

Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3,75 RM.; Jahresbezugspreis 13,50 RM. (einschließlich Versandkosten); für das Ausland nach Anfrage. — Die „Uhrmacherkunst“ erscheint an jedem Freitag. Anzeigenschluß: Mittwoch mittag. — Briefanschrift: Verlag der „Uhrmacherkunst“, 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- und vermischte Anzeigen 1,84 RM., für Stellenangebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß laut Tarif. — Postscheck-Konto: Leipzig 169 33. — Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherkunst“ Hallesaale. — Fernsprecher: 264 67 u. 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)

65. Jahrgang

Halle (Saale), 13. September 1940

Nummer 38

# Zum zweiten Male in Leipzig

Bericht von der Beratungsstelle auf der Leipziger Kriegsmesse 1940

Von F. Ebeling

Ob unsere Beratungsstelle auf der Leipziger Messe notwendig war oder nicht, läßt sich immer erst hinterher feststellen. Und wenn wir an dieser Stelle sagen, wir freuen uns, dort gewesen zu sein, so ist sicherlich auch jeder Leser im Bilde.

Die Berufskameraden waren zahlreicher erschienen als zur Frühjahrsmesse und wurden für ihr Interesse durch eine eindrucksvoll aufgebaute Ausstellung belohnt. Die Möglichkeit dazu gab der großzügige Ausbau des Gefolgschaftsraumes der Firma Georg Jacob, die ihn, wie schon einmal, der Berufsförderung des Reichsinnungsverbandes dankenswerterweise zur Verfügung stellte. In diesem schönen, hellen Raum war nun hinreichend Platz, um alle vom Reichsinnungsverband für den gelernten Uhrmacher geschaffenen Mittel auf dem Gebiete der Betriebswirtschaft, der Werbung und der Schaufensterdekoration überzeugend aufzubauen.

Auf einer großen Tafel wurde die vollständige, vom Reichsinnungsverband herausgegebene Buchführung für das Uhrmacherhandwerk gezeigt. Sämtliche Eintragungen waren auf Originalbogen der benötigten Bücher geschrieben worden, die sinnvoll zueinander montiert waren. Bestimmte Buchungsvorgänge wurden durch bunte Schnüre miteinander verbunden. Der Leiter der Betriebswirtschaftsstelle des Reichsinnungsverbandes, Herr Apelt, hatte zu tun, um die vielen an ihn gerichteten Fragen zu beantworten. Im Zusammenhang mit der Buchführung wurden Kontrollkassen vorgeführt, die sich durch die besondere Unterteilung Handel-Handwerk für unsere Berufskameraden als sehr nützlich erwiesen.

Nun kam der umfangreichste Teil der Ausstellung unter der Überschrift: „Die Werbung für den gelernten Uhrmacher.“ Angefangen wurde mit der vorbildlichen Geschäftsdrucksache, die sich unter Verwendung wirkungsvoller Firmenzüge zu einer ausgesprochenen Persönlichkeitswerbung gestaltete. Es versteht sich am Rande, daß ein solcher Firmenzug der gesamten Werbung dienen und daher auch auf sämtlichen anderen Werbemitteln stehen soll, z. B. auch auf den vier Prospekten, die dem Publikum einen Begriff von unserem wertvollen Handwerk geben. So mancher Besucher kannte sie noch nicht. Eine Standardwerbung für den gelernten Uhrmacher bilden nach wie vor die Reparaturbeutel und -marken, letztere neu gestaltet und in drei Farben erhältlich, ebenso die charakteristischen Garantiescheine des Reichsinnungsverbandes. Darunter lagen Anregungen für Werbefläche, unberechtigterweise die Stiefkinder der werbenden Uhrmacher. Die Berufsförderung liefert zeitgemäße Texte, die sehr geeignet sind, Brücke zu einer späteren Verkaufsepoche zu sein.

Man bedenke, mit welcher freundlichen Worten die Versandhäuser ihre Kunden über die Zeit der Warenverknappung hinwegtrösten. Die Berufskameraden sollten es auch so machen.

