

Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 18,— RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung Berlin SW68, Neuenburger Str. 8



Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,5 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher-A 7 Dönhoff 2425, 2426, 2427

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 34, Jahrgang 56 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 20. August 1932

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Winke für erfolgreiche Schaufenster-Sonderdekorationen

Von E. Rautenberg

Die Schaufenster der Uhrmacher und Juweliere sind im Laufe der letzten Jahre zu einem großen Teile erheblich besser ausgestattet worden als früher. Es muß jedoch noch viel getan werden, um die Wirksamkeit der Schaufenster immer mehr zu steigern und zwar nicht nur bei dieser oder jener Gelegenheit, sondern das ganze Jahr hindurch. Jetzt leiden noch allzu viele Schaufenster von Uhrmachern und Juwelieren an zu zahlreichen hineingepackten Waren und an mangelnder Übersichtlichkeit. Wer von allen vorrätig gehaltenen Waren etwas im Fenster darbietet, zeigt wohl den Vorübergehenden, daß er viele Warengruppen führt. Dieses Bestreben hat jedoch zur Folge, daß von jeder Warenart verhältnismäßig nur wenig gezeigt werden kann, d. h. das Angebot ist im einzelnen nicht ausreichend. In vielen Fällen ist unter all den ausgestellten Waren nicht einmal der gesuchte Gegenstand zu finden, vielfach nur deshalb, weil das Fenster unübersichtlich ist. Warum dieser Fehler? Und wie kann man es besser machen?

Wie zu jeder Werbung, so ist auch für die Werbung durch das Schaufenster als erstes Erfordernis die Aufstellung eines bestimmten Planes anzusehen. Niemand kann darauf verzichten, der mit jeder seiner Werbemaßnahmen den größtmöglichen Erfolg erzielen will. Kein Uhrmacher darf die Zeit zum Neudekorieren der Schaufenster herankommen lassen, ohne zu wissen, welche Dekoration folgen soll. Von Zeit zu Zeit die Auslage ausräumen, weil bei dieser Gelegenheit auch das Schaufenster geputzt werden soll, und dann die gesäuberte und mit frischen Preisetiketten versehene Ware gut im Schaufenster anordnen, nenne ich noch nicht dekorieren; das ist Putzen, eine ganz selbstverständliche Arbeit.

Jedesmal, wenn sich das Neudekorieren nicht mehr aufschieben läßt, überfällt Sie die gleiche Sorge: „Was nun?“ Das braucht nicht zu sein; machen Sie es sich leichter! Stellen Sie einen Dekorationsplan für das ganze Jahr auf und befolgen Sie ihn! Welche Zeiten und Gelegenheiten sind bei Aufstellung dieses Planes zu berücksichtigen? Wo bietet

sich Gelegenheit, die eintönigen Schaufenster unseres Gewerbes durch interessante Sonderdekorationen zu unterbrechen? Und warum überhaupt derartige Dekorationen?

Gelegenheiten zu besonderen Dekorationen sind:

- Inventur,
- Einsegnung und Erstkommunion,
- Schulanfang,
- Schulentlassung,
- Ostern,
- Umzugszeit,
- Muttertag,
- Firmung,
- Pfingsten,
- Namenstage,
- Reisezeit,
- Herbst,
- Weihnachten,
- Silvester.

Ferner sind zu berücksichtigen: Jahrmärkte, Schützenfeste, Festveranstaltungen größerer Vereine und Verbände, Verkehrswochen, Werbewochen, Deutsche Wochen, Jubiläumsfeiern von Städten, Einweihungsfeiern usw.

Bei all diesen und noch vielen anderen Gelegenheiten lassen sich gute Sonderdekorationen machen, deren Wert in unserem Fache leider bislang nur wenige Gewerbetreibende erkannt haben. Warum sieht man so selten eine solche Dekoration? Gibt es wichtige Gründe für diese Seltenheit? Bestimmt ist es für ein Geschäft, das nur über ein Fenster verfügt, nicht so leicht, Sonderdekorationen zu machen. Aber auch dann sollte man nicht grundsätzlich darauf verzichten. In diesen Fällen muß aber unbedingt jede Woche neu dekoriert werden, ein Vorschlag, der bestimmt bei den wenigsten Fachgeschäften Sympathie findet. Eine Sonderdekoration kommt nur für diejenigen Geschäfte nicht in Frage, welche in der Nähe des Bahnhofs und in solchen Straßen liegen, durch die fast ausschließlich Fremde