

ergab, daß gerade diese aufklärenden Aufsätze besonders von den Lesern geschätzt wurden.

Werbedienst

Neben der Aufklärungsarbeit leistete die Verkaufsberatung den Uhrenfachgeschäften fällige Mithilfe bei der Werbung. Ab Januar 1933 erscheint der „Werbedienst“ der Verkaufsberatung, der den angeschlossenen Uhrenfachgeschäften alles Material zugänglich macht, das sie für die Werbung benötigen. Der Werbedienst enthält Inserate, Malern, Schaufensterdekorationen, Schnittmuster für Blickfänge, Schaufensterlexte, Werbebrieft, Werbekarten, Schaufensterplakate usw. Die Bezieher erhalten das Material gegen eine mäßige Gebühr.

Werbeberatung

Außerhalb des Werbedienstes wurde vielen Firmen verschiedenes Werbematerial zugeleitet. Weit über 100 markante Firmenzüge wurden entworfen, Texte und Anordnungsskizzen für Inserate und Werbebrieft angefertigt; ebenso wurden die Fachgeschäfte hinsichtlich ihrer Geschäftsdrucksachen, Briefbogen, Rechnungen, Postkarten, Reparaturbeutel usw. beraten. Für die Werbung in Lichtspieltheatern wurden Kinodiapositive angefertigt. Erfreulicherweise war es möglich, den Firmen dieses Material ohne größere Kostenberechnung zur Verfügung zu stellen.

Schaufenster und Laden

Viele Anregungen konnten für die Schaufenster der Uhrengeschäfte gegeben werden. Eine große Anzahl Entwürfe für Schaufensterdekorationen, Blickfänge und Schaufensterumbauten und Ratschläge für zweckmäßige Schaufenster- und Ladenbeleuchtung wurden an die Fachgeschäfte geliefert. Auch für die Gestaltung der Ladenräume und der Hausfront wurden Vorschläge gemacht. Als wirksames Schaufenster-Dekorationsmittel hat die Verkaufsberatung bekanntlich einen „Schaufensterbaukasten“¹⁾ geschaffen, der in immer stärkerem Maße von den Fachgeschäften als Dekorationsmaterial verwandt wurde.

Rechnungswesen

Auf dem Gebiete des Rechnungswesens wurde eine Umsatz- und Lagerstatistik für Bestecke und eine gleiche Statistik für Schmuckwaren neu geschaffen. Durch diese Statistiken wurde das Material vervollständigt, das den Uhrenfachgeschäften eine rentable und sichere Lagerhaltung ermöglichen soll.

Tag der Uhr

Um beim Publikum nachhaltig für Uhren zu werben, hat sich die Verkaufsberatung auf Anregung von Herrn Direktor König entschlossen, besondere Werbeaktionen in Mittelstädten unter dem Titel „Tag der Uhr“ durchzuführen. Die erste derartige Veranstaltung fand im Juni 1933 in Altenburg (Thür.) statt und verlief außerordentlich erfolgreich. Über 2000 Besucher hörten den großen öffentlichen Lichtbildervortrag über die Uhr, über 3000 Personen besuchten die von der Verkaufsberatung eingerichtete Ausstellung moderner Großuhren²⁾. Da die Verkaufsberatung auch in anderen Mittelstädten „Tage der Uhr“ veranstalten will, werden die Innungen gebeten, sich mit der Verkaufsberatung in Verbindung zu setzen, um die Einzelheiten der Durchführung festzulegen.

1) Zu beziehen durch Rudolf Flume (Berlin), Georg Jacob (Leipzig) und Eisenberger Etuisfabrik Max Retsch Nachf., Eisenberg (Thür.).

2) Siehe Bericht in der UHRMACHERKUNST Nr. 26 vom 23. Juni 1933.

Lehrmaterial

Für die Verkaufsberatungsarbeiten wurde ein Archiv angelegt und wichtiges Lehrmaterial geschaffen. Sammlungen von Werbematerial, viele hundert Lichtbilder, Versuchsschaufenster, Tabellen für Geschäftsberatungen, Statistiken usw. stehen der Verkaufsberatung zur Verfügung. Das Lehrmaterial wird ständig ausgebaut, um den Fachgeschäften über alle kaufmännischen Fragen die richtige Auskunft geben zu können.

Zusammenarbeit mit der Industrie

Die Verkaufsberatung ist eine Abteilung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher. Der Zentralverband stellt der Verkaufsberatung das Büro zur Verfügung, während alle persönlichen und sachlichen Kosten aus dem eigenen Etat bestritten werden, der von den Vertragsfabriken zur Verfügung gestellt wird. Zu den bisherigen Vertragsfabriken:

Uhrenfabriken:

Gebrüder Junghans AG., Schramberg (Schwarzw.)
Kienzle Uhrenfabriken AG., Schwenningen (Neckar)
Friedrich Maulhe G. m. b. H., Schwenningen (Neckar)
Gustav Bössenroth, Berlin-Marienfelde

Besteckfabriken:

Bremer Silberwarenfabr. AG., Sebaldsbrück b. Bremen
Hanseaten-Binderwerk G. m. b. H., Bremen
Karl Kallenbach & Söhne AG., Altensteig (Schwarzw.)
M. H. Wilkens & Söhne AG., Hemelingen b. Bremen

ist in der Berichtszeit noch die Etuis- und Kartonnagenfabrik:

Eisenberger Etuisfabrik Max Retsch Nachf., Eisenberg (Thür.)

hinzugekommen, die damit ebenfalls zu erkennen gegeben hat, daß sie den Uhrenfachhandel, dessen Lieferant sie ist, in wirtschaftlicher Beziehung fördern will. Es ist außerordentlich erfreulich, daß die Vertragsfabriken der Verkaufsberatung die große Bedeutung der kaufmännischen Ertüchtigung der Uhrenfachgeschäfte erkannt haben und die Arbeiten der Verkaufsberatung ermöglichen.

Ausblick

Die Zukunftsaufgaben der Verkaufsberatung sind klar vorgezeichnet. Getreu dem Grundsatz, die kaufmännische Leistungsfähigkeit der Uhrenfachgeschäfte zu fördern, wird die Verkaufsberatung weiter ihre Aufklärungsarbeit über die kaufmännischen Fragen im Uhrenfachgeschäft in Vorträgen und Kursen durchführen. Einen breiten Raum wird die Hervorhebung des Qualitätsgedankens einnehmen. Außerdem wird die Verkaufsberatung in Zukunft individuelle, persönliche Beratungen in den einzelnen Geschäften abhalten. Sie wird längere Zeit in einem bestimmten Bezirk allen interessierten Geschäftsinhabern im eigenen Geschäft zur Verfügung stehen, um Vorschläge zu machen, die unmittelbar in der Praxis Anwendung finden können. Die Verkaufsberatung ist davon überzeugt, daß für die wirtschaftliche Gesundung des Uhrenfachhandels die Mitarbeit eines jeden Uhrmachers notwendig ist, um Höchstleistungen zu vollbringen. Dabei will die Verkaufsberatung gern mit allen Erfahrungen und allem Material als Helfer und Ratgeber mitwirken. (Ab 15. Juli 1933 befindet sich das Büro der Verkaufsberatung in Berlin NW 7, Bauhofstr. 7, Ruf: A6 Merkur 7834.)

.....
Kleine Anzeigen, Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**
.....