

kaufspreise und freikalkulierte Preise in großer Vielzahl bei mancherlei Warengruppen vorhanden sind, muß man auch bemüht sein, die Preise der freien Artikel in ein der Qualität und Aufmachung nach angemessenes Verhältnis zu den Markenartikeln zu bringen.

Die so geschaffenen übersichtlichen Preislagen sollen aber nicht allein den Verkauf im Laden selbst erleichtern; auch im Schaufenster ist anzustreben, die Gruppierung der Waren so vorzunehmen, daß der Kunde schnell sehen kann, welche Möglichkeiten für ihn bestehen, beispielsweise für 5 RM, für 10 RM oder für 20 RM ein Geschenk zu machen. Denn in den seltensten Fällen weiß der Kunde schon im voraus, was er eigentlich schenken will.

Andererseits ist die Gruppierung der Waren möglichst auch so vorzunehmen, daß man nach dem Verwendungszweck und nach der Persönlichkeit des Beschenkten einteilt: „Geschenke für den Vater“, „für die Hausfrau“, „für die Braut“, „für den Sohn“ usw.

Wie auch in einem besonderen Aufsatz über die Anzeigenwerbung zu Weihnachten eingehend betont wird, kommt es vor allen Dingen darauf an, unsere Waren als „Geschenke“ anzubieten. Man darf nicht etwa als selbstverständlich annehmen, das Publikum wisse aus Gewohnheit, daß die Waren des Uhrmachers und Juweliers die richtigen Geschenke sind.

Die Hauptaufgabe:

Weihnachtsstimmung in Schaufenster und Laden!

Weihnachtsstimmung ins Schaufenster bringen, ist nicht damit getan, zwischen ein lieblos hergerichtetes Durch-

einander vieler Waren noch ein paar Weihnachtsmänner, Tannenzweige usw. zu bringen. Gerade hier zeigt sich in der Beschränkung der Meister. In erster Linie soll die Schaufensterrückwand dazu dienen, diese Weihnachtsstimmung wiederzugeben. Unsere beiden Abbildungen zeigen für eine solche Dekoration Mittel und Wege.

In dem Schaufenster der Firma Jordan in Nordhausen ist ein großes Leuchttransparent mit der Schlagzeile „Freude bereiten!“ dazu bestimmt, solche weihnachtliche Stimmung zu erzeugen, und an den Seitenwänden ist durch einige Tannenzweige eine entsprechende Ergänzung vorgenommen.

In dem zweiten, bei der Firma Rudolf Flume dekorierten Musterschaufenster ist in Form eines Dreiecks dieser weihnachtliche Aufbau in einer neuartigen dezenten Form erreicht worden. Plastische, mit Glimmer bespritzte Glocken und Sterne sowie eine zarte, mit Tannenzweigen versehene Papierrückwand runden das Bild ab. Die dreieckförmige Weihnachtsdekoration der Rückwand ist sinngemäß durch drei Glasplatten mit Warendekoration ausgenutzt. Dabei sind Trauringe, weil nun einmal Weihnachten mit die Hauptzeit der Verlobungen ist, an die oberste Stelle gesetzt. Im übrigen bemüht sich das Fenster, bei ausreichender Zahl der gezeigten Waren eine harmonische Gruppierung durchzuführen. Dem Weihnachtsmann ist die besondere Aufgabe zugewiesen, auf „Laurin“, das Gütezeichen des deutschen Schmuckgewerbes, nachdrücklich hinzuweisen.

Auf weitere Wege der Werbung und der Vorbereitung des Geschäftes zur Weihnachtssaison ist in anderen Aufsätzen dieser Nummer hingewiesen.

Schaufenster strahlen im Weihnachtslichte

Weihnachtsstimmung durch Weihnachtsdekorationen!

Daß es auch für die Uhrmacher und Juweliere von Wert ist, Weihnachtsdekorationen zu verwenden, dürfte allgemein anerkannt sein. Anders ist es aber um die Frage bestellt, was man darunter zu verstehen hat; da gehen die Auffassungen weit auseinander. Mancher sieht schon einen mit Lametta behängten Tannenzweig als Weihnachtsdekoration an, und ein anderer begnügt sich mit einem einfachen Scheibenplakat. Hält man sich aber vor Augen, daß eine Weihnachtsdekoration ihren Zweck, Kaufwünsche erwecken zu helfen, nur dann voll erfüllt, wenn sie wirkliche Weihnachtsstimmung ausstrahlt, so wird man zugeben müssen, daß mehr dazu gehört als die oben erwähnten Ausstattungsstücke. Nur wenn die Schaufenster die angebotenen Waren unversehens zu reizvollen Geschenkartikeln umwandeln und zu Symbolen der Freude machen, können sie den Weg auch zum Herzen der Beschauer finden. Ferner dürfen wir nicht vergessen, daß das Weihnachtsgefühl eine große Kraftquelle des Gemütes bedeutet, und daß es daher unsere Pflicht ist, durch die Schaufenster an der Vertiefung des Volkscharakters mitzuarbeiten.

