

ein Beschlagen gar nicht erst in Frage kommt. Wir haben auch dafür gesorgt, daß das Fenster gegen den Laden gut abschließt, damit die Ventilation ausreichend ist. Wenn wir aber erfahrungsgemäß wußten, daß die Ventilation nicht ausreichend ist, dann haben wir uns von unserem Installateur entsprechende elektrische Heizröhren besorgt, mit denen wir die Luft vor der Schaufensterscheibe genügend erwärmen können, um das Beschlagen zu verhindern, oder wir haben inzwischen bereits ausprobiert, an welchen Stellen wir die elektrischen Fächer (Ventilatoren) aufstellen müssen, um unsere Schaufensterscheiben trocken und eisfrei zu halten.

Durch unsere spiegelblanken und schweiß- und eisfreien Schaufensterscheiben betrachten wir nun selbst mit Wohlgefallen unsere Auslage, die wir nach reiflicher Beratung mit unserer lieben Gattin, nach sorgsamer Anhörung der Vorschläge der Herren Reisenden und vor allen Dingen nach sorgsamem Studium unserer keine Gefühls-, sondern Wirklichkeitsbilder gebenden Statistik (bitte um Verzeihung, gnädige Frau!) mit denjenigen Waren ausgerüstet haben, für die wir Kauflust und Kaufkraft voraussetzen können, die der Zeitrichtung Rechnung tragen und den Betrachtern unseres Schaufensters Anregungen geben. Doch, was sehen wir da? Aber, Herr Kollege! Es scheint uns doch fast, als ob der Samt oder der andere Bezug der Etalagen und des Schaufenstergestelltes verblichene Stellen zeigt. Das war uns vorher im Eifer des Aufbaus doch wohl entgangen, aber es ist ja noch Zeit; also schleunigst das erforderliche neue Material besorgt! Und die Preisetiketten und die Hinweisschilder sehen doch auch schon etwas mitgenommen aus. Gewiß rechnen wir mit jeder kleinsten Ausgabe, aber diesen kleinen Betrag wollen wir doch noch aufwenden, also schleunigst in den Papierkorb mit den alten Schildchen und Schildern; wenn wir gleich bestellen, kommen die neuen noch rechtzeitig, und es wird heute ja eine so reiche Auswahl davon geboten. Wir haben uns auch davon überzeugt, daß unsere Firma deutlich und weithin lesbar ist, damit man uns finden und weiterempfehlen kann.

Nun haben wir uns aber lange genug mit dem Schaufenster aufgehalten. Selbst unsere tadellos erneuerte Beleuchtung, die unsere Auslagen nun wirklich vorteilhaft erscheinen läßt (die Installateure übernehmen aber jetzt auch noch gerne Arbeit, wenn es nötig ist), kann uns draußen nicht mehr festhalten. Wir gehen also in den Laden hinein, und da ist wirklich alles in schönster Ordnung. Selbst die alten zerschrammten Stühle oder Hocker sind durch fein polierte oder frisch gepolsterte ersetzt. Ein recht bequemer neuer Schirm- und Stockständer ist angebracht. Für die Schmuck liebenden und kaufenden Damen ist der neue Wandspiegel mit Beleuchtungsmöglichkeit vorhanden, und ein passender Handspiegel für den Ladentisch ist bereitgelegt. Die Heizung ist so eingerichtet, daß die Verkäufer nicht frieren, die Käufer nicht bereits bei der Auswahl Schweiß zu vergießen brauchen. Es ist früh genug, wenn nachher beim Bezahlen der Angstschweiß kommt (bei einem von beiden sicher, entweder beim Käufer oder beim Verkäufer). Auch im Laden ist die richtige Ware ins richtige Licht gestellt, und weil das richtige Licht vorhanden ist, haben wir umfassend dafür gesorgt, daß auch auf den hochhängenden Wanduhren kein Stäubchen zu sehen ist, daß alle Uhren hübsch gerade hängen, und was dergleichen Kleinigkeiten mehr sind. Selbst für die eben durch Unachtsamkeit des verflixten Lehrlings noch eingesprungene Scheibe des Ladentisches haben wir schon Ersatz bestellt, denn wir wissen, welch einen schlechten Eindruck selbst ein glatter Sprung in der Scheibe des Ladentisches verursacht. Soweit wäre alles in schönster Ordnung.

