UHRMACHERKUNST

VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

61. JAHRGANG / BERLIN NW 7, 26. JUNI 1936 / NUMMER 26

Sportwerbung

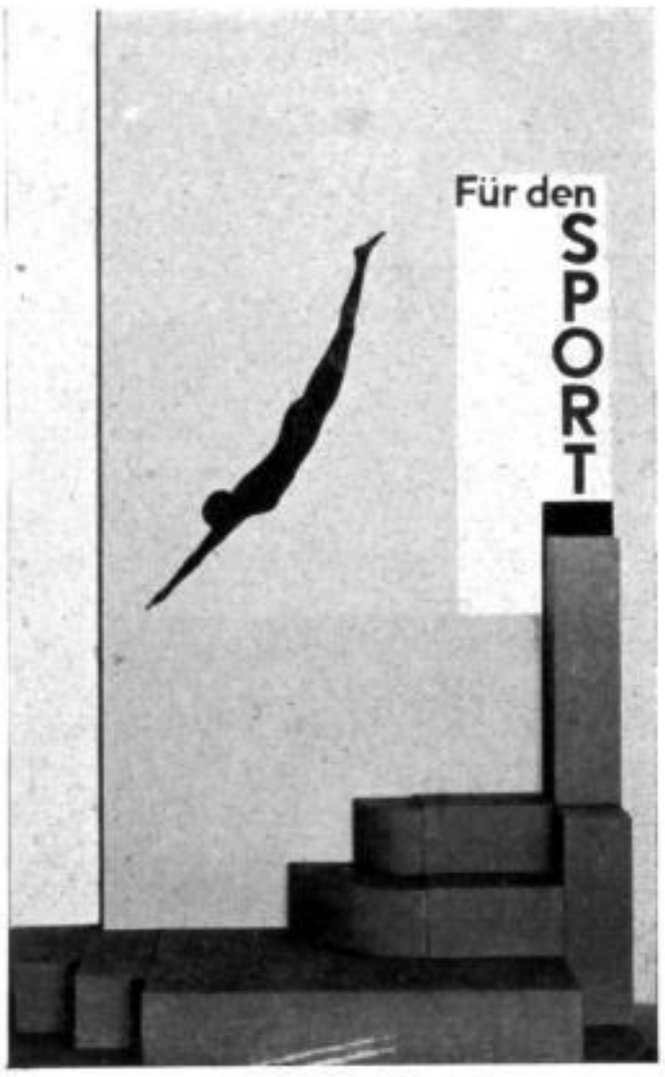
Von E. Rautenberg

Wer wollte wohl den Sport bei seinen Werbemaßnahmen außer acht lassen? Sicher niemand, der überhaupt den Wert der Werbung erkannt hat. Gerade beim Sport finden wir in den weitesten Schichten eine Resonanz. Sind doch einige Sportarten geradezu volkstümlich geworden. Hinzu kommt noch, daß unter der nationalsozialistischen Regierung der Sport besonders gepflegt und gefördert wird. Können Sie sich heute noch eine Tageszeitung oder eine illustrierte Zeitschrift vorstellen, die sich erlauben könnte, auf einen Sportteil oder doch zum mindesten auf Sportberichte zu verzichten? Der Sport ist in Deutschland Allgemeinheit geworden und stellt neben der körperlichen Ertüchtigung eine Erziehung der Jugend dar. Man kann wohl sagen, daß es kaum einen Menschen gibt, der sich für den Sport nicht interessiert. Wenn auch nicht alle aktiv Sport betreiben, so sind doch die meisten mit irgendeiner Sportart besonders befreundet. Und die wenigen, die so tun, als ob sie dem Sport völlig uninteressiert gegenüberstehen, verzichten sicher nicht darauf, besonders wichtige Veranstaltungen wenigstens am Lautsprecher mit zu erleben. Oder sie informieren sich aus der Presse über große sportliche Veranstaltungen und deren Ergebnisse. Sonst könnte man ja bei wichtigen Tagesgesprächen nicht mitreden.

Der kleinste Knirps in der Schule interessiert sich schon für den Sport, und wenn es sich zunächst auch nur um ein Fußballspiel mit Steinen, leeren Konservenbüchsen oder ähnlichen Dingen auf dem Weg zur und von der Schule handelt. Später ist Turnen ein wichtiges Lehrfach. Dann kommt Turnen und Sport in den Jugendverbänden, und so bleibt mancher junge Mensch aktiver Sportler. Ist es da ein Wunder, daß man heute so viele Menschen beiderlei Geschlechts sieht, die das Sportabzeichen schmückt?

Wer selbst noch nie auf einem Sportplatz gestanden hat, sondern nur mal einen Blick in die Sportberichte der Zeitungen geworfen hat oder auch die Sportmeldungen des Drahtlosen Dienstes hörte, weiß, daß Sport und Zeit unzertrennbare Begriffe sind. Nur durch genaue Zeitangaben können die Leistungen im Sport gesteigert werden. Im Wettbewerb um den Siegertitel spielen Bruchteile einer Sekunde eine große Rolle. Da man sich genaueste Zeitmesser und die Uhr überhaupt nicht mehr aus dem Sport wegdenken kann, hat gerade der Uhrmacher mit dem Sport etwas zu tun.

Was liegt da näher, als für die zuverlässigen Zeitmesser zu werben. Dazu eignet sich keine Zeit besser als das Olympia-Jahr, wo der Sport noch mehr im Vordergrund alles Geschehens steht, als es sonst der Fall ist. Der eine oder andere Uhrmacher wird Gelegenheit haben, Stoppuhren zu verkaufen. Die Uhrenindustrie bringt ja auch schon so preiswerte Erzeugnisse



Für das Sportfenster

heraus, daß die Stoppuhr auch für den weniger bemittelten Sportler kein Wunschtraum mehr bleiben muß. Wer selbst Mitglied eines Sportvereines ist, hat die Möglichkeit der persönlichen Werbung. Andere werden durch Werbebriefe versuchen, Stoppuhren zu verkaufen. Das Adressenmaterial zu beschaffen, dürfte nicht allzu schwierig sein.

Aber nicht nur für die eigentlichen Sportuhren, wie Kurzzeitmesser, Startsignaluhren, Geschwindigkeitsmesser

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19360100/409