Das leuchtende Weihnachtsmotiv

Der Lichterglanz ist so untrennbar mit dem Weihnachts Erlebnis verbunden, daß wir ihn vor allem in unsere Weihnachtswerbung mit einbeziehen sollten. Darum geben wir als Vorlage für die Praxis ein solches Motiv hier wieder (s. Abb. 1). Die Anfertigung wird für den, der folgende Arbeitsanweisung genau befolgt, keine Schwierigkeit machen; es gehört nur ein wenig Lust und Liebe dazu.

Die Herstellung des dreieckigen Podiums aus drei hochkantig gestellten Brettern ist so einfach, daß sie nicht näher besprochen zu werden braucht. Falls es sich um den Auf-

bau leichter Ware handelt, genügt als Podiumfläche dicke Pappe, die mit zwei oder drei hölzernen Querstreben unterzogen wird, damit sie sich nicht durchbiegt. Die senkrecht

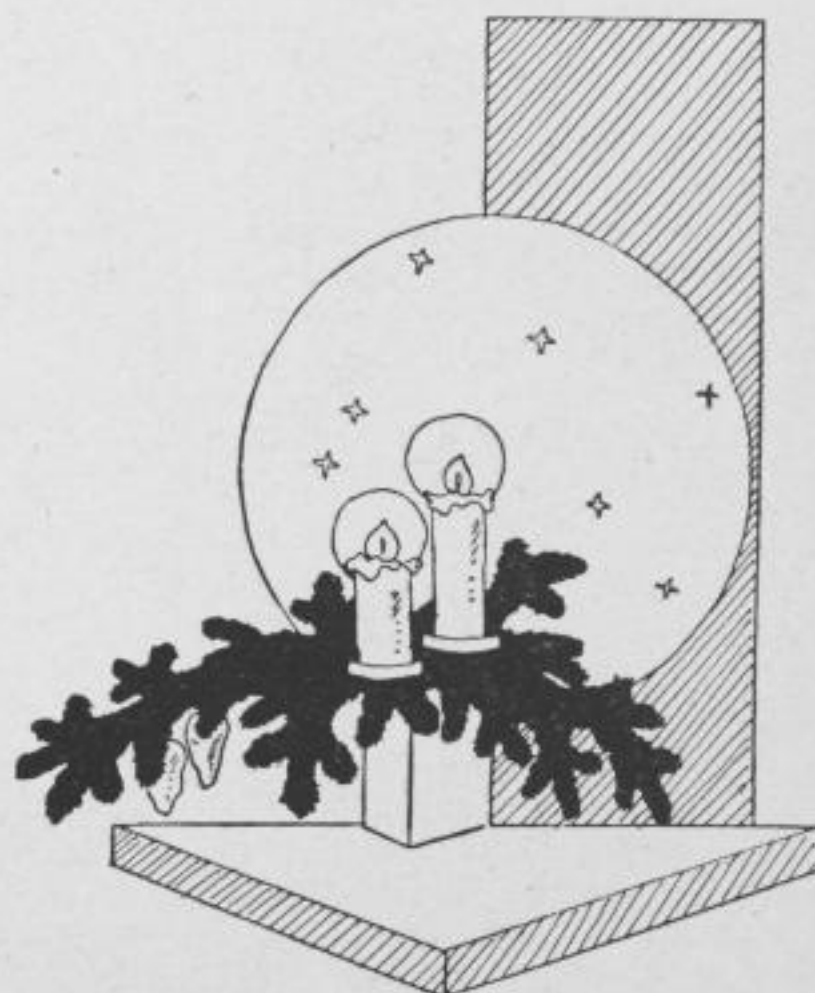


Abb. 1. Aufbau für das Weihnachts-Schaufenster

aufgestellte Wand besteht aus einem einfachen Holzrahmen, der mit Stoff oder farbigem Papier bezogen wird und bemalt werden kann. (In jedem Malwarengeschäft kann man solche Rahmen auch fertig bespannt kaufen.) Zur Anfertigung des Kreises verwendet man einen großen Kinderspielreifen, den