

sind. Hier Ihre Werbung anzubringen, wäre deshalb verfehlt, aber in der Nähe des Bahnhofes, an der Zugangsstraße, an einer Stelle, die noch keinen Ausblick auf das Zifferblatt einer öffentlichen Uhr gestattet, werden Sie mit der besten Aussicht auf Beachtung das Textplakat anbringen:

Ginge Ihre Uhr genau, so brauchten
Sie jetzt nicht zu eilen! Eine X-Uhr
geht genau!

Natürlich wird diese humorvolle Warnung keinen Reisenden veranlassen, einen Zug zu überschlagen, um noch vorher schnell bei Ihnen einen Chronometer zu erstehen! Ihre Firma wird sich dem Betreffenden jedoch einprägen, das ist gewiß!

Wäre es allzu unbescheiden, wenn wir den Wunsch äußerten, daß irgendeine Instanz ein gut gezeichnetes Plakat zeichnen ließe, auf dem etwa folgendes dargestellt wäre:

Ein wohlbeleibter Herr eilt – möglichst noch mit Koffern beladen – auf der Straße irgendeinem unbekanntem Ziel zu. Das Zifferblatt einer Uhr ist abgebildet, jedoch ohne Zeiger, und der Begleittext lautet:

Sie kommen zu spät!
Ihre Uhr ging nicht pünktlich!
Eine X-Uhr geht genau!

Für das X könnte dann jeder einzelne Uhrmacher seinen Firmennamen einsetzen bzw. den Namen derjenigen Uhr, die er propagieren möchte.

Dieses Plakat wird von einer Zentralstelle an alle Uhrmachermeister zum Selbstkostenpreis geliefert. Das Plakat wird auf ein Stück Pappe geklebt, und ein Träger baut sich dann stets mit diesem Werbeschild dort auf, wo größere Menschenansammlungen zu erwarten sind, also vor Sportplätzen, Kinos, Theatereingängen usw. Man könnte sich keine einfachere, wirksamere und billigere Werbung denken als diese!

Diese „ambulante“ Werbung wäre vielleicht noch besser als das vorhin empfohlene Plakat an Verkehrssäulen und in Bahnhofsnähe.

Das „Gesetz der Stunde“ kommt fernerhin folgerichtig im Verkehrsbüro zur Anwendung. Sobald der auskunftgebende Beamte des Verkehrsbüros das Kursbuch zückt, um dem Reiselustigen die besten Zugverbindungen zu nennen, erwacht schon die erste Gedankenverbindung: „Aufgepaßt, daß ich nicht die Zuganschlüsse versäume.“ Der Wecker und die Taschenuhr

werden unterwegs wichtige Hilfsmittel. Sprechen Sie einmal freundschaftlich mit der Leitung Ihres örtlichen Verkehrsbüros! Sicherlich wird man gern bereit sein, einen diesbezüglichen kleinen Werbezettel jedem Reiseprospekt beizulegen!

Der psychologische Augenblick ist Ihrem Angebot günstig, der Mensch mit dem Fernweh wird sicherlich auch über das gefüllte Portemonnaie verfügen, und es liegt nur an Ihnen, Ihren Werbetext so gut zu formulieren, daß er den Kaufentschluß des Reisenden auslöst!

Zum Schluß möchten wir Sie noch auf eine ganz andere Werbebegelegenheit hinweisen, die aber sinngemäß in den Rahmen des Themas paßt:

Sie sitzen im Kino, und als 24. Diapositiv der 27 Diapositive erscheint Ihr Werbebild: Taschenuhren, Standuhren, Wanduhren, Armbanduhen führt stets preiswert und gut Uhrmachermeister X.

Sie selbst mögen von diesem Lichtbild Notiz nehmen, da Sie es als allen Bekannten begrüßen. Diese Werbung ist nicht teuer, aber dafür auch ebenso wirkungslos. Ein Blick auf die Zuschauerreihen hinter Ihnen wird Sie davon überzeugen. Man nascht Bonbons aus der Tüte, tuschelt und dämmert vor sich hin, und jeder Zuschauer ersehnt den Augenblick herbei, daß „es nun endlich anfangen möge“!

Wir wollen nichts gegen Werbediapositive sagen, sie haben ihren Propagandawert, wenn sie aus dem Rahmen der langweiligen Geschwister (und leider sind der Geschwister immer recht zahlreiche vorhanden!) herausfallen.

Sprechen Sie mit dem Lichtspielhausbesitzer, er möge am Schluß der Vorstellung folgendes Diapositiv von Ihnen bringen:

Die letzten Anschlüsse:

Straßenbahnlinie 7, 21, 12: um 12 Uhr
20 Minuten

Vorortszug: 1 Uhr 10 Minuten

Omnibus: 9, 13 um 1 Uhr 39 Minuten

Stellen Sie Ihre X-Uhr, damit Sie den
letzten Zug nicht verpassen!

Gute Nacht wünscht Uhrmachermeister
Y...

Dieses Lichtbild wird Aufmerksamkeit erregen! Für die Vorführung können Sie gefrost den doppelten Betrag ausgeben, es wird sich bezahlt machen!

Gute Werbung muß nicht nur am richtigen Platze angebracht sein, sie muß auch zur rechten Zeit kommen. Dieses Grundgesetz jeder Propaganda gilt für den Uhrmacher ganz besonders! (I,809) Plisch und Plum.

Warum Gold ankaufen?

Die Uhrmacher sind starke Goldverbraucher, wenn man berücksichtigt, in welchem großem Umfange sie neben Gold- und Dubleehhren auch Gold- und Dubleeschmuck verkaufen. Über die wirtschaftliche Bedeutung dieser Tatsache ist man sich in vielen Kreisen nicht klar. Wie stark gerade das Uhrmachergewerbe mit der Industrie, die Uhren und Schmuckwaren herstellt, verbunden ist, geht aus einer Zuschrift der Handelskammer Pforzheim an den Reichsinnungsverband hervor, in der es heißt: „Wir . . . bestätigen Ihnen gerne, daß die Uhr-

macher umsatzmäßig und auch in bezug auf die Arbeitsbeschaffung für Pforzheim eine ganz hervorragende Rolle spielen.“

Nun ist es eine unleugbare Tatsache, daß Gold zur Zeit nicht in beliebiger Menge vorhanden ist, genau wie wir ja auch mit unserem Devisenvorrat sparsam umgehen müssen. Solange eben die Abschnürung der einzelnen Länder gegenüber den anderen Ländern anhält, werden wir mit Erschwernissen bei allen Waren zu rechnen haben, die wir aus dem Auslande bekommen. Da aber Gold