



Denken Sie an Werbung für die Werkstatt?

Anregungen aus der Praxis für Werkstattreklame von Hans Jendrißki

Wenn irgendwo von der Reklame die Rede ist, so verbindet das Unterbewußtsein sofort den Gedanken mit Geldkosten. Es gibt aber auch andere und oft viel intensivere Werbung, die nichts kostet als freundliche, überzeugende Worte. Und bei der Reklame, die wirklich Geld kostet, ist es kein herausgeworfenes Geld, wenn die Werbung vernünftig und zielbewußt betrieben wird. Um nun dieses Kapitel möglichst sparsam einzuleiten, wollen wir mit einem Werber beginnen, der mit unser wichtigster ist. Ihr billigster ist er nicht, denn mit der Ladenmiete bezahlen Sie zum größten Teil die Schaufenster. Aber Sie benötigen sie ja ohnehin zur Schaustellung Ihrer Waren, wir brauchen also der Werkstatt keine besondere Rechnung aufzustellen, wenn wir einmal das Schaufenster speziell für „sie“ dekorieren.

In der sogenannten stillen Zeit werden Sie oft genug Gelegenheit haben, ein Sonderfenster für die Werkstatt auszustellen. Es braucht ja nicht mehrere Wochen zu sein, wenige Tage genügen schon. Wenn Sie für eine größere Dekoration einige Vorbereitungen zu treffen haben, dann stellen Sie einmal Ihre imposanten Werkzeuge aus, die recht kompliziert aussehen, wie die Wälzmaschine, den Drehstuhl, die Unruhwaage usw. Ihre Schreibmaschine wird Ihnen sehr gern die nötigen sachlichen Schilder dazu liefern. Sie wissen ja, daß das Publikum gern liest. Zerlegen Sie altes Uhrwerk und legen Sie die einzelnen Teile auf ein kleines Tablett. Wenn Sie die Teile noch auf dem Untergrund aufheften, so bereitet es gar keine Mühe, dieses Tablett auch in den normalen Schaufenstern zu verwenden. Ein kleiner Hinweis: So sieht Ihre Uhr zerlegt aus. Sie besteht aus soundso viel Teilen. Schreiben Sie auch dabei, welches die Zugfeder ist, wo sie hineingehört, bezeichnen Sie die Spiralfeder usw. Sie werden dann mit Vergnügen feststellen, wie oft Ihre Kunden bei den Gesprächen über die Reparatur auf den Unterricht im Schaufenster Bezug nehmen werden.

Im allgemeinen findet man in den Schaufenstern der Uhrmacher nur die üblichen vorgedruckten Schilder: Reparaturen prompt und preiswert. Es bedarf eigentlich kaum der Erwähnung, daß der Uhrmacher Uhren repariert, denn dazu ist er da. Aber glauben Sie nicht auch, daß es dem Kunden viel wichtiger ist, zu wissen, wie seine Uhr bei Ihnen repariert wird? Überall wird mit Erfolgen aufgetrumpft, Rekorde über Rekorde werden aufgestellt,

jeder will der Beste sein. Aber der Uhrmacher, der einen so intensiven und interessanten Kampf mit der Sekunde führt, läßt in der Öffentlichkeit nicht das geringste davon verlauten. Wie großen Anteil das Publikum an diesem Kampf um die Genauigkeit nimmt, beweisen Ihnen doch gar oft – und vielleicht auch unbequem – die Kunden, die zu Ihnen kommen, um ihre Uhren zu vergleichen und regulieren zu lassen.

Auch fachliche Konstruktionen, eigene oder fremde, vielleicht Ihre Arbeiten von der Meisterprüfung, interessieren das Publikum. Es zieht danach Rückschlüsse auf Ihre fachliche Leistungsfähigkeit, und es wird sich bei Diskussionen viel leichter von Ihnen überzeugen lassen, wenn von vornherein Ihre Überlegenheit feststeht.

Sie wissen, wie anziehend Uhren wirken, wenn sie sich in Gang befinden. Denken Sie also daran, wenn Sie Ihr Schaufenster dekorieren. Größere Firmen, mit denen Sie lange Zeit arbeiten, werden Ihnen gern solche Ausstellungswerke zur Verfügung stellen. Wenn Sie eine Skelettluhr in Ihrem Besitz haben oder sich ausleihen können, wird sie in Ihrem Fenster besondere Aufmerksamkeit erregen.

Technische Zeichnungen im Schaufenster haben ihren besonderen Reiz. Erstens weil man sie sonst nie dort sieht, und zweitens leben wir im Zeitalter der Technik. Vom Auto, von der gesamten Technik überhaupt sind solche Zeichnungen als unumgängliche Notwendigkeit bekannt. Bringen Sie in Ihrem Schaufenster die bekanntesten Elemente der Motorräder oder Autos zu den Teilen der Uhren in Vergleich. Haben Sie einmal daran gedacht, daß jede Uhr ein Zweiganggetriebe, eine Kupplung, einen Freilauf hat? Zeichnen Sie den Aufzug einer Taschenuhr und setzen Sie als Text darunter: „Das Zweiganggetriebe Ihrer Uhr. Der erste Gang ist dauernd eingeschaltet. Die Linksdrehung der Aufzugskrone ist Leerlauf. Durch Herausziehen der Krone schalten Sie den zweiten Gang, die Zeigerstellung, ein. Dadurch schalten Sie gleichzeitig den Leerlauf aus, denn Sie können die Zeiger in beiden Richtungen stellen.“ Solche Art der Aufklärung ist wirksamer als trockene, nüchterne Darstellung. Jeder kleine Bub kennt die Teile eines Autos oft besser als sein Vater. Bringen Sie ihm auch Verständnis für die Uhr bei. Die Jugend ist später Ihre Kundschaft. (1/52)