

was Sie — in bezug auf die Preislagen — abzusetzen wünschen. In dieser Hinsicht wird von vielen Uhrmachern und Juwelieren ein großer Fehler gemacht. Sie sind noch immer zu „fein“ für die heutige Zeit. Daß Ihr Schaufenster sonst in tadelloser Verfassung sein muß, wissen Sie ja selbst, aber:

Machen Sie keine allzu großen Experimente mit der Auslage! Weihnachtsmänner mit Rucksäcken, Flimmerberge und Zwerge samt Schneelandschaften sind ja alles wunderschöne Sachen; glauben Sie aber, daß Sie dadurch auch nur ein einziges Paar Manschettenknöpfe mehr verkaufen werden? Der Durchschnittskäufer will zwanzig verschiedene Kuchenarten im Schaufenster des Bäckers sehen, und derjenige von dieser edlen Zunft, welcher einen aus Zuckerguß fabrizierten Dom in seiner Auslage stehen hat, wird bei aller Bewunderung, die man ihm zollt, bestimmt weniger umsetzen als der Kollege, welcher den Leuten das vorführt, was sie haben wollen, nämlich Ware. Womit beileibe nichts gegen eine bescheidene weihnachtliche Dekoration gesagt werden soll; aber lebensgroße, mit Broschen behängte Tannenbäume, wie ich sie schon erlebte, sind ein Greuel in den Augen des Herrn.

„Sarasate heißt der Tate, und Reklame ist die Mame“, war seinerzeit ein geflügeltes Wort, als dieser berühmte Violinvirtuose seine Kunstreisen unternahm. Wer es nicht ähnlich macht, darf sich nicht wundern, wenn ihn die Konkurrenz überflügelt. Scheuen Sie Werbungsausgaben nicht; sie machen sich bezahlt. Aber weise Vorsicht sei auch hier am Platze. Die Zeitung in kleineren und in Mittelstädten ist ein billiger und probater Helfer. Die Fachzeitschriften haben wunderschöne Klischees. Sie brauchen nur eine Karte zu schreiben; tun Sie es noch heute! „Persönliche“ Briefe, die Ihnen jedes Vervielfältigungsbüro für ein paar Mark säuberlich getippt liefert, stellen ein weiteres Reklamemittel dar. Und endlich stehen Ihnen zu billigen Preisen die von den verschiedensten Stellen, insbesondere der Zentralaussschuß für Deutsche Schmuckkultur in Pforzheim sei hier lobend erwähnt, herausgebrachten Prospekte zur Verfügung. Nützen Sie diese Möglichkeiten!

Wir müssen und sollen alle an unseren Waren verdienen, denn die Unkosten sind groß, die Mode wechselt beständig, die Waren veralten und müssen abgeschrieben werden, die Preise sinken stetig, und leben wollen wir doch auch, nicht wahr? Da hilft also nur ein wirklich „gesunder“ Aufschlag. Scheuen Sie sich also nicht, die Waren richtig auszuzeichnen. Wenn der Konkurrent billiger ist, dann soll er es ruhig sein; ich habe noch keinen Schleuderer gesehen, der sich auf die Dauer gehalten hat! Zu Weihnachten wird auch von dem Käufer nicht so genau auf

den Preis gesehen. Jeder hat zu dieser Zeit eine etwas leichtere Hand. Wenn Sie im Dezember nicht auf gute Preise halten, wird Ihnen der jetzt ausbleibende Verdienst das ganze nächste Jahr hindurch fehlen.

Wissen Sie, was ein Interessent ist? Sie haben sich doch eine Notiz damals im Mai gemacht, als Herr Malermeister Lichtblau bei seinem damaligen Einkauf so nebenbei meinte, jetzt brauche er nichts weiter, aber zu Weihnachten könne man ja mal sehen, ob er seiner Frau eine Armbanduhr kaufen werde. Bitte, schreiben Sie ihm jetzt einen netten Brief, wie das denn mit der Uhr wäre. Sie werden das Geschäft bestimmt machen.

