



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

62. JAHRGANG

BERLIN W 35, 12. FEBRUAR 1937

NUMMER 7

Die Oster-Uhrgemeinschaftswerbung



Über die Entwicklung des Umsatzes der Uhrenfachgeschäfte im Dezember und im ganzen Jahr 1936 liegen jetzt die Zahlen vor.

Die Umsatzentwicklung ist eine recht erfreuliche gewesen.

Das gesamte Jahr 1936 schloß gegenüber dem Jahre 1935 mit einer Umsatzsteigerung von 10,5%. Damit ist der seit dem Jahre 1934 zu beobachtende Aufstieg der Umsatzkurve noch erheblicher gewesen als 1935. Die Steigerung des Jahres 1935 betrug gegenüber 1934 nur 5%.

Der Dezemberumsatz 1936 liegt 19% höher gegenüber Dezember 1935. Nimmt man den Reparaturumsatz heraus und vergleicht man nur den Ladenumsatz, so ergibt sich sogar eine Steigerung von 23%.

Diese günstige Entwicklung haben wir in erster Linie der Arbeit der Berufskameraden in ihren Geschäften, der allgemeinen Besserung der Wirtschaftslage und, das können wir in aller Bescheidenheit sagen, unserer Gemeinschaftswerbung zu verdanken.

Das wirkt alles zusammen, und wir wollen uns freuen, daß das Uhrgewerbe so lebendig für sich kämpft.

Wir wissen am besten, daß auch die Außenseiter rege sind und die größten Anstrengungen machen. Diese Außenseiter beginnen sich über uns zu beschweren; wir quittieren dies dankend. Es ist der Beweis dafür, daß wir auf dem richtigen Wege sind, und deshalb wollen wir diesen Weg weiter rüstig beschreiten.

Bei der Osterwerbung, die bereits eingesetzt hat, haben wir die Erfahrungen der Herbstwerbung benutzt, und wir hoffen, daß die Osterwerbung nicht nur ihre Wirkung bei den Lesern der 65 Zeitschriften, in denen unsere Anzeigen erscheinen, hat, sondern daß diese Werbung auch unseren Berufskameraden gefallen wird. Das ist an und für sich nicht wesentlich für den Erfolg, aber trotzdem ist es wesentlich für uns, unsere Berufskameraden zu überzeugen, daß die Gemeinschaftswerbung auf dem richtigen Wege ist, um die größten Erfolge herauszuholen. (Siehe die am Schluß angeführten Zeitschriften.)

Denken wir einige Jahre zurück, so können wir als wesentlichen Gewinn feststellen, daß die Meinung des Publikums einschließlich der Tagespresse über die Uhr und den Uhrmacher eine völlig andere geworden ist. Man beginnt zu begreifen, daß der Uhrmacher eine

schwierige Kunst ausübt, und daß eine Uhr keine beliebige Ware ist, die einfach, verpackt oder unverpackt, über den Ladentisch verkauft werden kann. Man sieht ein, daß es beim Uhrenkauf wichtig ist, sich an jemanden zu wenden, der genügende Fachkenntnisse über Uhren besitzt.

Die auf den folgenden Seiten abgebildeten Anzeigen sind sorgfältig überlegt und abgewägt; sie sind auf die Leistungsfähigkeit des Fachgeschäftes abgestellt.

Die Anzeigen berücksichtigen auch die besonders zu Ostern auftretenden Kaufgelegenheiten, wie die in diesem Jahr besonders wichtigen Abiturientenprüfungen der Ober- und Unterprimaner, den Eintritt in den Arbeits- bzw. Wehrdienst, in die Lehre, zur Einsegnung und Kommunion, und endlich zu Ostern.

Die Anzeigen erscheinen in den Zeitschriften von Anfang Februar bis Ende März.

Bei der Auswahl der Zeitungen haben wir uns davon leiten lassen, daß wir Zeitschriften wählten, die eine sehr große Verbreitung in allen Schichten der Bevölkerung haben. Es sind dies Zeitschriften, in denen besonders Versandgeschäfte inserieren, und so kann der Leser darüber nachdenken, ob es nicht doch richtiger ist, eine Uhr im Fachgeschäft zu kaufen, als sie sich unbesehen zu senden zu lassen.

Die Texte sprechen für sich selbst, so daß wir nichts hinzuzufügen brauchen.

Das neue Fachzeichen (die Abbildung brachten wir bereits) wird in einer erstklassigen Ausführung hergestellt.

Es besteht aus Glas, in das das Zeichen eingebrannt ist. Der Hintergrund ist schwarz, um den Kiffrand unsichtbar zu machen; die Schrift „Das Zeichen des Uhrenfachgeschäftes“ ist durchscheinend, ebenso das Ankerrad und der Zahlenkreis. Das Ankerrad ist in Gold, das Zifferblatt in Weiß, und die Zahlen sind in Schwarz gehalten. Das Wappen ist hellblau. So wirkt das Fachzeichen nicht nur am Tage vornehm, sondern auch am Abend.

Auf eine vornehme Wirkung ist besonders Bedacht genommen worden. Die Ausführung ist so, daß sie den bei uns feilgebotenen guten Waren entspricht.

Diese sorgfältige, gute Ausführung bedingt natürlich auch eine lange Herstellungszeit, so daß die Lieferung der Fachzeichen erst Ende Februar und Anfang März möglich ist.