

Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3,75 RM (einschließlich Versandkosten), für das Ausland nach Anfrage. Die „Uhrmacherskunst“ erscheint an jedem Freitag. Anzeigenschluß: Mittwoch mittag. Briefanschrift: Verlag der „Uhrmacherskunst“, Halle (Saale), Mühlweg 19.



Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/2 Seite 184 RM, 1/100 Seite — 10 mm hoch und 48 mm breit — für Geschäfts- u. vermischte Anzeigen 1,84 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengennachlaß laut Tarif. Postscheck-Konto: Leipzig 169 33 Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherskunst“ Halle/Saale. Fernsprecher: 264 67 und 283 82.

Offizielles Organ des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks

Vereinigt mit der „Fachzeitung der Uhrmacher Österreichs“ (Wien) und mit der „Mittleuropäischen Uhrmacher-Zeitung“ (Tiefenbach / Desse, Sudetengau)

64. Jahrgang

Halle (Saale), 10. November 1939

Nummer 46

Weihnachtswerbung anders als sonst!

Es wird vielleicht eine Kriegswihnacht werden in diesem Jahr. Die Kinder sind zwar wie immer von lärmender Fröhlichkeit erfüllt, doch wir Erwachsenen werden ernster sein. Die Weihnachtseinkäufe werden in kluger Berücksichtigung der gegebenen Verhältnisse stattfinden; denn es wird in manchen Warengattungen nicht immer die reiche Auswahl vorhanden sein wie früher. Die Werbung des gelernten Uhrmachers hat deshalb bestimmten Anforderungen Rechnung zu tragen.

1. Der Kunde hat jetzt das Bedürfnis, den richtigen Wert seiner gekauften Gegenstände zu erkennen und durch geeignete Behandlung recht lange zu erhalten.
2. Der Uhrmacher gibt als verantwortungsbewußter Verkäufer seiner Ware umfassende Auskunft und Belehrung und sorgt so für eine sinnvolle und gerechte Verteilung der vorhandenen Ware.
3. Der Kunde verzichtet auf eine Neuanschaffung, wenn z. B. eine vorhandene Uhr durch Reparatur wieder verwendungsfähig wird.
4. Das handwerkliche Verantwortungsgefühl des Uhrmachers gestattet keine Vergeudung wertvollen Gebrauchsgutes, das er durch geschickte Reparatur erhalten kann.

Die Auswirkung ist ein erhöhter Zugang an Reparaturen, die nicht so schnell zu bewältigen sind, wenn der Uhrmacher keine schlechte Arbeit leisten will.

Der Reichsinnungsverband hat mit seiner Werbung auf diese Notwendigkeiten Rücksicht genommen.

Sein neuer Prospekt

„Kennen Sie ihn schon, den Mann, der die Zeit betreut?“

schildert den „gelernten Uhrmacher“ in seiner verantwortungsvollen Aufgabe, den Kunden mit der richtigen Uhr zu versehen.

Zur Erläuterung der Präzision des guten Zeitmessers gesellt sich die Übersicht über alle Warengruppen des Uhrmachers, die Geschmacksberatung beim Einkauf und die handwerkliche Arbeitsweise. Der Prospekt klingt aus mit dem Hinweis auf das rote Glasschild, das Erkennungszeichen des „gelernten Uhrmachers“.

Das Ganze ist eine Vertrauenswerbung für den „gelernten Uhrmacher“ auf 16 Seiten mit vielen ganzseitigen überzeugenden Abbildungen.

Der andere Prospekt

„Zeit lassen“

erhält die Aufgabe, die Reparaturarbeiten des gelernten Uhrmachers zu würdigen, damit falsche, oft überlieferte Auffassungen endlich einmal aus der Vorstellung des Kunden verschwinden. Gleichzeitig wirbt er um Verständnis für die mühsame und komplizierte Arbeit, deren Zeit nicht verkürzt werden kann, wenn sie zur Zufriedenheit des Kunden durchgeführt werden soll. „Laßt uns Zeit“ mahnt dafür der Prospekt, der auf 4 Seiten in einfacher Form gedruckt ein billiges und doch eindrucksvolles Werbemittel darstellt.

Diese beiden wichtigen und neuesten Prospekte werden in bewährter Weise ergänzt durch die anderen handwerklichen Aufklärungsprospekte

„Glauben Sie sich richtig zu verhalten?“

sowie

„Warum brechen die Uhrfedern?“

so daß die einheitliche Beweisführung von der Notwendigkeit des gelernten Uhrmachers in Verkauf und Reparatur damit gewährleistet ist.

Die Preise der Prospekte umseitig!

