



## Weihnachtsanzeigen, die dem Uhrmacher Anregungen für seine eigene Werbung geben möchten

Es steht ohne Zweifel fest, daß die Weihnachtsanzeigen der Uhrmacher nur in wenigen Fällen als wirklich „originell“ (im guten Sinne dieses Wortes) zu bezeichnen sind: die meisten von ihnen zeigen — wie meine Anzeigensammlung mir immer wieder einwandfrei beweist — zu rund 90 % Uhren verschiedenster Art, zu denen sich höchstens mal ein ganz bescheidenes Tannenzweiglein gesellt oder das Wort „Weihnachtsfest“. Weihnachtsstimmung atmen von 100 Anzeigen nur sehr, sehr wenige. Und es läßt sich nicht bestreiten, daß das ein großer Fehler der Uhrenanzeigen des Uhrenhandels ist.

Weihnachtsanzeigen müssen Weihnachtsstimmung in sich tragen, sonst sind sie keine Weihnachtsanzeigen und büßen ihre werbende Kraft zum größten Teil ein. Ist es notwendig, noch die Frage aufzuwerfen, warum dem so ist, und die Frage eingehend zu beantworten? Ich denke, nein. Es genügt wohl zu sagen: Weihnachten ist nun mal etwas Besonderes, und das will der Zeitungsleser auch in den Anzeigen spüren. Sonst besteht für den werbenden Geschäftsmann die Gefahr, daß seine Anzeigen nicht gelesen werden.

In der großen Stadt Leipzig, die 700 000 Einwohner zählt, also auch Hunderttausende von Menschen, die für den Kauf einer Uhr in Betracht kommen konnten, erfolgte im vorigen Jahre nur ein einziges Uhrengeschäft den Sinn des eben Gesagten in vollem Umfange; es schuf eine regelrechte Weihnachtsanzeige, die wir in Abb. 1 wiedergeben. Wären die darin auftretenden Verse besser gewesen, so hätte man an der Anzeige viel Freude haben können, so aber legt sie nur Zeugnis ab von einem guten Willen, weihnachtlich zu werben, was leider nicht ganz gelang.

Und nun fragen wir: ist es denn eigentlich so schwer, in den Uhren-Anzeigen weihnachtliche Motive in etwas anderer Form zu bringen als in der Form von ein paar kärglichen Tannenzweigen? Wir behaupten „Nein“, und wir bringen zum Beweis dessen ein paar vorjährige Weihnachtsanzeigen von Ladengeschäften anderer Branchen, die sich auch jeder Uhrmacher leisten kann.

Anzeige 2 stellt die Werbung einer Tageszeitung für sich selbst dar. Wie originell ist die Idee, zwei Kerzen durch Gesichter zu personifizieren! Der Uhrmacher könnte die Idee weiter ausspinnen und die Kerzen

ein wenig über den eigenen Laden und dessen Waren plaudern lassen — das würde eine höchst wirksame Anzeige werden.

Anzeige 3 zeigt uns ein sehr nettes Bild: ein Weihnachtsbole, der wirklich einmal etwas anderes als sonst auftritt, bringt ein weihnachtliches Paket „für Mutter, Gattin, Braut und Tochter“. Man achte auf den feinen Rhythmus dieser Schlagzeile, die auch der Uhrmacher für seine Werbung (Spezialwerbung für Geschenke an die Frauenwelt!) sehr gut verwenden könnte.

Anzeige 4 ist in der Illustration wieder einmal sehr gut gelungen. Der Satz „Hört Ihr Leut und laßt Euch sagen: ...!“ kommt einem unwillkürlich in den Sinn, wenn man das Bild des kleinen Posaunenengels anschaut, und er könnte für den Uhrmacher eine passende Schlagzeile abgeben, wenn dieser in ähnlicher Art eine weihnachtliche Stimmungsanzeige schaffen würde.

Freude soll das Fest Euch bringen,  
 Glückes Strahlen — Frohes Singen,  
 Doch: Habt Ihr bedacht  
 Ob die Freude auch von Dauer???



Dauerfreude! — Edle Worte!  
 Alles, wie's das Herz begehrt,  
 Festlich strahlt im Lichterkranz,  
 Frohe Gab' von „Hildebrandts“

Das Besteck, die Uhr, der Ring,  
 Goldgeschmeid' und gließend Ding,  
 Freude schafft im Lichterglanz:  
 DAUERFREUD' von „Hildebrandts“

2 Geschäfte

**Hildebrandt**

*wecken um Sie!*

**H. Hildebrandt GmbH.**  
 JUWELEN • Gold-, Silberwaren  
 Grimmische Straße 20

**Albert Hildebrandt**  
 JUWELIER • ANKRA-UHREN  
 Hainstraße, Ecke Brühl

