



Foto: Uhrmacherkunst

Das Denkmal für F. Adolph Lange in Glashütte

bereitschaft. Es ist vielleicht zweckmäßig, in der Zeitungsanzeige Adresse und Telefonnummer genau anzugeben, weil der Leser sie aufheben kann. Im Kino aber wird niemand ein Notizbuch zücken oder gar sein Gedächtnis anstrengen wollen, abgesehen davon, daß die kurze Zeit, in der das Bild gezeigt wird, dazu nicht ausreicht. Tatsächlich findet man aber auf fast jedem Diapositiv eine Telefonnummer. Soll das besagen, daß die Firma auch auf telephonische Bestellung Waren ins Haus schickt? Warum sagt man das nicht? Ein Telefonbuch be-

ißt doch ohnehin jeder Fernsprechteilnehmer.

Der Kinobesucher will sich nicht anstrengen. Er will weder denken noch sich etwas merken, er will genießen. Er will Bilder sehen, nicht Plakaffekte. Warum zeigt man ihm nicht eine anziehende Ware und das nächste Mal wieder eine andere? Warum macht man ihm kein Angebot? Er weiß genau, wo die Geschäfte in seiner Umgebung liegen. Weiß er es nicht, dann sagt ihm eine Hausnummer auch nichts, wohl aber die Bemerkung „Gegenüber der Hauptpost“ oder „Hinter der Petrikirche“. Eine sachliche Feststellung wird ihn mehr interessieren als ein Superlativ, ein Bild mehr als eine nüchterne Feststellung, ein Scherz mehr als ein Bild,

wenn dieses nicht sehr anziehend ist. Das Anschauliche und Persönliche ist immer wirksamer als das Abstrakte und Unpersönliche. Der Text: „Blumen in alle Welt durch die Fleurop, Blumenhaus XY“ usw., in einem überladenen Schriftbild wird den Beschauer viel weniger aktivieren als die Frage: „Warum schicken Sie Ihrer Tante in Königsberg nicht ein paar Blumen zum Geburtstag? Die Fleurop...“ usw. Wenn man das noch verbindet mit der uralten, aber immer aktuellen Rätselfrage: „Was soll ich schenken?“, so hat man bei vielen Besuchern ein Problem berührt, das sie vermutlich in irgendeiner Form gerade beschäftigt.

Viele Werbungtreibende ziehen es vor, das gleiche Werbebild bei der Anzeigenwerbung, bei der Kinoreklame, im Außenanschlag usw. zu verwenden. Ohne Zweifel wird die Erinnerungswirkung durch Wiederholung vertieft. Wenn man aber auch das gleiche Bild oder Zeichen als Blickfang beibehält, so ist damit noch nicht gesagt, daß man auch den gleichen Text wählen muß.

Es gibt auch Kinoreklame, die von Könnern gemacht ist. Sie hat nur leider oft den Nachteil, daß sie mehr von künstlerischen als von kaufmännischen Überlegungen ausgeht. Die erste Firma, die Zigaretten wie die Soldaten aus einer Schachtel herausmarschieren ließ, hat damit vielleicht noch Aufsehen erregt. Eine Nachahmung aber ist wertlos.

Die Kinoreklame birgt äußerst wirksame Werbemöglichkeiten, aber sie werden bisher noch ungenügend genützt. Man muß einmal mit dem gesunden Menschenverstand an die Sache herangehen und das zeigen, was man selbst gern sehen und wissen möchte — dann werden sich von Fall zu Fall schon die richtigen Mittel finden lassen. (I/1183)

Zeitschriftenschau

Astronomische Zeitbestimmung und Quarzuhren. Phys. Ztschr. 37 (1936) und Astron. Nachr. 6167 (1935).

Über die von Professor Scheibe und Dr. Adelberger in der P.-T.R. erbauten Quarzuhren ist hier wiederholt berichtet worden. Jetzt liegen die Beobachtungsergebnisse vor bis zum Mai 1935. Beobachtet wurden im ganzen vier Uhren, die eine sehr große Gleichförmigkeit des Ganges zeigten. Bildete man mit den Angaben der drei Uhren I, II und III eine „mittlere Quarzuhr“, so betrug die Schwankung der Einzeluhren gegen diese mittlere Uhr höchstens $\pm 0,0004$ sec im Tage. Die mittlere zufällige Gangschwankung der Quarzuhren betrug $0,0002$ sec im Tage.

Werden die Uhren an die astronomische Zeitbestimmung angeschlossen, so ergeben sich größere Unterschiede. Es war nun die Frage zu klären, welche Zeitbestimmung die zuverlässigere war. Wir waren bisher gewohnt, die astronomische Bestimmung der Taglänge, die auf der Umdrehung der Erde beruht, als die denkbar genaueste anzusehen. Man bildete aus drei astronomischen Beobachtungsuhrn, nämlich von Potsdam, Hamburg und Paris, eine mittlere astronomische Uhr. Die mittlere zufällige Gangschwankung dieser Uhr betrug $0,0009$ sec im Tage, war also $4\frac{1}{2}$ mal so groß wie die der Quarzuhr.

Sehr auffällig war ein Ereignis im Juni/Juli 1934. Etwa 30 Tage lang zeigte die mittlere Quarzuhr gegen die mittlere astronomische Uhr einen Gangunterschied von $0,004$ sec. Nach einigen Monaten glich sich dieser Fehler teilweise wieder aus. Es liegt also die Vermutung nahe, daß sich die Umdrehungs-

geschwindigkeit der Erde in dieser Zeit etwas geändert hat. Allerdings besteht auch noch die Möglichkeit, daß in höheren Luftschichten gewisse Refraktionsstörungen eingetreten sind. Daß sämtliche Quarzuhren unter irgendeinem Einfluß den gleichen Fehler gemacht hätten, ist äußerst unwahrscheinlich, da es sich um Uhren verschiedener Bauart handelt. Auch hat Professor Pavel in Potsdam mit den dortigen zwei Quarzuhren dieselbe Feststellung gemacht.

Legierungen mit niedriger Wärmeausdehnung. Meßtechnik 1935, Heft 7.

Das seit etwa 40 Jahren bekannte Invar hat eine Ausdehnung von $0,0005$ bis $0,0015$ mm auf 1 m bei 1° C Temperaturerhöhung. Es besteht aus etwa 64% Eisen und 36% Nickel. Die Verschiedenheit in der Ausdehnung rührt von Verunreinigungen beim Schmelzen her. Wie wir schon früher berichteten (siehe UHRMACHERKUNST 1933, Nr. 3), hat die I.-G. Farben die Verunreinigung vermieden, indem sie statt des Schmelzens das Sintern aus den Bestandteilen anwandte. Dadurch ging die Wärmeausdehnung auf $0,00015$ mm auf 1 m bei 1° C zurück. In den letzten Jahren sind nun in Japan von Masumoto planmäßige Untersuchungen über die Eigenschaften von Legierungen angestellt worden, die zu zwei Legierungen mit sehr kleinem Ausdehnungsfaktor geführt haben. Eine erste, die er Superinvar nennt, wo man von den 36% Nickel 5% durch Kobalt ersetzt. Die Ausdehnung liegt bei $0,0004$ mm auf 1 m bei 1° C. Die andere besteht aus $36,5\%$ Eisen, 54% Kobalt und $9,5\%$ Chrom. Sie hat eine Ausdehnung von $0,00083$ mm auf 1 m bei 1° C. Sie hat noch den Vorzug, daß sie nichtrostend ist. Ob