

Bei der Schaufensterausstattung wird vor allen Dingen ein ziemlich großes Schild mit gut sichtbarer Aufschrift: „Preiswerte und praktische Uhren für Wochenendhäuser und Wohnlauben“ zu empfehlen sein, zu den einzelnen Uhren dann noch Kärtchen mit ein paar hinweisenden Worten,

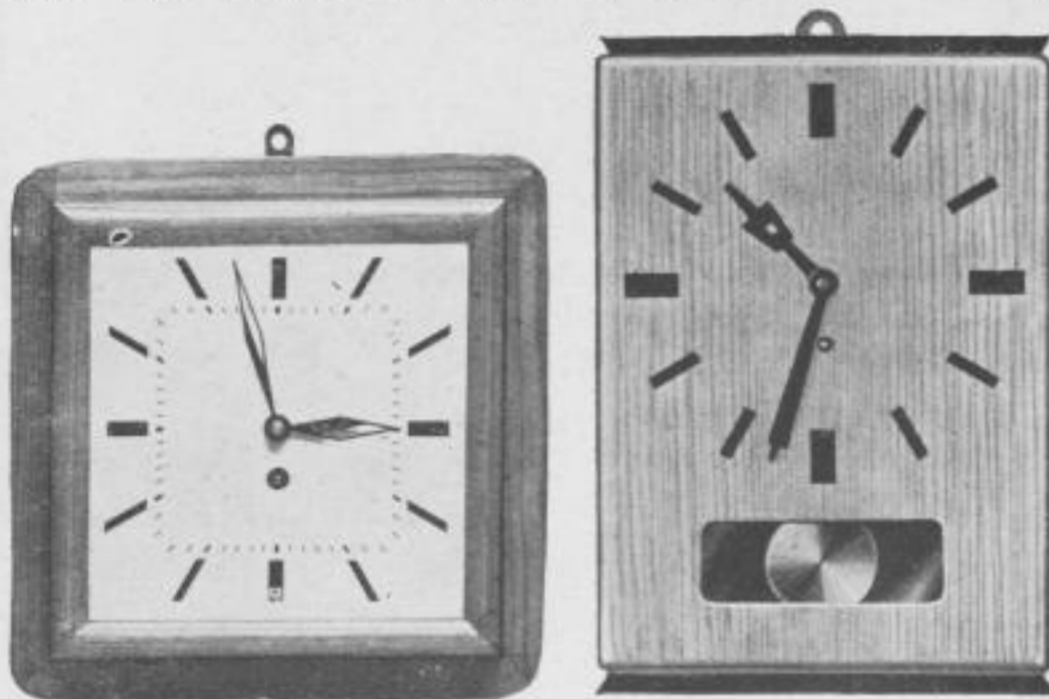


Abb. 1

Abb. 2

Bessere Wanduhren in Holzgehäuse für Wochenendhäuschen

etwa: „Preiswerte Wecker (Radium-Zifferblatt) für die Wohnlaube“ usw. Mit einiger Handfertigkeit kann man sich sogar aus farbigem Papier als spezielle Preisetiketten für so ein Wochenenduhren-Schaufenster einfache Giebelhäuschen ausschneiden, unten einen etwa 2 cm breiten Rand als Fuß umbiegen und den angegebenen Text mit einer Rundschrift- oder Redisfeder daraufschreiben.

Wesentlich anders muß dagegen schon das Uhrengeschäft vorgehen, welches nach Lage und Kundenkreis die Möglichkeit hat, Berufs- und Vergnügungsreisende zu Käufern zu machen. Hier wie überall müssen auch schon beim Einkauf die entsprechenden Uhren und Modelle berücksichtigt werden. Im Falle von Wochenenduhren kommen z. B. die in den Abbildungen 5 bis 7 gezeigten Muster in Frage. Für den Berufsreisenden, der häufig jeden Abend seinen Koffer auspackt, eignet sich eine Reiseuhr in aufklappbarem Metalletui, guillochiert wegen der Gefahr des Zerkratzens (vgl. Abb. 8). Kleine Metall-Nippwecker in Lederetui oder Etui aus imitiertem Leder, etwa wie sie in der Abbildung 9 gezeigt wird, kommen auch in Frage, daneben je nach dem Geschmack und dem Einkommen aber auch die schönen eleganten Lederetui-Reiseuhren (vgl. Abb. 10 bis 12), die sonst eigentlich nur die Reiseuhr für die Gruppe der kaufkräftigen Vergnügungsreisenden darstellt. Bei diesen Lederetuiuhren zeigt es sich immer wieder, daß extravagante Muster mit modisch betonten Variationen selten den erhofften größeren Absatz finden, wohl in der Hauptsache deswegen, weil das eine gewisse Reisekultur pflegende Publikum doch in erster Linie das Gediegen-Zweckmäßige bevorzugt. So sieht man denn, daß die Lederetuiuhren in einfachen viereckigen, sechseckigen, kreisrunden und ovalen Formen, in haltbaren Lederarten wie Saffian-, Kalb- und Rindleder, aber auch Krokodil und Eidechse, in weniger empfindlichen Farben wie Braun, Blau, Schwarz usw. immer wieder ihren Platz behaupten. Hier und da werden auch dezente Goldprägungen oder ein zartes Grau und ein schönes Rot gewählt.

