



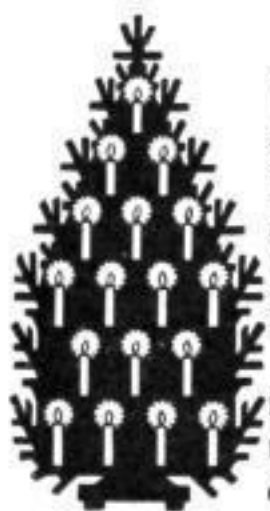
VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

61. JAHRGANG

BERLIN W 35, 20. NOVEMBER 1936

NUMMER 47

Weihnachten 1936 ein ganz großer Erfolg, wenn . . .



Wenn jeder dazu beiträgt, muß das Weihnachtsgeschäft zur Zufriedenheit aller ausfallen. Ich will hier nicht in einem übertriebenen Optimismus schwelgen, aber nach all den großen Vorbereitungen kann der Uhrenfachhandel in diesem Dezember nicht zu kurz kommen.

Die Stellen, die am Verkauf von Uhren interessiert sind, haben bereits den Kampf um den Kunden aufgenommen. Jetzt wird der Boden gelockert: Das Publikum wird an Uhren erinnert. — Die Vorzüge der guten Uhr werden beleuchtet. — Die Uhr soll im Uhrenfachgeschäft gekauft werden. — Die gute Uhr ist das ideale Weihnachtsgeschenk. Wer jetzt in diesen Wochen nicht von Uhren liest oder hört, dem gehtes wie dem bekannten „Herrn Hase“; er muß schon auf dem Monde leben.

Eine oder mehrere Zeitschriften oder Zeitungen bekommt jeder in die Hand, in denen für den Kauf von Uhren in den verlockendsten Tönen geschrieben wird. Texte und Abbildungen regen zum Kauf an. Und diese Werbung wird sich steigern, je näher es an Weihnachten herangeht. In den letzten Wochen vor dem Fest wird es ein richtiges Trommelfeuer auf das schenckfreudige Herz und den Geldbeutel der Käufermasse werden. In solch großem Ausmaß sind noch in keinem Jahr Papier und Druckerschwärze für die Uhrenwerbung herangezogen worden.

Die sechs halbseitigen Inserate der Gemeinschaftswerbung der deutschen Uhrenwirtschaft in den 14 bedeutendsten illustrierten Zeitschriften wenden sich mit einer Auflage von 6 Millionen schon allein an etwa 30 Millionen Leser. Dazu kommt noch die Anzeigenserie der Kleininserate in 31 Zeitschriften und Zeitungen mit einer Auflage von 8 Millionen. Damit wird eine ziemlich gleichmäßige Streuung über das ganze Deutsche Reich erzielt. Da aber auch noch andere Stellen kräftig werben, stößt man beim Durchblättern der illustrierten Zeitschriften immer wieder auf Uhreninserate. So sind die Fabriken Junghans und Kienzle mit halbseitigen Inseraten vertreten, in denen die eine Firma die Qualität und die andere den billigen Preis in den Vordergrund stellt. Die Firmen Mauthe und Thiel inserieren, wenn auch kleiner, sehr fleißig.

Die Handelsmarken Alpina, ZentRa und Ankra sind in den illustrierten Zeitschriften auch stark vertreten, und zwar die Alpina mit halbseitigen und die ZentRa

mit drittelseitigen Inseraten. Die Laurin-Inserate sorgen für die Belegung im Schmuckverkauf. Der Vollständigkeit halber will ich auch noch die vielen Kleininserate und die Zeitungsbeilagen der Außenseiter erwähnen, die

Für Ihre Kino-Werbung!



Die Farben: Grund schwarz; Schlagzeile, Sterne und Inneres vom Etui goldgelb; Etui außen braun; Firmenfläche orangerot.



Die Farben: Grund schwarz; Glocken blau; Zahlen und „Uhr“ goldgelb; übrige Schrift weiß.