



Lieber Freund!

Du weißt doch, dass meine Uhr beim letzten Sportabend entzweiung. Beim Uhrmacher hörte ich, dass die Reparatur zwar tadellos auszuführen wäre, dass damit aber die Uhr nicht widerstandsfähiger gegen eine so robuste Behandlung würde.

Und nun nahm der Uhrmacher eine schöne, neue Armbanduhr und warf sie mir über den Ladentisch hinweg vor die Füße. Da lag sie nun am Boden und war völlig heil. Ich hob sie auf: keine Beule, kein Splitter, und gehen tat sie, als sei ihr so am wohlsten. Denn die Uhr war bruchstark! Und wasserdicht war sie auch. In einer Schale mit Wasser zeigte mir der Meister den Beweis. Und der Preis? 39.-- Mark, mit Leuchtblatt 41.-- Mark.

Ich habe es mir natürlich reiflich überlegt: Soll ich oder soll ich nicht? Aber ich habe sie gekauft und freue mich immer wieder darüber, dass ich mit ihr machen kann was ich will: sie geht immer ganz famos!

Geh auch einmal zu Uhrmachermeister ..... in der ..... Strasse und lass Dir die Uhr vorführen. Das macht dem Meister selber Spass und Du brauchst wirklich nicht gleich zu kaufen. Ansehen und fragen kostet doch wirklich nichts.

Mit deutschem Gruss!  
Dein Fritz

und Schritzzähler, kann geworben werden. Auch der Umsatz in Armbanduhren und Taschenuhren kann gesteigert werden. Gerade bei der Armbanduhr gibt es so viele Argumente, die angeführt werden können. Bestimmt wissen es viele Menschen noch nicht, daß es stoß- und bruchstarkere Uhren gibt. Der Tennisspieler, der Fußballer, der Läufer, der Springer, der Motorradfahrer und noch viele andere brauchen bei der Ausübung ihres geliebten Sportes nicht mehr auf die Armbanduhr zu verzichten.

Sie werden gern immer die genaue Zeit „bei der Hand“ haben, wenn sie wissen, daß es Uhren gibt, die mal einen kräftigen Stoß vertragen können, wenn sie von Ihnen hören, daß diese Uhren nicht ängstlich behütet zu werden brauchen. So viele Sportler brauchen dann in den Umkleieräumen der Sportplätze nicht mehr ihre Uhr abzulegen. Warum weiß der Laie noch so wenig von den Uhren, die eigens für den Sportler gebaut wurden? Der Uhrmacher wirbt nicht genug dafür.



## Berufskameraden!

Die Gemeinschaftspropaganda hat nur Erfolg, wenn Ihr alle Euch dafür einsetzt!  
Keine Uhrenrechnung ohne Werbemarke!

Wie selten trifft man in den Schaufenstern ein Plakat oder auch kleine Textschildchen mit entsprechenden Hinweisen. Machen Sie jetzt in der Zeit der großen sportlichen Veranstaltungen eine entsprechende Dekoration in Ihrem Schaufenster. Die Mühe lohnt sich. Sie werden beobachten können, daß mehr Menschen vor der Auslage stehenbleiben. Der hier abgebildete Blickfang für das Sportfenster wirbt besonders für die wasserdichte Uhr. Wie froh ist der Paddler, Ruderer, Segler, Schwimmer, Wanderer oder Motorradfahrer, wenn er hört oder sieht, daß es nun auch wasserdichte Uhren gibt.

Hier möchte ich aber auf eine Warnung an die Uhrmacher nicht verzichten. Ehrlich sein in der Werbung! Nie mehr versprechen, als man halten kann. Machen Sie bitte einen Unterschied zwischen wasserdichten Uhren und feuchtigkeitsgeschützten Uhren. Ich sah vor einiger Zeit in größeren Ort in einem Uhrmacher-Schaufenster wasserdichte Uhren zum Preise von 12,50 RM. Jeder Uhrmacher weiß, daß mit dieser Uhr dem Kunden nicht gedient ist, wenn er sie als wasserdicht kauft.

Ersparen Sie sich Reklamationen und sich und dem Kunden Ärger. Sie als Uhrmacher wissen, daß es wasserdichte Uhren erst in einer entsprechenden Preislage gibt. Deshalb auch keine Irreführung des Publikums dadurch, daß Sie in ihrer Werbung Argumente aufzählen, an die Sie selbst als Fachmann nicht glauben.

Wer inserieren will, findet hier auch einige Vorschläge. Die Matern, die von der Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel käuflich zu erwerben sind, sind so, daß sie sowohl für ein- als auch zwispaltige Inserate zu verwenden sind. Sie sind durch die kontrastreiche Schwarzweißzeichnung gute Blickfänge. Solche Inserate fallen trotz ihrer geringen Größe stark auf. Sie eignen sich aber nicht nur für Tageszeitungen, sondern auch für Sportzeitungen, für Vereins- und Klubzeitungen.

Für den Freund der Kinoreklame ist noch ein Vorschlag für ein Diapositiv. Es handelt sich um eine andere, als sonst allgemein übliche Art. Hier stehen nicht die Farben auf schwarzem Grund, sondern mehr in der verlaufenden Art der Aquarell- oder Pastellmalerei. Dieses Diapositiv kann ebenfalls bei der Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel bestellt



Das Diapositiv