



und ausbürsten. Dann verschmutzt Ihre Taschenuhr nicht so leicht. Vor allem aber muß es eine absolut dichtschließende und zuverlässig gehende XV-Uhr sein, wenn Sie Freude an Ihrem Zeitmesser haben wollen!“

Gut, daß der Schreiber dieser Zeilen nicht dabei ist, wenn Sie diesen Artikel lesen. Ich höre Sie schon weffern: „Der Kerl ist verrückt! Wie kann ich meine Auslage zu solchen »Mätzchen« hergeben?“ Aber lassen Sie es sich gesagt sein: Diese „Mätzchen“ sind es, die das Publikum vor Ihre Auslage bannen und in den Laden ziehen. Und — nicht wahr — darauf kommt es Ihnen doch an, daß Ihre Werbung Erfolg hat! (I/675)

Wir zeigen Ihnen:

Die Laurin-Werbewoche in Eisenach!

Ein Kurzfilm mit fünf Bildern

Das „Laurin“-Gütezeichen läßt in den Schaufenstern die Sage vom König Laurin lebendig werden, der als Hüter unermesslicher Schätze weiterlebt. Vom Herrn Kollegen E. Weirich (Eisenach) erhalten wir einige nette Bilder übersandt von solchen Dekorationen.

Vom 17. Mai bis zum 3. Juni 1935 wurde in Eisenach eine Laurin-Werbewoche durchgeführt, an der sich insgesamt zehn Fachgeschäfte — und zwar sechs Uhrmacher und vier Juweliere — beteiligten. Die nötigen Vorarbeiten wurden in gemeinsamer Arbeit an einigen Besprechungsabenden geleistet, wobei auch beschlossen wurde, die Werbung in etwas großzügigerer Weise durchzuführen.

Die Dekorationen selbst wurden von einem durch den Verband der Grossisten des Edelmetallgewerbes gestellten Dekorateur in gemeinsamer Arbeit mit den Geschäftsinhabern aufgestellt. Allgemein wurden sehr hübsche Fenster geschaffen, die mit den netten Puppen und dem farbenfrohen Rahmen beim Publikum größtes Interesse fanden.

Das schlagartige Einsetzen dieser großzügigen Gemeinschaftswerbung in Verbindung mit einer Zeitungsbeilage ermöglichte es, das Publikum in weitem Maße auf den „Laurin“-Gedanken hinzuweisen. Es mußte sich wieder einmal mit dem Schmuck beschäftigen, da die gemeinschaftliche Arbeit der zehn Fachgeschäfte es immer wieder dazu veranlaßte.

Die Herren vom Grossistenverband haben sich selbst besonders um das Gelingen dieser Werbung bemüht. Anlässlich ihrer Hauptversammlung in Bad Liebenstein am 18. und 19. Mai ließen es sich die Teilnehmer nicht nehmen, die Schaufenster der Laurin-Werbewoche in Eisenach zu besichtigen.

Gemeinsame Arbeit, um ein Ziel zu erreichen, ist noch immer der beste Weg gewesen, diesem Ziel wirklich näher zu kommen. Auch die Gemeinschaftswerbung der deutschen Uhrmacher wird sich in dieser Weise dem Publikum bemerkbar machen müssen. (I/756)

**Horis do signum, fugiat procul omne malignum
(Den Stunden geb' ich das Zeichen,
alles Unheil soll ferne weichen)**