

Beurteilung dieser selbstgestellten Fragen nicht von jenen „Sehleuten“ ins Bockshorn jagen, die alljährlich gerade in der zweiten Novemberhälfte und wohl auch noch zu Anfang Dezember mit verblüffender Regelmäßigkeit auftreten und sich dann, nachdem sie unsere schließlich doch einigermaßen wertvolle Zeit lange genug in Anspruch genommen und die umfangreiche ganz neue Weihnachts-Kollektion in Augenschein genommen und „angefühlt“ haben, mit der stereotypen Redewendung verabschieden: „Sie bekommen zum Fest doch noch was Neues herein?“ Diese Leute und meist auch jene, die mit dem Bruder oder der Frau oder sonst jemand wiederkommen wollen, sich aber gar zu häufig nur fachmännischen Rat holen, um nachher unter der Hand oder „en gros“ oder im Versand- oder Warenhaus zu kaufen, soll man nicht allzu ernst nehmen; jedenfalls soll man nur mit äußerster Vorsicht die von Leuten dieser Art verlangten, meist ausgefallenen Stücke zukaufen, denn das geht meist auf Kosten der wirklich gängigen Waren und zu Lasten der wirklichen „Kaufleute“, die zwar meist erst in der zweiten und dritten Dezemberwoche kaufen, aber dann auch Geld im Beutel haben und kurz von Entschluß sind, wenn sie die richtigen Sachen finden.

Wenn wir uns also die Frage vorlegen, ob wir auch wirklich „erzbereit“ sind, so ist diese zunächst vom Standpunkt der Lagersortierung zu betrachten. Gewiß haben wir schon genug eingekauft. Die Fabrikanten und Grossisten haben uns ja schon im August und September ihre Aufwartung gemacht, und im Oktober und November haben sich die Pakete und Einschreibebriefe mit all den hübschen Neuheiten zu Bergen gehäuft, und die unvermeidlichen Rechnungen haben dazu die Begleitmusik gemacht, so daß man in den noch ruhigen Monaten Mühe hat, mit dem geliebten Skonto „klarzukommen“.

An den Neuheiten, die natürlich den Kaufanreiz bringen sollen, fehlt es also nicht. Aber sind wir auch „richtig sortiert“? Haben wir die vielen Kleinigkeiten bedacht, die wir eigentlich nicht recht auf Rechnung haben, weil sie nur so nebenher mitgehen? Haben wir die richtigen Lederbänder in den gangbaren Breiten und Qualitäten und in genügend großer Zahl vorrätig? Sind auch die Metallbänder in den Breiten und Preislagen richtig sortiert? Wie ist es mit Uhrkapseln und wie mit Kartonnagen und Etais? Fehlen nicht noch Etais für dreiteilige Eßbestecke und für Obstmesser? Und Halbetuis für lange Ohrringe? Wie steht es mit den Silberputzmitteln? Wäre es nicht auch noch recht zweckmäßig, das Furniturlager einer genaueren Durchsicht zu unterziehen? Fehlen da nicht breite goldene Kastenschlösser und silberne Federringe, Größe 6 und 7? Sie haben vielleicht ein schönes neues Besteckmuster aufgenommen und auch sicher von Ihren gängigen Besteckmustern Eß- und Dessertbestecke schon zu Dutzenden liegen. Aber haben Sie davon auch die Fleischgabeln und Kompottlöffel nachbestellt? Vielleicht fehlen von einer Reihe von Mustern auch Zuckerränge oder Brotgabel, wenn nicht gar Gemüselöffel und Vorleger? Sie sind mit modischen Halsketten und Clips bestimmt gut versorgt; aber haben Sie auch genügend Panzerhalsketten aus Gold und Silber, Platin und Weißgold, Platin- und Gold-Dublee in den richtigen Stärken und Preislagen auf dem Lager? Ach, es gibt so viele Aschenbrödel unter unseren Waren, an die man zu wenig denkt, und deren Bedeutung man erst erkennt, wenn die Kunden sagen: „Das haben Sie nicht mal vorrätig?!“, und man sich die Hacken ablaufen oder gar telegraphieren muß, um die fehlenden Stücke in letzter Stunde noch rechtzeitig heranzuschaffen. Und dann noch eins: Haben Sie auch genügend Reparaturnummern, Reparaturtüten, Rechnungsformulare, Briefbogen, Umschläge, Preisetiketten, Einwickelpapier, Bindfaden, Gummibänder usw. vorrätig, ohne befürchten zu müssen, damit gerade am 20. Dezember in die Klemme zu kommen? Das sind alles scheinbar unwichtige, in Wirklichkeit aber

doch für die reibungslose Abwicklung des Weihnachtsgeschäftes so wichtige Dinge.

