



# VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

60. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 15. MÄRZ 1935

NUMMER 12

## Frühjahrswerbung!

Von E. Raulenberg

Vielfach spricht man im Frühjahr von einem Ostergeschäft. Im Uhrenfachgeschäft hat das eigentliche Ostergeschäft keine allzu große Bedeutung. Was die Umsatzkurve günstig beeinflusst, ist mehr die Zeit der

Wenn das heute nicht mehr der Fall ist, darf man sich nicht einfach damit trösten, daß sich die Zeiten geändert haben. Wir müssen diese in Vergessenheit geratene Tradition wieder aufleben lassen. Der junge Mensch,

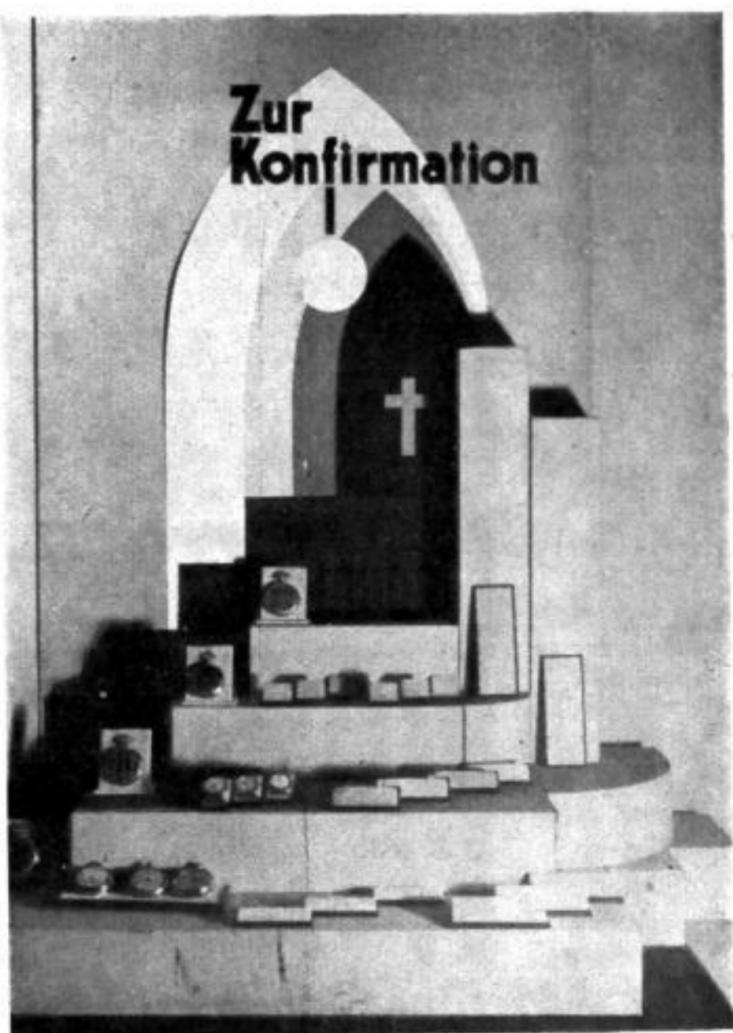


Abb. 1

Konfirmationen und Kommunionen, die ja zeitlich dem Osterfest fast gleichkommt.

Aber auch dieses Geschäft wird keinem mühelos zufallen. Es müssen Anstrengungen gemacht werden, um verlorenes Gelände wiederzugewinnen. In früheren Jahren war es fast eine Selbstverständlichkeit, daß der Konfirmand oder der Kommunikant eine Uhr bekamen.

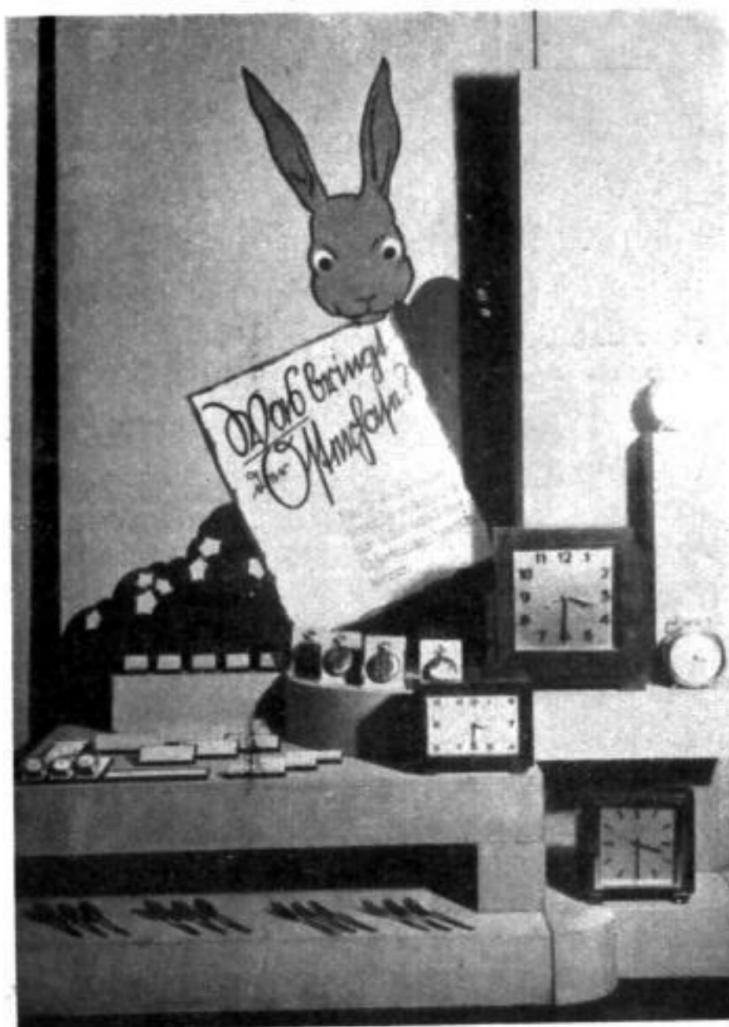


Abb. 2

der ins Leben tritt, braucht eine zuverlässige Uhr. Aber mit dieser Feststellung allein ist es nicht getan.

Werben und immer wieder werben! Vor Weihnachten strengen sich fast alle Uhrmacher an, um tüchtig zu verkaufen. Warum nicht auch in einer Zeit, die noch mehr Anstrengungen erfordert? Oder wollen Sie nach wie vor immer ihre ganze Hoffnung auf den Dezember setzen?