

Jeder Uhrmacher sollte in seinem eigenen Interesse von seinen Lieferanten verlangen, daß die Werbebeiträge berechnet und die Werbemarken geklebt werden. Aufträge an solche Lieferanten, die sich gegen die Gemeinschaftswerbung einstellen oder dagegen agitieren, sollten abgelehnt werden, denn die Lieferanten, die die Gemeinschaftswerbung nicht wollen, sind nicht Freunde des Uhrmachers. Also nur dahin Aufträge geben, wo die Bereitwilligkeit besteht, an dem großen Gemeinschaftswerk der deutschen Uhrmacher, der Gemeinschaftswerbung, teilzunehmen.

Werbemarken sind bei den Niederlassungen der Deutschen Bank zu erhalten, so daß keinerlei Schwierigkeiten für den Lieferanten bestehen, die Rechnungen mit 1% Werbemarken zu bekleben.

Wer keine Werbemarken verwendet, wer sich weigert, den Werbebeitrag zu zahlen, sabotiert das große Gemeinschaftswerk der deutschen Uhrmacher!
(I/1011)

Werben mit dem Meisterstück!

Haben Sie nicht auch Ihre Meisterprüfung mit Erfolg abgelegt? Warum wollen Sie diese Tatsache nicht auch Ihren Kunden mitteilen? Machen Sie es doch so



Foto: E. Scholze

Klein – aber wirksam

ähnlich wie Herr Kollege Ernst Scholze in Baußen, der in seinem kleinen Schaufenster eine überaus wirksame Ausstellung mit seinem Meisterwerk machte.

Als Krönung hängt über dem Ganzen der Meisterbrief als dekorativer Blickfang. Und unten ist mit viel Liebe und Geschick eine Drehplatte aufgebaut, um die ringsherum die einzelnen Teile des Meisterstückes in den einzelnen Stadien ihrer Vollendung gruppiert sind.

Um die Angelegenheit noch interessanter zu machen, dreht sich der Teller nicht dauernd, sondern der Be-



Schaufenster des Fachgeschäfts



Farben des Blickfanges: Untergrund: schwarz; Plakat: hellrot mit weißer Schrift; Ankeruhr: gelb oder gold; Zifferblatt: weiß mit schwarzen Zahlen; Mittelpunkt: blau; Schrift: weiß.

(W/463)

schauer muß selbst „auf das Knöpfchen drücken“, wenn er die Fortsetzung sehen will.
(I/1012)



Der Drehteller mit dem Meisterstück Foto: E. Scholze

