

Uhrmachermeister



Unsere Werbung geht weiter

Wir waren das letzte Mal der durchaus berechtigten Ansicht, daß Sportuhren und Reisewecker nicht Saisonartikel sein brauchen. Für nützliche Sachen gibt es immer und überall Verwendungsmöglichkeiten. Wir müssen den Kunden nur darauf aufmerksam machen. Wie gesagt, ist es ja Zweck der Anzeigenserie, den Leuten die Ursachen der notwendigen Verwendung einer Uhr in ihrem Dasein vor Augen zu führen. Ein Familienvater z. B. soll nicht nur (laut Versicherungsgesellschaft) zur Versorgung seiner Familie eine Lebensversicherung eingehen, sondern soll sich vor allem eine anständige Uhr kaufen, um die Zeit zu nützen (siehe Anzeige Nr. 105).

Muß unsere Anzeige immer das stereotype Bild einer schräggestellten, oben und unten knapp beschnittenen Armbanduhr zeigen, meist noch in ziemlich einfacher Darstellung, weil Zeitungspapier keine Feinheiten zuläßt? Glauben wir wirklich noch, daß die reine Aufzählung der von uns zu verkaufenden Gegenstände, die kurze Bezeichnung: Verkauf der bekannten X-Uhren, den Lesern den Wunsch oder die Notwendigkeit, eine Uhr zu besitzen, vermittelt? Fast scheint es so.

Von 70 Uhrenanzeigen des Monats Juli, wahllos aus allen Bezirken Deutschlands gesammelt, sind z. B. nur elf Anzeigen, die etwas mehr zeigen als die einfache Darstellung einer Uhr. 13 Anzeigen benutzen einen Firmenzug, um dadurch eine eindringlichere Note zu bekommen. 18 Anzeigen preisen Markenuhren an, 26 Anzeigen sind ohne jedes werbliche Merkmal und nur 11 Anzeigen betonen, daß der Geschäftsinhaber „Uhrmachermeister“ ist. Man könnte fast auf den Gedanken kommen, daß sämtliche anderen Anzeigen gar nicht von Uhrmachern stammen. Nun, das wäre gewiß so beschämend wie das Weglassen des Berufsstandes. Man stelle sich den Wert der Eindringlichkeit vor, wenn alle Anzeigen für Uhren die Berufsbezeichnung „Uhrmachermeister“ tragen würden. Das trüge auch bei, die Auffassung des Publikums zu stärken, Uhren werden vom Uhrmacher verkauft.

Also betrachte jeder Uhrmacher seine Anzeigenwerbung auch einmal von der berufständischen Seite aus.

Nicht vergessen: gefälliger Blickfang, knapper, aber lebensvoller Text, Angabe des Berufsstandes und Typisierung der Anzeige durch Firmenzug oder Firmenzeichen. Und dann, ganz groß geschrieben: Die Anzeigenserie, die Wiederholung. Lieber etwas kleiner inserieren, aber mit hartnäckiger Regelmäßigkeit.

Für die Familie sorgen — da heißt es, die Zeit nützen. — Eine gute Uhr hilft, sie richtig einteilen. Vorzügliche Uhren hat

Uhrmachermeister

GUTZEIT
am Markt.

Nr. 105

Für Daheimgebliebene ist ein Reisewecker ebenso nützlich. Klein, praktisch, mit und ohne Etui, hat sie

Uhrmachermeister

GUTZEIT
am Markt.

Nr. 106

Sie wissen's ja selbst, Sport und Arbeit, beides erfordert stabile Uhren, staub- u. wasserdicht, stoß- und bruchfest. Zu haben bei

Uhrmachermeister

GUTZEIT
am Markt.

Nr. 107

Sie können zuschauen und wissen dann, wie wichtig es ist, zum gelehrten Uhrmacher zu gehen. Ob Reparatur, ob Kauf einer Uhr, kommen Sie zu

Uhrmachermeister

GUTZEIT
am Markt.

Nr. 108

Die Matern kosten je Stück 0,50 RM. Besondere Kosten für Porto und Verpackung entstehen nicht. Übersenden Sie uns bitte den jeweiligen Betrag gleich in Briefmarken bei der Bestellung, Sie erleichtern damit sich und uns die Arbeit.

Das ist auch der Sinn dieser Anzeigenreihe. Auch für die Reparaturwerbung ist wieder eine Anzeige dabei.

Berufskameraden, werbt besser mit besseren Anzeigen, wir helfen Ihnen gern dabei. Die Matern der hier abgebildeten Anzeigen bekommen Sie von der

Berufsförderung des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks,

Berlin W 35, Potsdamer Straße 111.

(I/1854)