

„Das nächste Bild zeigt uns schon die geschenkete Unruh! Nun geht es scheinbar mit Riesenschritten vorwärts, aber diese Arbeiten sind ja für die Güte der Unruh besonders ausschlaggebend! Die Unruh wird also ausgeschenkt, dann wird das Loch gebohrt für den Hebelstein. Die Löcher für die Unruhschrauben werden angeköhnt! Dann werden sie durchgebohrt und mit Gewinde versehen. Bei den stets zügig gehenden Regulierschrauben fräse ich mit einer ganz feinen Säge einen Schnitt in den Reifen, der sich vorzüglich bewährt hat.“

„Nun ist die Unruh ja bald fertig. Nun wird sie schon geschliffen und poliert. Sie blüht!“

„Ja, nun ist die Hauptsache überstanden. Das Wichtigste war ja das Drehen und vor allem das Einhalten der genauen Maße für die Verteilung von Stahl und Messing beim kompensierenden Reifen.“

Das letzte Bild zeigt uns die fertige Unruh: poliert, aufgeschnitten und mit den Schrauben versehen.“

„Jetzt kann sie hinaus in die Uhrenfabrik! Dort erwacht sie erst zum Leben, oder auch sie erweckt erst die Uhr zum Leben! Sie denkt und steht immer im Kampf mit den Einwirkungen der Temperatur auf die Spirale! Bald nach innen, bald nach außen sich reckend, schlägt sie doch der Natur ein Schnippchen! Menschengestalt überlistet das Naturgesetz, daß sich alle Körper in der Wärme ausdehnen! Eine Unruh aber wird in der Wärme kleiner!“

Mit herzlichen Dankesworten wollen wir uns von Meister Griesbach verabschieden, als uns rechtzeitig noch unser Versprechen einfällt!

„Ja, was wird nun eigentlich ein Laie sagen, wenn er hört, wieviel Mühe und Arbeit ein einziger Teil der Uhr macht! Man sollte doch dem Kunden Aufklärung über das Wesen und die Herstellung einer Kompensationsunruh geben. Ist schon der Uhrmacher erstaunt, um wieviel mehr muß es der Kunde sein! Unser Gedanke ist, daß sehr wohl der Uhrmacher im Schaufenster oder im Laden den Werdegang einer solchen Unruh – sauber auf Karton geheftet und beschriftet – zeigen kann, um die Ehrfurcht vor dem unermüdlichen Zeitmesser zu wecken und zu vertiefen.“

„Dann müßte ich ja zu jedem Werdegang, der bei mir bestellt wird, die Vorarbeiten für etwa 12 Unruhen ausführen! Das wird natürlich nicht allzu billig. Immerhin kann ich die Sache doch vereinfachen, wenn ich mehrere Aufträge habe und gleich in einer größeren Serie arbeiten kann. So etwas würde mir schon Spaß machen!“

„Und die Schriftleitung der UHRMACHERKUNST ist gern bereit, Bestellungen auf solchen Werdegang zu vermitteln und zu sammeln, damit der Preis recht günstig gestellt werden kann!“ (III/1216) Jendrißki.

## Gemeinschaftswerbung: Der Erfolg entscheidet!



Nirgends läßt sich so sehr streiten wie beim Geschmack und bei der Werbung. Eigentlich müßte es ja heißen, daß man hierbei gar nicht streiten kann! Aber eines steht ja auch fest: Unsere Kleinanzeigen in den Zeitschriften mit den vielen Versandhausanzeigen sind tadellos! Das ist das einstimmige Urteil aller Berufskameraden!

Immer ist natürlich Werbung eine Angelegenheit auf lange Sicht, und wir werden die Auswirkung nicht sofort verspüren können.

Die großen Anzeigen in den illustrierten Zeitschriften haben nicht so den ungeteilten Beifall der Uhrmacher gefunden. Warum nicht? Einige sagen, der Text ist viel zu lang, er wird nicht gelesen. Andere sagen, in den Bildern ist nicht eine einzige Uhr abgebildet. Für das Schaufenster seien die Anzeigen nicht geeignet, da sich kein Kunde die Mühe macht, so lange stehen zu bleiben, bis er fertig gelesen hat! – Nun, fangen wir rückwärts bei der Beantwortung an: Für das Schaufenster sind die Anzeigen grundsätzlich auch nicht bestimmt! Sie wurden ja nur für den Zweck in dieser Weise ausgegeben, damit die beteiligten Geschäfte im Schaufenster gewissermaßen ein Zeichen haben, daß sie im Zusammenhang mit diesen Anzeigen stehen! – Weiter: Die diesjährige Uhrenwerbung brachte uns so viele Anzeigen mit Abbildungen von Uhren, daß der Inseratenteil fast übersättigt erscheint. Absichtlich haben wir das Inserat „neutral“ – wenn man

so sagen kann – in seinem Äußeren gehalten, damit nicht der Leser sofort weiß, daß es sich um Uhren handelt. Und daß zuviel Text in den Anzeigen sei? Dann fragen Sie einmal einen Laien, der die Inserate gelesen hat, nach seinem Urteil! Wir Uhrmacher meinen immer, es müßte ganz groß oben drüber stehen: Kauft Uhren bei...! In so grober Weise wirkt heute die Werbung nicht mehr! Und ein guter Text, der schon am Anfang fesselt, wird stets gern gelesen. Es gibt Anzeigen mit noch längeren Texten, deren Erfolg unbestritten ist! Unsere Anzeigen haben einen so suggestiven Textinhalt, daß jeder Leser immer mehr von der Wahrheit des Gesagten überzeugt wird. Ihre Länge ist ja auch nur für den Leser der Zeitschrift bestimmt, der in einer Mußestunde das Blatt liest. Es ist selbstverständlich, daß er auf der Straße sich nicht die Zeit nimmt und nehmen kann, den Text in der ausgehängten Anzeige im Schaufenster auszulesen.

Genau so, wie die Anzeigen, sollte man auch das Schaufensterplakat nicht mit Uhrmacheraugen, sondern mit den Augen dessen, an den die Werbung gerichtet ist, zu betrachten suchen! Es ist nicht ganz leicht, aber nur dann kann man verstehen, warum einmal ein ganz anderes Werbemotiv in den Vordergrund gestellt wurde! Im Schaufenster des Uhrmachers stehen Hunderte von Uhren – muß dazu noch eine Abbildung der Uhr auf einem Blickfangplakat kommen? Nein! Wirkt nicht etwas ganz Neues – das scheinbar nicht dazu gehört – viel eindringlicher? Man sagte uns, der Adventskranz ist ja eine Werbung für Lebkuchen und Spielzeug! Richtig wäre das, wenn z. B. das Plakat in einem solchen Schaufenster hängen würde! Oder wenn es ganz allein an irgendeiner Straßenecke klebte! Nicht aber in einem Uhrenschaufenster! Hier wird bewußt schon frühzeitig durch den überall bekannten Adventskranz Weihnachtsstimmung erzeugt! Jene Stimmung, die allein in der Lage ist, uns recht frühzeitig die Käufer größerer Geschenke ins Haus zu schicken!

Nur einmal im Jahr ist Weihnachten:  
unsere Erntezeit! Scheuen Sie deshalb keine  
Mühe, sie gut zu nützen!