

fenster - Dienst - Bezieher sind am 20. Dezember 1937 in unsere Kartei eingeschrieben worden.

Wie war das möglich? Wohl annähernd 100 Zugschriften habe ich in den letzten beiden Monaten erhalten, die ihre Freude an dieser Werbemaßnahme bekunden. Beim Uhrmacher fand mein Aufruf inneren Widerhall. Und diese Aktion hat gleichzeitig bewiesen, welche Obermeister sich am vorbildlichsten für mein Ziel einsetzen und was ihr Einsatz vermochte. Sie sind von mir zu Recht in der „UHRMACHERKUNST“ als Pioniere des Schaufenster-Dienstes veröffentlicht worden. Möge ihre Arbeit auch für die anderen Obermeister beispielgebend sein.

Im neuen Jahr wird der Zustrom zum Schaufensterdienst erheblich sein. Die noch abseits stehenden gelernten Uhrmacher werden erkennen, daß das Schaufensterplakat für das Schaufenster ein Blickfang und das Mittel ist, um alle Volksgenossen an die Schaufenster zu locken. Gerade dann, wenn beispielsweise in einer kleineren Stadt mit 20 Geschäften 18 Uhrmacher den Blickfang der Berufsförderung in der stärksten Kaufzeit ausstellen, hat er die von mir erstrebte Breitenwirkung. Die Volksgenossen erkennen, daß die gelernten Uhrmacher eine Gemeinschaft bilden. Dadurch wird dasselbe erreicht, was ein Geschäft mit zahlreichen Zweigstellen erstrebt, die alle auf den gleichen Namen lauten und in ihrer Ausgestaltung einander ähneln. So wird die Käuferschaft gleichmäßig von den „Blickfang“-Geschäften angezogen.

2. Der Weihnachts- und Osterprospekt

Daß der diesjährige Weihnachtsprospekt in seiner geschmackvollen, für den gelernten Uhrmacher werbenden Aufmachung starken Anklang gefunden hat, hat die Fülle der Bestellungen erwiesen. Ganz besonders habe ich mich über die „Massenbestellung“ meines Obermeisters Sperhake, Erfurt, gefreut, der mit unserem Prospekt eine sicherlich wirkungsvolle Beilagenwerbung getrieben hat. Der Erfolg dieses Prospektes war der Anlaß meiner Anordnung, daß der Osterprospekt in verstärkter Auflage gedruckt werden wird. Dadurch wird der Prospekt billiger. Ich erwarte von meinen Berufskameraden, daß sie hierfür recht viele Bestellungen aufgeben werden.

3. Garantiescheine

Die Gewährleistungsverpflichtung des gelernten Uhrmachers muß in einer amtlichen Charakter tragenden Form ausgesprochen werden. Der Gedanke ist gewiß nicht neu (das Beispiel Österreich); aber der neue „amtliche“ Garantieschein des Reichs-

innungsverbandes bietet die Gewähr dafür, daß den von dem Werberat der deutschen Wirtschaft genehmigten Garantieregeln die erforderliche Geltung verschafft wird. Auch die Herausgabe der Garantiescheine war ein voller Erfolg. Binnen 10 Tagen war die erste Auflage vergriffen.

4. Sammelwerbung der Uhrmacherinnungen und der Uhrmachergemeinschaften am Ort

Bis vor kurzem hatten nur einige Innungen eine zielbewußte Gesamtwerbung durchgeführt. Das hatte seinen Grund vor allem darin, daß den Innungen für Werbezwecke im Haushalt wenig oder gar keine Mittel zur Verfügung standen. Ein anderer Grund wird der gewesen sein, daß sich die Führung der Innungen von solchen Maßnahmen wenig Erfolg versprach. Und schließlich hatte sich der Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks dieses Werbemittels noch nicht genügend angenommen.

Das wurde mit einem Schlage anders, als ich die Parole „Kauft Uhren vom gelernten Uhrmacher“ bekannt gab. Wenn von 212 Uhrmacherinnungen für Weihnachten 1937 bereits 24 Innungen eine Gesamtwerbung veranstalteten, so ist das ein erfreulicher Anfang. Diese Leistung ist um so beachtlicher, als die Berufskameraden in echtem Gemeinsinn freiwillige Zuschüsse zur Werbeaktion aufbrachten. Die Werbungsart war verschieden; eine Innung brachte Beilagen zu Zeitungen; eine andere Innung startete eine Kinowerbung; eine dritte Innung brachte in den wichtigsten Zeitungen vor Weihnachten laufend Anzeigen, und manche Innungen bedienten sich sogar aller drei Werbungsarten. Alle Werbungen trugen die Schlagzeile: „Kauft Uhren vom gelernten Uhrmacher.“



Foto: Uhrmacherkunst

