

**Oelsniß (Erzgeb.).** Ein schwerer Einbruch wurde nachts bei dem Uhrmachermeister Robert Dieße in der Bahnhofstraße verübt. Den Dieben fielen sämtliche Gold- und Silberwaren in die Hände. (VI 1/774)

**Ein kleiner Ratgeber beim Kauf einer Uhr,** so nennt die Uhrenfabrik Rauschenbachs Erben (Schaffhausen, IWC) eine kleine Werbeschrift, die sie dem Uhrmacher zur Verfügung stellt. In der Werbeschrift werden die technischen Vorzüge der IWC-Uhren auseinandergesetzt. Die äußere Ausstattung der Schrift ist vornehm und elegant, so daß sie ein wirkliches Werbemittel für den Uhrmacher darstellt. (VI 1/760)

**Werbemittel für Uhrmacher-Optiker in der Kleinstadt.** Die Optische Industrieanstalt Hermann Weßel (Rathenow) bringt ein Flugblatt heraus, das besonders darauf abgestellt ist, für den Uhrmacher-Optiker in der Kleinstadt zu werben. Der Kundschaft wird klargelegt, daß sie es nicht nötig hat, in die Großstadt zu reisen, um dort eine Brille zu kaufen. (VI 1/735)

**Branchenfernsprechbuch 1927, Bayern, rechts des Rheins.** Soeben ist das von der Deutschen Reichspostreklame herausgegebenen Verzeichnis erschienen. Das Berufsverzeichnis enthält alle Fernsprechteilnehmer der Oberpostdirektionsbezirke: Augsburg, Bamberg, Landshut, München, Nürnberg, Regensburg und Würzburg, welche freien Berufen, Handel, Industrie und Gewerbe angehören, ist nach Berufs-, Geschäfts- und Warengruppen alphabetisch geordnet und innerhalb der Gruppen, durch Zeichen kenntlich gemacht, in Herstellung, Großhandel, Einzelhandel und Vertretung gegliedert. (VI 1/728)

**Die Organisation des Weihnachtsgeschäftes,** so nennt die Firma Steinmeß & Lingner eine in mattem Kunstdruckpapier gedruckte, vornehm ausgestaltete Schrift. Sie ist mit viel Liebe und Verständnis ausgearbeitet und fertiggestellt. Besonders betont ist der Gedanke „Dienst am Kunden“ — nicht nur Ware verkaufen, sondern gekaufte Ware wieder verkaufen helfen. Wir freuen uns, daß diese Einstellung jetzt gerade von den leistungsfähigsten Firmen eingenommen wird; darin sehen wir die Bürgschaft für den Erfolg, nicht nur Erfolg für die betreffende Firma, sondern Erfolg für den Umsatz im Einzelhandel und Belebung des Schmuckgedankens bei den Frauen. So wirkt denn die Propaganda des Gewerbes mit der Talkraft der einzelnen Firmen zusammen. In geradezu meisterhafter Weise sind die einzelnen Texte in der vorliegenden Schrift ausgearbeitet, die für die einzelne Schmuckgattung werben. Hier ist für den Einzelhandel eine Fundgrube für die eigene Propaganda und, was sehr wichtig ist, auch für das Verkaufsgespräch. Man muß der Firma Steinmeß & Lingner (Leipzig) gratulieren zu der Idee, die sie in so vortrefflicher Weise verwirklicht hat. Der geschäftslüchtige Uhrmacher wird aus der Schrift reichen Nutzen schöpfen. (VI 2/762)

## Geschäftsnachrichten

**Schramberg.** Gebrüder Junghans A.-G., Uhrenfabriken. Wie wir erfahren, wird die Gesellschaft für das am 30. Juni d. J. abschließende Geschäftsjahr voraussichtlich eine Dividende von 4% (i. V. 6%) zur Ausschüttung bringen. Der Rückgang der Dividende sei einmal auf die niedrigeren Preise des vergangenen Geschäftsjahres und andererseits auf die Höhe der Kosten für die Umstellung zurückzuführen. Der Geschäftsgang des neuen Jahres sei weiterem Vernehmen nach bis jetzt sehr gut. Auch die Preise haben sich gebessert. Der Zusammenschluß in der Uhrenindustrie habe sich in den ersten Monaten schon dadurch bewährt, daß auf dem Uhrenmarkt gesündere Verhältnisse eingetreten seien. (VI 1/764)

**Berlin.** Von der Firma Conrad Felsing, Unter den Linden 20, wurde nunmehr das dritte Geschäft, Kaiserdamm 38, eröffnet. Das zweite Geschäft, das vor einigen Monaten eröffnet wurde, befindet sich Kurfürstendamm 35. (VI 2/770)

**Stolp i. P.** Herr Kollege Adolf Müller verlegte sein seit 28 Jahren bestehendes Geschäft in sein eigenes Grundstück in bedeutend größere, moderne Räume. (VI 2/758)

**Wiesbaden.** Herr Kollege Chr. Nöll, Langgasse 16, eröffnete in Wiesbaden-Biebrich, Rathausstr. 49, ein Zweiggeschäft. (VI 2/761)