Und dann noch ein paar Kleinigkeiten: Sie wissen es doch und haben es selbst schon erlebt, wie störend es ist, wenn Sie von einem Kunden abgerufen werden, der gerade „ja“ sagen wollte; Sie mußten bei einem anderen Käufer kassieren. Manchmal riß dann gerade die „Leitung“, und Ihr Kunde kriegte es mit dem „Überlegen“ ... Richten Sie also eine zweite Zahlstelle ein, damit Sie sich von solchen Zwischenfällen frei machen.

Im Dezember hat jeder es auf einmal schrecklich eilig, obwohl in ganz Deutschland der Heiligabend auf denselben Tag fällt. Lassen Sie sich nicht auf allzu kurze Termine für Umarbeitungen und womöglich Reparaturen ein; das endet immer mit Krachs. Und von Telegrammen an die Fabriken lebt nur die Post; die Waren werden deshalb doch nicht früher fertig.

Und endlich: Verpumpen Sie nicht zuviel in diesen Zeiten! Man weiß von keinem, wie er am 27. Dezember dastehen wird. Gar manchen Generaldirektor hätte man vor kurzem gefragt, wie viele Male man ihm den ganzen Laden verkaufen dürfte, und fünf Tage nachher? Borgen macht Sorgen. Das Verkaufen ist gar oft leicht, aber wie kriegen Sie dann das Geld herein?

Seien wir trotz alledem Optimisten; die Welt geht nicht unter. Im Gegenteil: Vielleicht wird das Weihnachtsgeschäft doch besser, als wir denken, denn gerade in derartigen Zeiten, in denen sich jeder schon sowieso Beschränkungen aller Art auferlegt, werden solche Gelegenheiten von den meisten Menschen benutzt, um sich ein bißchen Sonnenschein und Freude zu verschaffen, wenn es auch etwas über die Verhältnisse zu stehen kommt. Es ist ja nur einmal Weihnachten im Jahr, und nachher heißt es wieder sparen ...

Zum Schluß: Lassen Sie sich auch etwas Nettes schenken; die anderen, die ja unsere Kunden sind, wollen ebenfalls leben, und eine Hand wäscht die andere.

Also: Gutes Weihnachtsgeschäft allerseits!

## Wie stelle ich mir eine Plakatvergrößerung her?

### Winke für die Weihnachtsdekoration

Für die bevorstehende Weihnachtssaison gilt es abermals, dem Fenster eine besondere Note zu verleihen. „Was mache ich?“ und „Wie mache ich's?“ sind wohl die wichtigsten Fragen, die hierbei auftauchen. Die Frage „Was mache ich?“ ist wohl schnell gelöst. Ein bißchen Überlegung und Nachdenken, und bald ist meist das „Richtige“ gefunden. Die zweite Frage „Wie mache ich's?“ ist schon schwieriger, und hieran scheitern oft die besten Vorsätze. Oft liegt es nur an Kleinigkeiten, daß eine gut überlegte Dekoration nicht ausgeführt werden kann. Eine solche Kleinigkeit ist auch die gute Lösung der Rückwand, die durch eine Figur, ein geschmackvolles Plakat oder durch einen originellen Hinweis die monotonste Dekoration ansprechend unterbrechen kann. Durch ein einfaches Verfahren und etwas Geschicklichkeit

ist es jedem Kollegen möglich, sich einen auffallenden Hintergrund zu schaffen. Kleine Zeichnungen, Photos oder Abbildungen dienen als Vorlage und können der jeweiligen Zeit entsprechend benutzt werden. Die in Frage kommende Vorlage, welche mir zusagt, überziehe ich mit einem Netz von kleinen Bleistiftquadraten wovon jedes  $\frac{1}{2}$  cm groß sein muß. Bei dem abgebildeten Kopf eines Weihnachtsmannes, welcher als Original dient, ist nur ein Teil desselben, um ein Beispiel zu zeigen, mit einem quadratischen Netze überzogen.

Angenommen, ich will nun diesen Kopf zweifach vergrößern. Wie gehe ich dann vor? Auf einen großen, weißen Karton lege ich mir, ebenfalls mit Bleistift gezeichnet, ein quadratisches Netz an. Da die Vergrößerung nur zweifach

