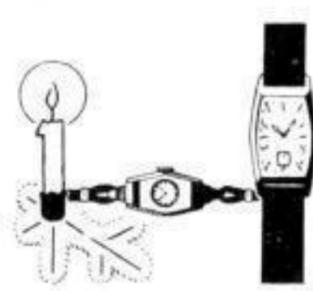


**Ein langgehegter Wunsch!**

Darum sollte in diesem Jahr die Tischuhr nicht auf dem Gabentisch fehlen. Sehen Sie sich rechtzeitig die große Auswahl an und suchen Sie sich die Schönste aus bei

**E. GUTZEIT, Markt 9**



**Uhr und Schmuck zugleich**

*ist die moderne ARM-BANDUHR. Wir haben für das Weihnachtsfest reizende Modelle von Damen- u. Herrenarmbanduhren zusammengestellt. Wir beraten Sie sehr gern, welche Uhr für Ihr Geschenk die passende ist.*

**E. GUTZEIT, Markt 9**

So werben Sie in der Zeitung!

wir ja nicht gern sehen, die aber alle mit dazu beitragen die Riesenzahl der Zeitungsleser an Uhren, Schmuck oder Bestecke zu erinnern.

Wenn man nun noch bedenkt, daß wir jetzt in einer Zeit der guten Konjunktur leben (Aufrüstung, Straßenbau, Wohnungsbau usw.), wodurch viele Volksgenossen wieder in die Lage versetzt werden, zu Weihnachten zu schenken, wird man mit großer Hoffnung an das Weihnachtsgeschäft denken. Die Riesenzahl der Werktätigen, die in den vergangenen Jahren als Käufer ausschieden, werden jetzt, da sie wieder in Arbeit und Lohn sind, die Umsatzkurve nach oben bewegen. Die Uhren-, Schmuck- und Silberwarenindustrie hat schöne und gut verkäufliche Muster herausgebracht. So sind also alle Voraussetzungen gegeben für ein flottes Weihnachtsgeschäft.

Wenn alle am Uhrenverkauf interessierten Kreise so kräftig werben, dann kann sich auch der letzte Verteiler dieser Erzeugnisse bei der Werbung nicht ausschließen. Es ist deshalb die Aufgabe jeden Uhrmachers, durch persönlichen Einsatz, dem guten Ziel: Aufwärtsentwicklung im Uhrenfachhandel, zum vollen Erfolg zu verhelfen. Nur jetzt nicht die Hände in den Schoß legen und denken, wenn die anderen alle werben, dann brauche ich es ja nicht zu tun. Der Uhrmacher muß jetzt die Kette der Werbung (Industrie, Großhandel, Handelsmarken) schließen, denn er ist die letzte Brücke zum Kunden.

Pflegen Sie die Schaufenster ganz besonders sorgfältig. Schaffen Sie in Ihren Schaufenstern Weihnachtsstimmung, und was noch wichtiger ist, Kauflust. Hier sind zwei Vorschläge für wirkungsvolle Schaufenster-Blickfänge. Der eine muß möglichst schon am 1. Dezember ins Schaufenster um die Kunden zu rechtzeitigem Einkauf zu veranlassen. Der zweite Blickfang kann dann um die Zeit vom 10. bis 15. Dezember ins Schaufenster gebracht werden. Die Vorschläge für die Warenständer — die aus Velourkarton geschnitten werden — und Preisschildchen sollen dazu beitragen, das Weihnachtsfenster noch werbewirksamer zu machen.

Bringen Sie helle Stoffe ins Fenster, sorgen Sie für sehr gute Beleuchtung und stellen Sie viel Ware aus. Und vor allen Dingen, haben Sie jetzt auch mal den Mut, teure Stücke auszustellen. Denken Sie an die vielen Menschen, die nicht so sehr auf den Preis sehen, die noch etwas mehr ausgeben können, denn wer schenkt, um damit Freude zu machen, sieht nicht darauf, ob das Stück, das ihm gefällt, wirklich ein paar Mark mehr kostet. Die Uhrmacher, die immer ihren Stolz darin zeigen, daß sie der „billige Mann“ sind, werden im günstigsten Falle mengenmäßig einen guten Umsatz noch erzielen, aber werlmäßig schneiden sie schlecht ab. Jetzt ist es an der Zeit, das Preisniveau zu heben und von dem Billigsten mal einen Schritt abzurücken. Die Uhrenfachgeschäfte dürfen nicht ihre Hauptaufgabe darin sehen, so billig zu sein, wie die Nichtfachgeschäfte, sondern sie müssen zeigen, daß sie mehr leisten können in bezug auf Qualität. Der berechtigte Ruf: „Die Uhr dem Uhrenfachgeschäft“ verpflichtet auch. Dann darf es in Zukunft

## Ihre Weihnachts-Schaufenster



### Farben des Blickfanges:

Untergrund . . . . . dunkelblau  
 Kalenderblatt . . . . . weiß  
 dahinter graue Fläche  
 Zahlen und Schrift . . . . . schwarz  
 Pfeil und Band rot mit weißer Kante und Schrift

### Farben des Blickfanges:

Untergrund . . . . . schwarz  
 Herzen . . . . . rot und silber  
 Rechteckige Fläche . . . . . hellblau  
 Pfeil . . . . . hellgrau u. schwarz  
 Schrift . . . . . weiß