## Personalien

**Aachen.** Herr Kollege Wilhelm Lanlin, Wallstr. 34, konnte sein 25jähriges Geschäftsjubiläum feiern. (VI 3/767)

**Genhlin.** Am 1. November konnte Herr Kollege Theodor Meyer das 50jährige Geschäftsjubiläum feiern. (VI 3/769)

**Chemnitz.** Im Alter von 74 Jahren verstarb Herr Kollege Emil Oehme. (VI 3/766)

**Essen.** Hier verschied Herr Kollege Friß Steinbeck, Steelerstraße 135. (VI 3/759)

**Kehl.** Im Alter von 85 Jahren verschied Herr Kollege Joseph Lehmann. (VI 3/768)

**Lenzkirch.** Die Uhrenfabrik Lenzkirch A.-G. zeigt den Tod ihres Aufsichtsratsmitgliedes, Herrn Kommerzienrat Dr. Hans Clemm (Mannheim-Waldhof) an. (VI 3/763)

**Weißwasser.** Hier verstarb Herr Kollege Alfred Piltack. (VI 3/771)

## Konkurse und Geschäftsaufsichten

**Hanau.** Über das Vermögen der Firma Gebr. Elsaß, Juwelen- und Bijouteriewarenfabrik, ist das Konkursverfahren eröffnet worden. (VI 4/756)

## Innungs- und Vereinsnachrichten

### Bekanntmachungen der Verbandsleitung

**Weihnachten rückt immer näher — wo bleibt das Geld für die Gemeinschaftsreklame?** Bisher sind uns von der Lausiß, vom Rheinisch-Westfälischen Verband, vom Nordwestdeutschen Verband, der Innung Chemnitz, Schneidemühl, Bunzlau und Landeshut die auf sie entfallenden Beträge zur Verfügung gestellt worden. Wie uns Herr Göldner (Frankfurt a. O.) berichtet, hat er durch sein tatkräftiges Eingreifen den schnellen Erfolg erzielt. Es kommt nur auf die Arbeit der Vorstände an. Daß bei den Innungen der gute Wille vorhanden ist, sie aber von ihrem zuständigen Unterverband nicht unterrichtet wurden, zeigt z. B. eine Zuschrift einer regen Innung: „In unserer Innungsversammlung vom 20. Oktober haben wir beschlossen, zur Gemeinschaftsreklame je Mitglied 5 Mk. zu entrichten. Wann wird dieses Geld angefordert?“ — Die Innung hat also offenbar von dem Unterverband keine oder nicht die richtige Anweisung erhalten. Der Kollege Esser (Aachen) schreibt uns: „Durch Postscheck übersandte ich Ihnen heute 10 Mk. als Reklamebeitrag. Ich hoffe, daß nun bald alle Uhrmacher Ihrer ‚jahrelangen‘ Aufforderung nachkommen, damit die Reklame noch vor dem 24. Dezember 1927 beginnt. Genügt der Beitrag nicht, bin ich zu weiterem durch größere Beiträge gern bereit.“

Es ist die allerhöchste Zeit, daß wir nun endlich auch von den anderen Unterverbänden das Geld zur Verfügung gestellt erhalten. Wenn wir etwas tun sollen, so müssen uns auch vorher die Geldmittel zur Verfügung stehen, weil wir sonst keine Verträge abschließen können! (VII/524)

**Schmuckpropaganda.** Die Werbeheftchen und Werbepostkarten für die Schmuckpropaganda können durch uns bezogen werden. Es sind drei verschiedenerlei Werbehefte und ebenfalls drei verschiedenerlei Postkarten. Der Preis für das Heftchen beträgt 6 Pf. Der Eindruck der Firma bis zu 500 Stück kostet 5 Mk. extra, für 1000 Stück 8 Mk.

Die Werbekarten kosten mit Firmeneindruck 100 Stück 9 Mk., 200 Stück 14 Mk., 300 Stück 19 Mk., 500 Stück 27 Mk., 1000 Stück 44 Mk.

Verlangen Sie von uns Musterheftchen und -karten zur Ansicht. Geben Sie uns aber Ihre Wünsche baldmöglichst auf, damit mit dem zeitraubenden Druck begonnen werden kann. (VII/535)

**Aushänge-Reklame der Uhrmacher.** Die Abgeordneten Falk, Riedel (Charlottenburg), Hourß, Kniest und die übrigen Mitglieder der Fraktion der Deutschen Demokratischen Partei haben im Preußischen Landtage die nachstehende Kleine Anfrage eingebracht:

„In mehreren Städten haben die Polizeiverwaltungen Uhrmachern und Optikern die Genehmigung zur Anbringung von transparenten Aushänge-Reklamen versagt, obschon die gleichen Reklametransparente in vielen Orten in großem Umfange unter Genehmigung der Ortspolizeibehörden zur Verwendung gekommen sind. Die Versagung der Genehmigung wird allseits anerkannt, wenn es sich um wertvolle Fassaden alter Profanbauten handelt oder wenn diese Transparente in engen Straßen den Verkehr hoch beladener Fuhrwerke etwa behindern könnten. Es sind aber Fälle bekannt, wo der zuständige Polizeiverwalter oder Stadtbaurat derartige Reklametransparente verbot, offenkundig aus einer rein persönlichen Abneigung gegen derartige von ihm als geschmacklos bezeichnete Reklametransparente. Ein Hinweis auf die zahlreichen Transparente gleicher Art in anderen Städten hatte keinen Erfolg. Die Gewerbetreibenden erblicken in der Versagung einer Reklamemöglichkeit, die mit-helfen soll, die bekanntlich starke steuerliche Belastung zu tragen, eine unangebrachte behördliche Bevormundung und empfindliche Behinderung.“

Wir fragen deshalb: Ist das Staatsministerium bereit, eine Anweisung an die Herren Polizeiverwalter zu veranlassen, daß persönliche Anschauungen über Reklamegeräte bei der Be-