



## VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

60. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 25. JANUAR 1935

NUMMER 5

### Neuer Werbeprospekt der Gemeinschaftswerbung!

Der große Erfolg des Weihnachtsprospektes gibt Veranlassung, demnächst wieder einen Prospekt herauszugeben. Er ist auf die Einsegnungs- und Osterzeit eingestellt und soll dazu beitragen, auch in dieser Zeit den Umsatz in den Fachgeschäften zu steigern. Die Anregungen aus den Kreisen der Uhrmacher wollen wir dabei berücksichtigen.

Das Format ist das gleiche wie beim Weihnachtsprospekt. Es sind diesmal statt sechs vier Seiten. Abgebildet werden Uhren und Schmuckwaren, die als Einsegnungs- und Ostergeschenke in Frage kommen. Kurze Erläuterungen über Material, Vorzüge und Verwendung werden jeweils zu den Abbildungen gedruckt. Ebenfalls werden wieder Preise angegeben, weil ein Angebot ohne Preise nicht den gewünschten Erfolg hat. Die Ausführung des Prospektes wird wieder in der vornehmen Art wie der Weihnachtsprospekt, gutes Papier und erstklassiger Kupfertiefdruck.

Das Titelblatt erinnert durch eine bildliche Darstellung an Einsegnung und Ostern. Auf Texte wie „Zur Einsegnung“ oder „Geschenke für die Kommunion“ haben wir verzichtet, damit der Prospekt in einer neutralen Aufmachung ebensogut in Gegenden mit vorwiegend protestantischer wie auch katholischer Bevölkerung verwendet werden kann.

Auf allen Seiten des Prospektes wird noch stärker auf das Fachgeschäft hingewiesen, als es beim Weihnachtsprospekt der Fall war. Der Raum zum Eindruck der Firma befindet sich jetzt in der Mitte der letzten Seite; also an einer auffallenderen Stelle als beim Weihnachtsprospekt. Auf der letzten Seite sind aufklärende Texte über die Behandlung der Uhr und über die Pflege von Schmuck- und Silbergeräten vorgesehen. Dadurch wird erreicht, daß der Prospekt von vielen Leuten aufbewahrt wird.

Die Verbreitung des Prospektes wird etwas anders als die des vorigen. Die Beilage in Zeitschriften wird von einer Million auf zwei Millionen erhöht. Wir wählen die Zeitschriften für die Beilagen so aus, daß wir an alle Volksschichten herankommen. Es sind in der Hauptsache Frauen- und Modezeitschriften, und zwar haben wir Zeitschriften in einfacher bis vornehmer Aufmachung gewählt, um den Prospekt in weiteste Kreise hineinzutragen. Was uns veranlaßte, Frauen- und Modezeitschriften besonders stark für die Verbreitung des Prospektes anzuspannen, ist die Tatsache, daß diese Zeitschriften, zumal die

meisten Schnittmusterbogen enthalten, sehr starke Beachtung finden. Einen großen Teil der Prospekte verbreiten wir auch durch Familienzeitschriften. Es sind insgesamt etwa 15 Zeitschriften für Beilagen vorgesehen, die eine gleichmäßige Streuung über ganz Deutschland gewährleisten.

Außer diesen zwei Millionen Prospekten, die als Zeitungsbeilagen hinausgehen, können weitere drei bis vier Millionen gedruckt werden, die den Uhrenfachgeschäften zur Eigenwerbung zur Verfügung gestellt werden. Die Erfahrung beim Weihnachtsprospekt hat gezeigt, daß wir auch hier einen anderen Weg gehen müssen. Es geht nicht, daß einem Teil der deutschen Fachgeschäfte die Möglichkeit für eine eigene Werbung gegeben wird, wozu die gesamten deutschen Uhrmacher die Mittel aufbringen. Bei den Prospekten als Zeitungsbeilagen handelt es sich um eine ausgesprochene Gemeinschaftswerbung. Es ist natürlich, daß Uhrmacher, die darüber hinaus noch eine zusätzliche Werbung für ihre eigenen Geschäfte machen und den Prospekt dazu verwenden wollen, einen bescheidenen Betrag aufwenden müssen.

Der Preis für die Prospekte, die die Uhrmacher für ihre Eigenwerbung erhalten können, ist zufolge der großen Auflage sehr gering, zumal die erheblichen Kosten für die Vorarbeiten (Photos, Retuschen, Künstler-Honorare, Korrekturen usw.) aus dem Etat der Arbeitsgemeinschaft bestritten werden. Jedes Fachgeschäft, auch das kleinste, ist in der Lage, sich dieses wirkungsvollen Werbemittels zu bedienen. Die Kosten für einen Prospekt, den sich der einzelne Uhrmacher selbst anfertigen ließe, würden den Preis des Gemeinschaftsprospektes um ein Vielfaches übersteigen.

Es können Prospekte von Uhrmachern in beliebiger Menge zum Preis von 0,7 Pf. je Stück bestellt werden. Verpackung und Porto bzw. Fracht geht zu Lasten des Bestellers. Alle Prospekte werden ohne Firmeneindruck geliefert.

Ein besonders wirksamer Weg zur Verteilung der Prospekte ist die Beilage zu Lokalzeitungen durch die Innungen. Die Innungen werden gebeten, recht zeitig die Prospekte, die in diesem Falle kostenlos abgegeben werden, zu bestellen. Die Beilagegebühr für die Lokalzeitungen muß von den Innungen aufgebracht werden. Die Verteilung der Kosten kann durch Umlage auf die