Bei der Werbung für diese Reiseuhren steht notwendigerweise die Schaufenster-Ausstattung im Vordergrund, die jetzt den Charakter „Reisezeit“ aufs stärkste betonen muß. Es wird dem Uhrmacher nicht schwer fallen, unter den leihweise zur Verfügung gestellten Dekorationsstücken der führenden Firmen ein solches zu finden, dessen Rückwand ein ausgesprochenes Reismotiv darstellt. Eine sehr

hübsche Lösung würde es auch sein, einen Zug, ganz ruhig in der stilisierten Einfachheit der hölzernen Kindereisenbahnen aus farbigem Papier auszuschneiden und innen quer über die Schaufensterscheibe, etwa in Augenhöhe, mit kleinen Oblaten anzukleben und darunter rechts oder links seitlich, in mäßig großen Buchstaben, ebenfalls ausgeschnitten, das Wort: „Reiseuhren“.

Man kann sich auch zweckmäßig aus einem Lederwarengeschäft einen hübschen Koffer leihen, stellt ihn auf ein Podest, über das man ein Tuch wirft (Plaid), packt den Koffer zur Hälfte und legt die noch fehlenden Gegenstände daneben. Auf oder neben den geöffneten Koffer stellt man dann ein großes Schild, etwa mit dem Text: „— — — und zum Schluß die Reiseuhr nicht vergessen!“ Eine stattliche Kollektion Reiseuhren muß dann unmittelbar mit diesem Aufbau in Verbindung gebracht werden. Koffer wie auch die zu packenden Gegenstände sind aus den entsprechenden Geschäften sicher leihweise zu erhalten, wenn der Entleiher verspricht, ein Kärtchen mit der Aufschrift: „Reiseeffekten sind von der Firma X. Y. zur Verfügung gestellt“, anzubringen. Es gibt, wie man sieht, eine Reihe Möglichkeiten, auf sehr einfache und billige Weise im Schaufenster eine wirkungsvolle Reiseuhrenschaue zu veranstalten. Als ergänzende Maßnahme ist nun auch noch die schriftliche Bearbeitung der Kundschaft und mutmaßlicher Interessenten anzuwenden, entweder mit einem Prospekt mit einem gedruckten interessierenden Text, außerdem natürlich mit geeigneten Reiseuhrenabbildungen usw. mit Preisen, oder aber



Abb. 3

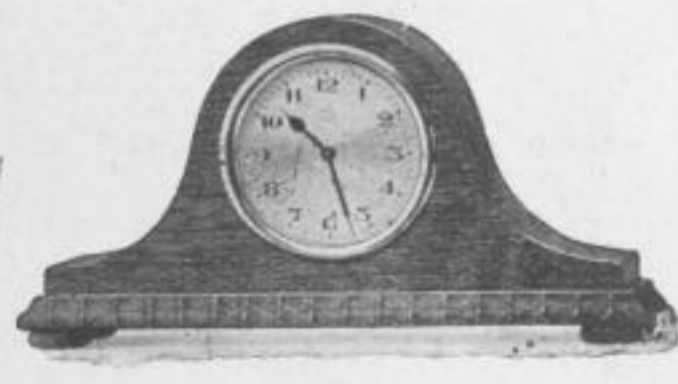


Abb. 4

Billigere Reise- und Wochenenduhren

diese in Verbindung mit einem zugkräftigen Werbebrief in Schreibmaschinenschrift. Vorschläge für derartige Briefe werden den Uhrmachern vermutlich u. a. von den Werbeabteilungen der großen Fabriken gerne gemacht werden.

Hier und da macht man die Beobachtung, daß im Publikum, insbesondere von Damen, die sogenannten *Boudoir- oder Stiluhren* ebenfalls als Reiseuhren angesehen und auch benutzt werden. Sache des Uhrmachers wäre es hier, für eine Klärung der Begriffe zu sorgen; anderenfalls be-



Abb. 5

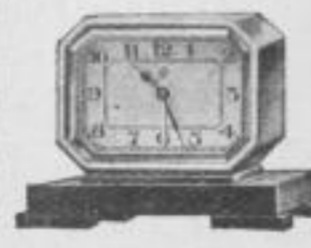


Abb. 6



Abb. 7

Bessere Reise- und Wochenenduhren

schränkt er sich gerade in den zahlungskräftigen Kreisen den Absatz in beiden Uhrenarten. Allerdings müssen auch in dieser Beziehung Zugeständnisse gemacht werden. Minderbemittelte Kreise, die nicht für die Reise eine besondere Uhr kaufen wollen, wird man gut mit Qualitäts-Nippweckern (vgl. Abb. 13) bedienen können. Diese Uhren haben aber in dem Augenblick ebenfalls den Charakter von Reise-