

**Was Ihnen gut steht**

sollten Sie sich kaufen, noch dazu wenn es so preiswert ist, wie bei

UHRMACHERMEISTER **GUTZEIT**  
AM MARKT 1

Nr. 115

**Wir sind unbändig**

in einem halben Jahr wird geheiratet, und die Ringe kaufen wir bei

UHRMACHERMEISTER **GUTZEIT**  
AM MARKT 1

Nr. 116

**Sie gehört dazu**

um ein Heim behaglich und schön zu machen. Geschmackvolle Tischuhren zeigt Ihnen gern

UHRMACHERMEISTER **GUTZEIT**  
AM MARKT 1

Nr. 117

Drei kleine Anzeigen für die laufende Werbung:

Die Anzeigenreihe wird fortgesetzt, sie bringt alle Artikel, die der Uhrmacher verkauft. Die Plakate kosten 0,50 RM. je Stück. Wir bitten, sich und uns die Arbeit zu erleichtern, indem Sie bei Bestellung den Betrag in Briefmarken beifügen.



## Immer wieder: Schaufensterwerbung

Wenn wir den Einsatz der Werbemaßnahmen abhängig machen wollten von der Leichtigkeit, mit der sich die Ware verkaufen läßt, so würden wir zu der Feststellung gelangen, daß dann der Werbeeinsatz für unseren Gewerbezweig zu gering ist. Vergegenwärtigen wir uns den Aufwand an Werbung, den Geschäfte mit Artikeln des täglichen Bedarfs, sogenannten Verbrauchsgütern, machen. Mit wie vielen Mitteln werben Geschäfte, die den modischen Bedürfnissen Rechnung tragen. Immer wieder bemühen sie sich, die Aufmerksamkeit der Vorübergehenden auf sich zu lenken. Man müßte meinen, daß diese Geschäfte ihre Ware sowieso los würden, ohne daß erst solche Anstrengungen notwendig sind. Aber man geht hier den berühmten „Schritt weiter“ dem Kunden entgegen, weiß Kaufwünsche zu erwecken und sich in der Reihe der Mitbewerber hervorzuheben.

Unter diesen Gesichtspunkten gesehen, haben es die Uhrmacher doppelt nötig, sich durch ständige Werbemaßnahmen ihren Anteil am allgemeinen Warenumsatz zu sichern. Daß dabei unser Schaufenster die nächstliegende Werbemöglichkeit bietet, wissen wir bereits. Weiter merken wir uns, daß eine reine Warenausstellung, auch wenn sie noch so sorgfältig aufgebaut worden ist, nicht ausreicht, das besondere Interesse des Vorübergehenden zu erwecken. Wir müssen schon durch einen Blickfang das Gesamtbild des Schaufensters lebendig gestalten. Je mehr wir den Kunden an unsere Schaufenster fesseln können, desto mehr haben wir Aussicht, ihn von dem Kauf anderer Dinge abzubringen. Es handelt sich ja bei unserer Werbung nicht darum, dem Berufskameraden gegenüber im Vorteil zu sein, sondern gemeinsam mit ihm den Käufer auf unsere Verkaufsartikel zu lenken.

Es ist nur zu bekannt, daß mangels durchgreifender Werbung verschiedene Uhrengattungen tote Artikel wurden. Die Gesellschaft für Konsumforschung konnte auf Grund eingehender Prüfungen feststellen, daß bei vielen Leuten die Neigung besteht, ohne Uhren auszukommen.

Die neuen Plakate des „Schaufensterdienst“

Schon aus diesem Grunde muß unsere Schaufensterauslage durch einen wirkungsvollen Blickfang sprechend gemacht werden. Daß darüber hinaus der „Schaufensterdienst“ des Reichsinnungsverbandes Aufklärung gibt über die Notwendigkeit unseres Handwerks beim Verkauf von Uhren, daß er das Verständnis des Publikums für Uhren und Uhrmacher wachruft, ist für den Uhrmacher nur ein Grund mehr, diese Plakate zu einer aktiven Schaufensterwerbung zu benutzen. Der gemeinschaftliche Einsatz des Schaufensterdienstes durch viele Uhrmacher erhöht durchaus den Wert seiner Werbekraft.

Heute sehen Sie die drei Plakate der zweiten Ausgabe des Schaufensterdienstes, die Ende September zur Verteilung gelangt. Sie sind farblich geschmackvoll und bringen die Themen in einer Gestaltungsform, die den Betrachter zum Nachdenken anregt.

Das Oktober-Plakat wurde zur Weckerwerbung benutzt, denn das Weckergeschäft ist ja für jeden Uhrmacher der glückliche Auftakt für das Gelingen des Weihnachtsverkaufs. Als Spannungsmoment wurde hier der Schläfer gewählt, der in jedem Dorf, in jeder Stadt zu finden ist und nun im nächsten Augenblick durch den guten Wecker munter wird. Der Werbereiz läßt sich gut aufnehmen.

Für November dient ein Plakat der allgemeinen Aufklärung darüber, was ein guter Uhrmacher leistet, um Verteiler der Uhr im besten Sinne zu sein.

Das Weihnachtsplakat hat als Stimmungswerbung die schenkenden Hände; der Werbesatz „Auch für Dich eine gute Uhr“ gilt ebenso für den Betrachter des Plakats als auch für den, dem er etwas schenken will.

In allen Plakaten wird auf den gelernten Uhrmacher hingewiesen. Für den geringen Preis von 5,10 RM bekommen Sie nicht nur diese Plakate, sondern noch andere Werbemittel, die wir Ihnen in einer der nächsten Nummern der „Uhrmacherkunst“ zeigen werden.

Jedem Uhrmacher gibt der Schaufensterdienst die Möglichkeit einer aktiven Werbung für sein Geschäft und unseren Berufsstand.

Melden Sie sich rechtzeitig bei Ihrem Obermeister an.

**Berufsförderung des Reichsinnungsverbandes  
des Uhrmacherhandwerks,  
Berlin W 35, Potsdamer Straße 111.**

**Schnell munter wird  
in Land und Stadt.**

Wer einen guten Wecker hat vom gelehrten Uhrmacher

**Die Ganggenauigkeit  
der guten Uhr**

26 Edelsteine im Längsmaß einer Armbanduhr

gewährleistet die Arbeit

**Auch  
für  
Dich**

**Die gute Uhr**  
vom gelehrten Uhrmacher