



Gemeinschaftswerbung für „anständige“ Uhren? Warenhäuser, Versandhäuser und wir Uhrmacher!

Herr A. Scholze bringt im „Uhrenbeobachter“ 1938, Heft 3, unter der Überschrift „Sind wir mit der Werbung für die Uhr auf dem richtigen Wege?“ längere Ausführungen. Er hält die Gemeinschaftswerbung und die Einzelwerbung für das Fachgeschäft oder für den gelernten Uhrmacher für falsch. Nach seiner Ansicht muß dafür geworben werden, daß der Besitz anständiger Uhren wieder Mode wird. Als Muster empfiehlt er den Photo-Wettbewerb des Uhrendienstes für die „Uhr im Heim“. — Im gleichen Heft verbreiten sich einige Uhrmacher über die Markenorganisationen, Warenhäuser, Versandhäuser. Der eine deutet die Zersplitterung der Uhrmacher in Alpinisten, Ankraner usw. an; ein anderer fordert „heraus mit den Uhren aus Warenhaus und Versandgeschäft“; ein dritter gefällt sich darin; in einem kleinen Artikel zu wiederholten Malen vom „armen Uhrmacher“ zu sprechen.
 Die Schriftleitung.

Über den Ausbau der Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrenwirtschaft ist wiederholt gesprochen worden. Diese und jene Forderung hat man gestellt. Die Gemeinschaftswerbung hat auch schon Wandlungen durchgemacht. Sie ist aus der Versorgung der Uhrenfachgeschäfte mit einzelnen Werbemitteln zur Anzeigenwerbung in den illustrierten Zeitschriften, den Familienzeitschriften und sonstigen bedeutenden Anzeigenblättern übergegangen. Über das Ziel und den Inhalt der Schlagsätze der Anzeigentexte hat man eigentlich nicht gestritten. Die Zeit, hierüber zu debattieren, hält jetzt Herr Scholze für gekommen. „Werbt für den Kauf anständiger Uhren“, so sagt er. „Laßt die Werbung für die Uhrenfachgeschäfte fallen“, so erklärt er.

Dem kann nicht zugestimmt werden!

1. Gewiß soll man für den Kauf guter Uhren werben. Aber wo beginnt und endet der Begriff der guten Uhr? Ist es damit getan, daß man in dem Publikum den Wunsch nach der guten Uhr zu wecken versucht, indem man programmatisch erklärt: „Kauft gute Uhren!“ Nein, man wird doch erläutern müssen, was denn eigentlich eine gute Uhr ist. Soll man es dabei auf den Preis abstellen? Muß man nicht auf die Markenuhren zurückgreifen? Die Fragen aufwerfen, heißt sie verneinen. Der Preis allein ist nicht ausschlaggebend; und die Gemeinschaftswerbung muß der Gemeinschaft der Uhrenverkäufer dienen, gleichgültig, ob sie einer Markenorganisation angehören oder nicht, gleich, ob sie Markenware verkaufen oder nicht. Dann bliebe nur übrig, die Merkmale einer guten Uhr darzulegen. Technisch möglich ist das schon; doch bis auf den heutigen Tag ist es noch nicht erreicht worden, eine Begriffsbestimmung der Präzisionsfaschenuhr zu vereinbaren oder gar verbindliche Gütestufen für Taschenuhren aufzustellen.

2. Die Gemeinschaftswerbung wirbt für den Kauf von Uhren und den Kauf von Uhren im Fachgeschäft. Das wird

nach wie vor ihre Aufgabe bleiben müssen. Man vergegenwärtige sich doch einmal, daß die Warenhäuser mit der allgemeinen Steigerung ihrer Umsätze auch in ihrer Uhrenabteilung erhöhte Einnahmen erzielen; man mache sich klar, daß die Uhrenversandhäuser heute für ihre Werbung mehr denn je ausgeben. Man gehe mit sehenden Augen durch die Groß- und Mittelstädte Deutschlands, und man wird feststellen, daß die Uhren von den dem Uhrenfachgeschäft nicht treuen Lieferanten systematisch in fachfremde Geschäfte hineingepumpt worden sind. Kunsthandlungen, Porzellanhandlungen, Lederwarengeschäfte, Parfümeriegeschäfte, Kolonialwarengeschäfte, Möbeldändler, Haushaltwarengeschäfte führen heute Uhren; ja, ja, die Uhr ist wirklich ein beliebter Verkaufsartikel! Und für diese Außenseiter sollen wir — mittelbar — Propaganda für „Kauft Uhren“ treiben? Oder will Herr Scholze etwa behaupten, daß die Außenseiter keine „anständigen“ Uhren verkaufen?

3. Die Gelder für die Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrenwirtschaft bringen über 9000 Uhrenfach-

017 Telegramm		Deutsche Reichspost	
wien 9 1286 61, 17/3 12 =			
Tag Monat Jahr		= reichsinnungsverband des	
17. MRZ. 1938		uhrmacherhandwerks berlin w. 35	
Wien		; potsdamer strasse 111 :	
Haupttelegraphenamt			
Berlin			
35			

die wiedervereinigung der ostmark mit dem deutschen reiche hat unbeschreiblichen jubel in uns ausgeloeest aus diesem empfinden heraus gruessen wir unsere brueder im reiche auf das herzlichste und wollen unsere dankbarkeit fuer den fuehrer durch beste leistung zum ausdruck bringen = heil hitler wiener zunft der juweliere und uhrmacher +