Aber halt, es will uns scheinen, als ob die weißen Kittel des einen Ladengehilfen doch schon recht abgenutzt seien,

was trotz der sauberen Wäsche bemerkbar wird. Diese Kittel müssen also auch in die Werkstatt wandern und für den Laden durch neue ersetzt werden. Und dann hat die teure Gattin doch wohl vergessen, ihren gar nicht aufdringlichen, aber absolut der Zeit entsprechenden Schmuck zu dem neuen Kleid anzulegen, das sie für die Verkaufshilfe vor Weihnachten bekommen hat. Es bedarf wohl nur dieser kleinen Erinnerung. Wir selbst haben uns inzwischen mit einer passenden Schlipsnadel, einer neuen Durchziehkette, ein oder zwei diskreten Ringen (keine Dreikaräter bitte!) und einer der Jetztzeit entsprechenden Taschenuhr versehen, vergessen auch nicht, daneben passende Armbanduhren zu tragen und unserem Kunden Feuer mit einem entsprechenden Feuerzeug aus unserem Laden anzubieten, nicht etwa mit einer gewöhnlichen Streichholzschachtel. Wir achten auch darauf, daß unsere Verkäuferin den ihr zu diesem Zweck geliehenen passenden Schmuck zu passender Kleidung anlegt, und nachdem wir alle uns seit Monaten schon über richtige Behandlung der Kunden ausgesprochen und diese eingeübt — jawohl, eingeübt! — haben, wird es nun an nichts mehr fehlen, und wir werden unsere zahlreich hereinströmende Kundschaft zu ihrer vollen Befriedigung bedienen.

Selbstverständlich wird unsere Kundschaft zahlreich hereinströmen, denn wir haben ja beizeiten mit unserer besonderen Weihnachtsreklame eingesetzt. Vorbereitet haben wir die Reklame durch den Versand von Werbebroschüren, von denen die verschiedensten Arten zur Verfügung standen (sollten sie nicht ausgereicht haben, so können die fehlenden bei den einzelnen Stellen schleunigst noch nachbestellt werden). Wir haben auch unser Adressenmaterial schon vorbereitet, um in geeigneten Fällen und zur rechten Zeit mit Werbeschreiben auch unter Bezugnahme auf die früher übersandten Broschüren noch nachgreifen zu können. Mit den in Frage kommenden Zeitschriften haben wir bereits Anzeigenverträge abgeschlossen, um uns günstige Bedingungen und vor allen Dingen eine günstige Placierung unserer Anzeigen zu sichern, und die Texte haben wir sorgsam vorbereitet, denn an Anregungen und Beispielen dafür hat es ja nicht gefehlt. Auch an Klischees ist uns eine genügend große Auswahl geboten worden. Sollte darin noch etwas vergessen worden sein, so kann auch das schleunigst noch nachgeholt werden. In den letzten Nummern sowohl wie in der vorliegenden Nummer der Uhrmacher-Zeitung sind ja für die Zeit passende Klischees angeboten. Auch können wir uns durch die kleine Schrift „Kundenwerbung im Uhrmacher-, Juwelier- und Optikerhandwerk“ mit ihrer ganz ausführlichen Klischeeliste (0,75 RM mit Porto) nötigenfalls noch einmal über Werbefragen und lieferbare Klischees unterrichten.

Im übrigen wollen wir aber nicht vergessen, die zahlreichen Warenangebote in den in dieser Zeit erscheinenden Nummern unserer Fachzeitschriften einer ganz besonders eingehenden Durchsicht zu unterziehen. Auch die Herren Reisenden wollen wir nicht abfertigen mit einem „Es liegt nichts vor“, denn einstweilen haben wir noch Zeit, anzuhören, was sie uns zu sagen haben; es könnte ja doch sein, daß wir in dem einen oder anderen Artikel unser Lager zweckmäßigerweise verbessern oder ergänzen könnten. Daneben wollen wir daran denken, daß uns die Weihnachtszeit Gelegenheit bietet, durch geschicktes Vorgehen den einen oder anderen schwerer verkäuflichen Artikel abzustößen (aber, bitte, damit keine unzufriedenen Kunden schaffen!), und nach all diesen Vorbereitungen sehen wir mit Ruhe und Gleichmut den kommenden Wochen entgegen, denn wir wissen, daß wir alles getan haben, was geschehen kann, nicht nur in den großen und besonderen Maßnahmen, sondern auch in den Kleinigkeiten, um uns unseren Anteil an den Weihnachtsverkäufen zu sichern. Also gute Geschäfte, Herr Kollege!

Ihr ergebener Fr. A. K a m e s.