Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis
für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,— RM in Landeswährung (6 U. S. A. $, 30 Schweizer Franken usw.).

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend, Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin C 2, Breite Straße 8-9.

Preise der Anzeigen
Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis × Multiplikator 1,7 RM).

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: E 1 Berolina 5641

Uhren-, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 33, Jahrgang 53 ★ **Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin C 2** ★ **10. August 1929**

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Einige Schaufensterfragen

Von J. Baltzer

Mehr Gemeinschaftsarbeit

Über moderne Schaufensterdekoration im Uhrengewerbe ist bereits viel und oft gesprochen und geschrieben worden, wobei es sich freilich meist nur um allgemeine Fragen handelt. Die Tatsache, daß Einzelfragen verhältnismäßig wenig gestreift werden, und daß selbst gute Schaufensterentwürfe wenig photographiert und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden, dürfte im wesentlichen daran liegen, daß wir alle noch viel zuwenig „Gemeinschaftsarbeit" leisten, obwohl wir nur durch diese vorwärtskommen können. Diese Gemeinschaftsarbeit darf sich aber nicht darauf beschränken, auf den Verbands- und Unterverbandstagungen Kollegialität zu zeigen; sondern wir machen hier wiederum z. B. den Vorschlag, daß man an Stelle von Versammlungen und von Vorträgen in rauchigen Lokalen Rundfahrten und Wanderungen durch die verschiedenen Geschäftsviertel der Stadt, möglichst unter Leitung eines Schaufensterdekorateurs, mache und dann im Anschluß daran auch unter gegenseitiger Kritik das Gesehene bespreche. Hoffen wir, daß die Organisationen des Gewerbes, daß vor allem die Obermeister der Innungen die Wichtigkeit solcher Aussprachen erkennen.

Verderben Taschenuhren das Schaufenster?

Hier soll nur über einige Kleinigkeiten aus dem riesengroßen Gebiet geplaudert werden, wobei wir in der Lage sind, einige Abbildungen von Musterschaufenstern einiger Schaufensterfirmen wiederzugeben; der Schwarzweißdruck gestattet leider nicht, die teilweise außerordentlich große Farbenpracht der Entwürfe zu veranschaulichen.

Einer der wichtigsten Punkte, der so vielen Uhrmacherschaufenstern etwas Starres und Monotones verleiht, ist die Aufstellung der Taschenuhren. Eine Taschenuhr ist im großen und ganzen in Form und Größe der anderen gleich und unterscheidet sich im wesentlichen nur durch Metall und Dekor, das aber bei einer Aufhängung im Hintergrunde des Schaufensters kaum zur Geltung kommt. Hängt man nun, rein aus dem Bestreben, der Kundschaft möglichst viel Ware zu zeigen, eine große Anzahl von Taschenuhren auf, und zwar in der früher viel üblichen Weise im Hintergrund des Schaufensters in gleichmäßigen rechteckigen Kartuschen, so erhalten wir das „typische" Bild des Uhrmacherschaufensters vielerorts, das angeblich den Zweck haben soll, der Kundschaft viel Ware zu zeigen; das wird aber kaum erreicht, da durch die Gleichmäßigkeit und Monotonie der Anordnung das Publikum nicht angelockt wird, überhaupt stehen zu bleiben.

Werden nun auch im übrigen Schaufensterraum die sonstigen Waren in möglichst großer Zahl und ohne einen ersichtlichen Grundgedanken aufgestellt, so erhalten wir statt einer reizvollen Ausstattung ein verwirrendes und ermüdendes Bild. Und der Schöpferstolz des Uhrmachers, mit dem er nach schwierig vollbrachter Dekoration diese jahrelang hängen läßt, ist völlig unberechtigt.

„Die Taschenuhren verderben das Schaufenster", äußerte kürzlich gelegentlich einer Unterhaltung ein westdeutscher Kollege sich sehr drastisch, und wenn man mit den Augen des an die Pracht der Schaufenster gewöhnten modernen Menschen Bilder von Schaufenstern der Uhrmacher aus früherer Zeit betrachtet, so kann man mit Schaudern sogar die ganze Rückwand von oben bis unten mit den Taschenuhren behängt sehen und möchte fast glauben, daß das genannte Wort Berechtigung hätte.

Ist das aber wirklich so? Nein, es muß nicht so sein; sondern je gleichförmiger und je gleichmäßiger eine Ware an sich ist, desto mehr müssen wir bestrebt sein, ihre Anordnung, ihre Umgebung und ihre Aufstellung besonders heraushebend und abwechslungsreich zu machen.

Gewiß, hier ergeben sich für den Praktiker manche Schwierigkeiten, die von den Propheten der neuen Richtung oft nicht genügend erkannt werden. Dazu gehört einerseits die Schwierigkeit, Einzelanordnungen jeder Uhr für sich zu finden, da es verhältnismäßig kleine Stücke sind; außerdem aber müssen die Waren vielerorts tag-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19290100/617