Was für die Organisation nach innen gilt, gilt auch für das Bild nach außen. Waren die Schaufenster auch das ganze Jahr hindurch tadellos in Ordnung, so erfordert doch das Weihnachtsgeschäft noch ein übriges. Es ist ja scheinbar alles so selbstverständlich und auch schon oft gesagt worden; aber trotzdem muß gesagt werden: Zu Weihnachten muß es noch tadelloser sein! Finden Sie nicht auch, daß die goldenen Damenringe dort links im Schaufenster, die gestern doch noch recht hübsch aussahen, und von denen ein unbefangener Kunde glauben konnte, daß sie doch wohl höchstens ein viertel oder ein halbes Jahr alt seien, heute noch ganz anders blitzen, nachdem sie abends zuvor ein warmes Seifenbad genommen haben, nach dem Trocknen mit einem schönen Ledertuche nachgerieben worden sind und zum Schlusse noch ein blütenweißes neues Preisetikett bekommen haben? Und vielleicht überlegen Sie es sich auch, ob es nicht besser wäre, wenn die Etalagen noch in diesem Jahre bezogen werden, statt damit bis zum nächsten zu warten! Wenn Sie aber auf das Neubeziehen der Etalagen glauben verzichten zu müssen, so geben Sie doch wenigstens dem Schaufensterboden und vielleicht auch den bespannten Seiten- und Rückwänden durch einen neuen andersfarbigen Stoffbezug ein frisches und verändertes Aussehen. Das kostet in jedem Falle verhältnismäßig nur wenig, gibt aber der ganzen Auslage ein völlig anderes Gesicht.

Selbstverständlich geben wir uns für die Weihnachts-Schaufenster noch ganz besondere Mühe hinsichtlich der Anordnung der Kollektion. Allerdings mit den Sonderdekorationen ist es nun aus; das haben wir im September und Oktober gemacht (viele leider nicht!). Jetzt gehört recht viel Ware in die Schaufenster. Daß nun die große Warenmenge nicht wirt durcheinander, sondern tadellos exakt angeordnet und aufgebaut sein muß, ist eigentlich selbstverständlich; die Erfahrung lehrt aber, daß viele, sehr viele es augenscheinlich trotzdem nie lernen, weil ihnen einfach das Empfinden dafür fehlt. Wer glaubt, die Anziehungskraft seiner Schaufenster nur dadurch herbeiführen zu können, daß er eine automatische Reklamefigur gegen die Scheiben klopfen läßt, oder was dergleichen „Blickfänge“ mehr sind, stellt sich und seiner Dekorationskunst ein schlechtes Zeugnis aus. Das soll natürlich kein Werturteil gegen gute Blickfänge sein, die unmittelbar auf die gezeigten Waren hinweisen und namentlich bei Sonderdekorationen oft sehr wertvoll sind.

Sie können in den Schaufenstern natürlich gerade zu Weihnachten immer nur einen Teil Ihres Lagers zeigen. Deshalb, solange das Geschäft noch einigermaßen ruhig ist, wechseln! Keine Volldekorationen, aber immer wieder kleine Teildekorationen. Während des Hochbetriebes in den letzten vierzehn Tagen vor dem Feste noch viel zu wechseln, halte ich dagegen für verfehlt; es wird dann leicht wichtigere Arbeit vernachlässigt. Natürlich soll man den Fenstern eine etwas festliche, weihnachtliche Note geben. Aber wenn man sich manche Weihnachtsfenster aus vergangenen Jahren mit ihren reichhaltigen Dekorationen an künstlichem Schnee, Lametta und Tannengrün (noch im Januar sieht man die herabgefallenen Tannennadeln zwischen den Kartuschen!) vergegenwärtigt, so möchte man doch oftmals sagen: „Weniger wäre mehr gewesen.“ Wieviel des guten man hier tun darf, muß jeder selbst beurteilen. In Gegenden mit viel „einfacher“ Kundschaft und auch dort, wo etwa das Dekorationsmaterial fehlende Ware zu ersetzen hat, kann man darin ein wenig mehr tun als in Gegenden mit sogenannter „besserer“ Kundschaft von anspruchsvollerem Geschmack. Vergessen Sie vor allem aber nicht, alles recht schön zu beschriften und mit sichtbaren Preisen auszustellen. Und dann noch ein letztes: Spendieren Sie sich ein paar neue Glühbirnen für die Schaufenster — und auch für die Innen-