



Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3,75 RM (einschließlich Versandkosten), für das Ausland nach Anfrage. Die „Uhrmacherkunst“ erscheint an jedem Freitag. Druck und Versand erfolgen bereits Donnerstags. Anzeigenschluß: Mittwoch mittag. Briefanschrift: Verlag der „Uhrmacherkunst“, Halle (S.) Mühlweg 19.

Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/2 Seite 184 RM, 1/100 Seite — 10 mm hoch und 48 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 1,84 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postscheck-Konto: Leipzig 16933. Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherkunst“ Halle/Saale. Fernsprecher: 26467 und 28382.

Offizielles Organ des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks
63. Jahrgang Halle (Saale), 2. September 1938 Nummer 36

Werbung mit Handwerksstolz!

Bei einer Prüfung der Werbung des Uhrmachers haben wir festgestellt: von 70 Uhrenanzeigen weisen nur elf darauf hin, daß der Geschäftsinhaber „Uhrmachermeister“ ist. Da sind uns die Sattler und Täschner doch voraus. — In Berlin nennen sie sich sehr zahlreich „Sattler- und Täschnermeister“! Auch die Elektromeister wollen nicht zurückstehen. Und die Meister des Kraftfahrzeughandwerks mehren sich ebenfalls.

Warum sollte da nicht der Uhrmachermeister seinen stolzen Titel ebenfalls in den Vordergrund rücken? Glücklicherweise gibt es doch eine Anzahl solcher Berufskameraden, die ihre Kundschaft auf diesen wichtigen Umstand aufmerksam machen — und fragen Sie sie einmal, mit welchem Erfolg! Sie können sich ihre Werbung ohne diesen Hinweis auf ihre handwerkliche Ausbildung nicht mehr denken. — Wir wollen einmal solche Werbung unter die Lupe nehmen.

Da ist Obermeister Hasbach, der einen sehr eindrucksvollen, eigenen Prospekt herausgibt. Schon der Umschlag mit dem lockenden Frauenanflug... aber dann geht er sofort ernsthaft an die Sache heran:

„Als Uhrmachermeister spreche ich zu Ihnen und will Ihnen zeigen, wie wichtig es ist, sich beim Kauf von Uhren und Schmuck an einen ansässigen Fachmann zu halten.“

Bei dem Überangebot von Uhren aller Gattungen erfordert es eine langjährige Schulung und Erfahrung, wirklich gute und brauchbare Ware für seinen Kundenkreis herauszusuchen.

In allen Zeitungen preisen Firmen und Uhren-Verkaufsorganisationen mit wohlklingenden Namen Uhren an, die verkauft werden müssen um jeden Preis.

Lassen Sie sich von mir sagen: Ausschlaggebend für die Beschaffenheit, Zuverlässigkeit und Haltbarkeit einer Uhr ist immer der Uhrmachermeister, der Ihnen die Uhr verkauft.

Wenn dieselbe nicht vor dem Gebrauch durch die Hand eines mit der Materie voll und ganz vertrauten Fachmannes geht, wird sie niemals den Ansprüchen genügen, die durch die Zeitverhältnisse bedingt sind.“

Auf den weiteren Seiten folgen Angaben über die Entwicklung der Firma, Einblicke in den Laden und die Werkstatt — auch die fachliche Aufklärung darf nicht fehlen.

Den Schluß bildet ein Werbevers aus einem Wettbewerb 1936: „Wer sin Uhr bi „Hasbach“ köpt, de kann seien: dat Uhrken löpt!“

Der lebendige Eindruck dieses Heftchens wird noch durch die Verwendung von zweifarbigem Papier verstärkt, das auf einer Seite gelb, auf der anderen aber blau ist.

Was ist Kundendienst? Kundendienst braucht manchmal gar kein Geld zu kosten. Kundendienst ist es schon, wenn Sie sich für den Einkauf bedanken. Kundendienst aber ist es wirklich, wenn Sie sich später einmal erkundigen, wie Ihr Kunde mit dem Kauf zufrieden ist. Auch bei der Reparatur ist diese Erkundigung sehr wichtig.

Berufskamerad Paul Herrmann erledigt diesen kleinen Dienst mit zwei kleinen Kärtchen, die folgenden Inhalt haben:

„Besten Dank für Ihren Einkauf! Denken Sie bitte auch bei der Ausführung von Reparaturen an Uhren und Schmucksachen an meine gut eingerichtete Werkstatt. Hier werden Arbeiten von tüchtigen Fachleuten (gepr. Meister) ausgeführt.“

„Wenn Sie mit der Reparatur zufrieden sind, denken Sie bitte beim Einkauf von Uhren aller Art und Schmuckwaren an mich. Durch meine Fachkenntnisse (gepr. Meister) haben Sie die Garantie, daß Sie nur Qualitätsware kaufen.“

Sie meinen, diese Kärtchen haben nur Augenblickswert? Sie irren: Vorsichtshalber trägt die Rückseite die wichtigsten Postgebühren — sie ist also für den Kunden schon des Aufhebens wert!



Aufnahme: Uhrmacherkunst
 Ein sehr netter, vielseitiger Werbeprospekt

