

Kinowerbung zu Ostern

Auch zu Ostern haben wir, etwa in den gleichen Städten wie zu Weihnachten, in den größten Lichtspieltheatern durch ein Werbelichtbild gearbeitet. Dieses Mal wurde die Anzahl der Kinos allerdings um 20 erhöht, so daß im ganzen 220 Kinos für vier Wochen belegt waren.

Was ist nun im ganzen genommen zu diesem Werbezug zu sagen?

Zuerst einmal, daß er mit noch größerer Energie fortgeführt werden wird. Der Erfolg des Weihnachtsgeschäftes hat bewiesen, daß der Weg richtig ist, den die Arbeitsgemeinschaft eingeschlagen hat.

Im Sommer werden als nächste Maßnahme 2500 D-Zugwagen der Reichsbahn mit bunten Plakaten versehen werden; denn gerade im Zusammenhang mit den Verkehrsmitteln ist es am wirkungsvollsten, auf die Notwendigkeit einer guten Uhr hinzuweisen.

Wenn auch manche Kollegen meinen, sie hätten von dieser Werbung ja nichts, weil in ihrer Nähe kein Kino sei, oder in ihrer Nachbarschaft keine Zeitungen gelesen

würden, so ist dies ein Trugschluß. Nicht gilt es ja, jedem Geschäft einen bestimmten Kunden zuzuführen — das kann nur die persönliche Geschicklichkeit und Geschäftstüchtigkeit der Kollegen erreichen —, sondern das gesamte Publikum überhaupt soll erst wieder dazu erzogen werden, die Qualitätsarbeit zu achten, Qualitätsware vorzuziehen und sich dem sachverständigen Rat im Fachgeschäft anzuvertrauen. Die Käufer werden nach Erreichung dieses erzieherischen Zieles nicht ausbleiben.

Die bisherigen Maßnahmen der Gemeinschaftswerbung haben gezeigt, wie aus dem Wenig der Einzelnen ein Viel für alle an Nutzen durch die Werbung herausgeholt werden kann. Deshalb heißt es: Nicht müde werden! Weiter vorwärts im Kampfe für unser Handwerk! Helft mit an der Arbeit der Gemeinschaftswerbung, dann helfe Ihr Euch selbst!

(Für Vorschläge jeder Art bezüglich Werbemaßnahmen ist die Arbeitsgemeinschaft für die Deutsche Uhrenwirtschaft jederzeit sehr dankbar. Schreiben Sie Ihre Vorschläge an uns, Berlin NW 7, Bauhofstraße 7.) (1/685)

Ein neuer Werbeprospekt der Gemeinschaftswerbung der deutschen Edelmetall- und Schmuckindustrie

„Schenke als Frühlingsgruß sinnigen Schmuck“ ist der Text des wunderhübschen Titelblattes, das kaum besser den Frühling mit dem Schmuck in Verbindung bringen könnte, als in der Weise, wie es auch in unserer Abb. 1 gezeigt ist. Faltet man den Prospekt aus-

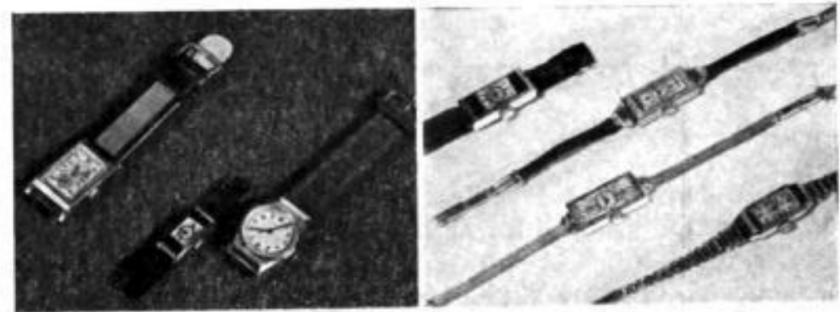
Der Prospekt ist außerordentlich wirkungsvoll in seiner aparten Aufmachung auf feinem Kunstdruckpapier,



Schenke als Frühlingsgruß sinnigen Schmuck

Abb. 1. Das Titelblatt des Schmuckprospektes

einander, so bringt die nächste Seite die Gegenüberstellung von Tand und Schmuck. Reizvolle Schmuckmodelle bringt das Mittelblatt, und auf dem letzten Blatt der Innenseite stellen sich dem Beschauer die Uhren erstmalig hier vor, deren klare Abbildungen — wie unsere Abb. 2 zeigt — Kauflust wecken können. Eine besondere Seite ist dem Herrenschnuck gewidmet unter dem Motto: Herrenschnuck vermittelt seinem Träger Freude im Alltag.



Die Uhr als Zeitmesser ist uns unentbehrlich geworden. Wie die Zweckmäßigkeit sich in Schmückende Formen kleidet, zeigen uns die Erzeugnisse der Deutschen Uhrenindustrie. In formvollendeten Gehäusen ruhen Werke bester deutscher Qualitätsarbeit — denn die Seele einer Uhr ist ein genauegehendes Werk. Lassen Sie sich vom Fachmann beraten, Sie haben beim Kauf im Fachgeschäft die Garantie dauernder Freude.



Abb. 2. Die „Uhrenseite“

so daß seine Bestellung bei der Gemeinschaftswerbung der deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie nur empfohlen werden kann. (1/684)

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