstädten ist es Aufgabe der Vereinigungen, durch Pressetees und dgl. Fühlung mit der Tagespresse zu nehmen. Material dafür haben die Vereinigungen schon im Vorjahre erhalten. Örtliche Gemeinschaftsanzeigen, wie sie im Vorjahr schon vielfach erschienen sind, dürfen natürlich nicht fehlen. Es wäre verkehrt, sie etwa mit Rücksicht auf die große Gemeinschaftsreklame fallenzulassen. Sie sind zur Vertiefung der Wirkung dringend erwünscht und sollten in Text und Ausführung an die große Gemeinschaftsreklame angelehnt werden.

Es wird noch mancherlei zu diesen Fragen zu sagen sein. Auf einen Hieb fällt ja auch kein Baum. Wenn aber das ganze Fach intensiv und einig an die Arbeit geht, wenn vor allen Dingen das benötigte Geld schnell zusammenkommt, dann wird auch das große Werk gelingen, dann wird unser Gewerbe auch bald wieder den Platz im Wirtschaftsleben einnehmen, der ihm gebührt.

## Der Außenhandel der Schweiz mit Uhren im August 1927

Im August 1927 hat sich sowohl die Ein- als auch die Ausfuhr gegenüber dem Vorjahre dem Werte nach gehoben. Auch im Vergleich zum Juli 1927 war die Ein- und Ausfuhr größer. Im August 1927 wurden 21356 Stück Uhren und 235 dz Uhrenbestandteile im Werte von 302028 Fr. eingeführt gegen 12448 Stück und 142 dz im Werte von 211782 Fr. im August 1926. Im Juli 1927 wurden 22053 Stück Uhren und 161 dz Uhrenbestandteile im Gesamtwerte von 273104 Fr. von der Schweiz aufgenommen.

Zur Ausfuhr gelangten im August 1927 dagegen 1724986 Stück Uhren und 166 dz Uhrenbestandteile im Werte von 22679810 Fr. gegen 1462413 Stück Uhren und 160 dz Uhrenbestandteile = 19347228 Fr. im August 1926 und 1654440 Stück Uhren und 154 dz Uhrenbestandteile im Werte von 22356959 Fr. im Juli 1927.

Von den im August 1927 eingeführten 21356 Stück Uhren stammte der größte Teil aus Deutschland, nämlich

17505 Stück. Außerdem konnten noch liefern 2745 Stück Frankreich, 737 Stück die Vereinigten Staaten, 347 Stück Holland, 14 Stück Österreich und 8 Stück Italien. Nach den einzelnen Waren ausgeschieden, setzte sich der Import unter anderem aus folgenden Posten zusammen: 376 Stück fertigen Werken zu Taschenuhren im Werte von 3788 Fr., 162 Stück rohen Uhrgehäusen zu Taschenuhren im Werte von 2017 Fr., 18000 Stück = 63669 Fr. fertigen Uhrgehäusen aus Nickel, 566 Stück = 5115 Fr. desgl. aus Silber, 1084 Stück = 9556 Fr. desgl. aus Gold, 800 Stück = 6707 Fr. Taschenuhren aus Nickel, 147 Stück = 2230 Fr. desgl. aus Silber, 2 Stück = 200 Fr. desgl. aus Gold, 32 Stück = 345 Fr. Armbanduhren aus Nickel, 8 Stück = 7830 Fr. desgl. aus Gold und 181 Stück = 3325 Fr. anderen Uhren mit Taschenuhrwerk, 166 dz = 121528 Fr. Wand- und Standuhren, 47 dz = 34527 Fr. Wecker, 56 kg = 259 Fr. Turmuhren, 1469 kg = 11518 Fr. Bestandteile