Allmählich kommt man dem Thema Schaufensterdekoration näher und beschäftigt sich erst einmal mit der Neugestaltung der Ladeneinrichtung bzw. des Schaufensteraufbaues. Für manchen Berufskameraden ein aktuelles Thema. Jeder versucht, bis zum Eintritt friedlicher Wirtschaftsverhältnisse ein Geschäft aufzubauen und eine Werbung vorzubereiten, die dem zu erwartenden starken Wettbewerb gewachsen sind. Neben dem Nachweis brauchbarer Ersatzmaterialien für De-

korationsstoffe (Tuchpapiere, Raufaser und andere Strukturpapeten) lagen die in diesem Jahr in der Fachpresse veröffentlichten Dekorationsvorschläge der Berufsförderung, deren praktische Verwertbarkeit dadurch augenfällig wurde, daß zwei Entwürfe in zwei großen Schaufenstern aufgebaut zu sehen waren. Jedes dieser Fenster hatte eine Breite von 1,80 m, eine Höhe von 1,60 m und entsprach so den durchschnittlichen Maßen der meisten Schaufenster in Uhrmachergeschäften. Diese beiden Fenster fanden den besonderen Beifall der besuchenden Uhrmacher. Mancher wird nun auch selbst die Vorschläge der Berufsförderung nachbauen, und das ist ja der Zweck der Sache.

Fenster 1 zeigte als ausgesprochenes Dekorationsfenster eine straffe Anordnung, die nicht erlaubte, schon vorzeitig Ware aus dem Fenster herauszunehmen. Der Kunde hat allerdings das Recht, zu verlangen, daß ihm die Ware bis zum nächsten Dekorationswechsel reserviert bleibt. Doch ist dadurch ohne weiteres zu verhindern, daß die sogenannten Zufallskäufer die Ware aus dem Fenster herauskaufen. Demgegenüber ist Fenster 2 als reines Verkaufsfenster zu werten, in dem Waren untergebracht worden sind, die tatsächlich auch zum Verkauf bereit stehen und auf Wunsch sofort herausgenommen werden können. Mangels Dekorationsstoffes wurde in beiden Fenstern mit dem schon erwähnten Ersatzmaterial gearbeitet, eine durchaus verwertbare Lösung. Als Blickfänge dienten die farbenfreudigen Einzelplakate der Berufsförderung, die, in zwei verschiedenen Größen verwendet, den Aufmerksamkeitswert der Fenster außerordentlich verstärkten.

Angesichts dieser praktischen Demonstrationen entspann sich mit vielen Berufskameraden eine Erörterung über die Möglichkeit, auch im eigenen Fenster eine positive Gestaltung durchzuführen. Anschließend wurde von der immer wichtigen Goldankaufswerbung (Plakate, Dias, Goldwertsucher) reger Gebrauch gemacht. Auch der Appell an die Reparaturkundschaft durch Plakat und Flugzettel, mit dem Uhrmacher Geduld zu haben, wurde als sehr notwendig empfunden. Diese Werbemittel entsprangen ja den Anregungen aus Uhrmacherkreisen. Den Abschluß bildeten die farbenfrohen und werbewirksamen Diapositive, die sämtlich als Original durchleuchtet zu sehen waren und einen sofortigen Eindruck vermittelten.

Sehen Sie, das war ein Gang durch die Beratungsstelle des Reichsinnungsverbandes auf der Leipziger Messe, deren Besuch für jeden Berufskameraden nutzbringend gewesen ist.

Fragen des Messebesuches und der Beschaffung von Ausgleichsware wurden ebenfalls Gegenstand von Besprechungen. Die Werbefreudigkeit kam oft in dem Wunsche zum Ausdruck, daß der „Schaufensterdienst“ recht bald wieder erscheinen möge. Wir geben hier gern das Versprechen, daß er zu Beginn normaler Wettbewerbsverhältnisse rechtzeitig und mit aller Sorgfalt hergestellt wird. Bezeichnend für das Interesse an den Einrichtungen des Reichsinnungsverbandes war die Feststellung, daß die Besucher vor und nach der offiziellen Besuchszeit noch in der Beratungsstelle erschienen. Jedenfalls wird die Beratungsstelle auch zur kommenden Messe wieder an ihrem Platze sein, um ihre Aufgabe in immer größer werdendem Umfange zu erfüllen.



Archiv Uhrmacherkunst

Der Würzburger Uhrmachermeister

**Bernhard Dierich**

wurde in die Schriftleitung der

„Uhrmacherkunst“ nach Berlin

berufen

