

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 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 SW 68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Grundpreis  $\frac{1}{4}$  Seite 200,— RM.  $\frac{1}{100}$  Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis X Multiplikator  $\frac{1}{4}$ )

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 D ö h o f f 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 13, Jahrgang 58 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 24. März 1934

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Schaufenster und Schaukasten als Spiegel unseres Geschäftes

Von Anni Kosel

Bestimmt haben Sie sich alle, verehrte Leserinnen und Leser — jawohl, auch die Männer! —, dann und wann eingehend im Spiegel betrachtet. Das schadet auch nicht und „gehört dazu“. Und was haben Sie dabei gesehen? Im allgemeinen gewiß ein Gesicht, das Ihnen und anderen wohlgefällt, hier und da vielleicht auch eines, das weniger schön und anziehend ist. Aber bei näherem Zusehen sagt uns das Gesicht doch noch viel mehr, denn es ist seinerseits wieder der Spiegel der Seele, des inneren Menschen, der freilich nicht so leicht wie seine äußere Erscheinung zu erfassen ist. Ein Spiegel in diesem doppelten Sinne ist auch unser Schaufenster, das erkennen läßt, welcher Geist in dem Geschäft herrscht. Wir sollten daher öfters fremde, noch häufiger und eingehender unsere eigenen Schaufenster betrachten, um ihre Mängel zu erkennen und dann zu beseitigen.

Stellen Sie sich, verehrter Fachgenosse, einmal als ein kritischer Kunde, dem nichts, auch nicht das Kleinste entgeht, vor das Schaufenster Ihres Geschäftes. Beim ersten Hinsehen gibt es für Sie vielleicht nichts zu bemängeln, denn alles steht in schönster Ordnung in Reih und Glied an seinem Platze. Vielleicht finden Sie aber auch, daß der Dekoration, die sich starr und kalt dem Beschauer darbietet, ein gewisses Etwas fehlt, das geeignet ist, die Blicke des Kunden, der an dem Geschäft vorüberweilt, anzuziehen. Dies ist die persönliche Note, die unbedingt auch unser Schaufenster erkennen lassen muß. Es genügt nicht ein elegant aufgemachtes, in jeder Hinsicht sauberes, mit der Konkurrenz wetteiferndes Fenster; es kommt auch sehr auf die richtige und harmonische Zusammenstellung der einzelnen Gegenstände an. Man kann z. B. irgend ein ausgesucht schönes Stück auf einen Ständer bringen und ihm einen weit ins Blickfeld vorgerückten Platz einräumen, um ihn dadurch in den Augen der Betrachter als etwas ganz Besonderes hinzustellen. Es gehört nur ein bißchen mit Schönheitssinn verbundener guter Wille dazu, aber dann wird, wie ich glaube, die Mühe sich auch lohnen.

Warum stehen nun jahraus, jahrein in so vielen Uhrmacher-Schaufenstern die Tablettis usw. immer auf dem

selben Platze? Gewiß, es kommt mal wieder neue Ware ins Fenster, aber das kann doch den Kunden nicht so auffallen, als wenn eine gründliche Umdekoration vorgenommen wird. Ich will schon gelten lassen, wenn die Taschenuhren und Ketten, soweit sie an den Seitenwänden der Fenster angebracht sind, ihren Platz nicht wechseln können, da die Gestelle größtenteils nur für diese eine Art der Unterbringung eingerichtet sind. Aber m. E. kann doch wenigstens auf den Glasplatten ruhig mal eine Revolution eintreten; aber davon ist leider nur selten etwas zu bemerken. Die meisten Geschäfte sind nach einem bestimmten Schema aufgezogen, und einer versucht es dann dem anderen darin gleichzutun, statt seine eigene Ansicht zur Geltung zu bringen. Die Pflege der Eigenart ist ja schon deswegen geboten, weil die Kunden in den einzelnen Bezirken infolge ihrer Einkommensverhältnisse, Lebensgewohnheiten usw. oft recht verschiedenartig eingestellt sind und entsprechend „angefast“ werden müssen. Also individuelle Handhabung der Dekoration in jedem Geschäft!

Leider ist es mir bei meinem kleinen Schaufenster nicht so gut wie bei vielen anderen Geschäften, die über ein größeres Schaufenster verfügen, möglich, wirkungsvolle Dekorationen aufzubauen, so sehr ich mich auch darum bemühe. Größte Sorgfalt widme ich, um einen gewissen Ausgleich zu schaffen, den an der Hauswand angebrachten Schaukästen, denen ich einen großen Teil meiner Einnahmen verdanke. Nicht nur hier und da, sondern sehr oft haben sich Kunden über die schöne, gefällige Dekoration gerade der Schaukästen in sehr lobender Weise geäußert. So etwas spornt an, um die Sache das nächste Mal noch besser zu machen. Jedenfalls kann ich allen Kollegen nur raten, den Schaukästen, die z. T. stiefmütterlich behandelt werden, mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Man kann in ihnen sehr gut hübsche kleine Wecker und andere Geschenkartikel anbieten. Vor allen Dingen muß man darauf achten, daß die Auslagen oft gewechselt und geputzt werden, da erfahrungsgemäß der Straßentaub viel leichter in die vorstehenden Kästen als in die Fenster eindringt. Von Wichtigkeit ist