

Da der Verkauf von Taschenuhren in vielen Fachgeschäften stark zurückgegangen ist, so hat es keinen rechten Zweck, daß diese Betriebe immer noch eine Unmenge solcher Uhren in allen Preislagen auf den Schaufenster-Rückwänden oder -Ständern anbieten. Schließlich sind es ja doch immer wieder dieselben Uhren, die im Fenster auftauchen, und es liegt auf der Hand, daß man mit Waren, welche sich die Leute „übergesehen“ haben, keine Geschäfte machen kann. Besser wird es sein, wenn wir, soweit unser Taschenuhrenabsatz erheblich nachgelassen hat, nicht durch die Masse des Angebots zu wirken suchen, sondern eine kleinere Zahl von Taschenuhren auswählen, diese an besonders günstiger Stelle im Schaufenster ausstellen und durch Textschilder auf die Vorzüge der einzelnen Arten von Taschenuhren hinweisen.

Die Herren-Armbanduhren haben zu einem großen Teile die Taschenuhren verdrängt. Leider ist der Wunsch der Uhrmacher nicht in Erfüllung gegangen, daß der Herr neben einer Ia-Taschenuhr noch eine schicke Armbanduhr tragen möge. Viele Herren haben sich an die Armbanduhr gewöhnt, verlassen sich ganz auf sie und besitzen auch kaum noch eine Taschenuhr. Sie denken meist nicht daran, noch eine Taschenuhr zu erwerben, und wenn sie es tun, dann greifen sie versuchsweise sehr oft zu einer ganz billigen Uhr. Es gibt ferner Leute, und das sind nicht wenige, die wegen der häufigen Reparaturen von Armbanduhren oder ihrer Unzufriedenheit mit den Gangleistungen dieser Uhren verärgert sind, jedoch nicht etwa zu der Taschenuhr zurückkehren, sondern ohne Uhr auszukommen versuchen. Gerade die Erfahrungen, die wir mit den Armbanduhren gemacht haben, zeigen uns deutlich, wie außerordentlich wichtig die Zuverlässigkeit der Werke für unser Geschäft ist. Ich würde es daher begrüßen, wenn in der Gemeinschaftswerbung für Uhren darauf hingewiesen würde, daß die Kinderkrankheiten der meisten Armbanduhren überwunden sind, daß diese Uhren viel besser als früher gegen äußere Einflüsse wie Stoß, Staub, Schmutz usw. geschützt sind, und daß der Kunde heute für einen angemessenen Preis (das zu erwähnen, darf nicht vergessen werden) eine Armbanduhr erhält, mit der er zufrieden sein kann. Auch viele Männer, die bisher mit den Armbanduhren schlechte Erfahrungen gemacht haben, werden dann wieder zu uns und der Armbanduhr zurückfinden. Auch jetzt hoffen wir, daß die Armbanduhren, wie es ja auch seit einer Reihe von Jahren der Fall gewesen ist, zu Weihnachten wieder mit an erster Stelle stehen werden.

Und nun wieder zu unseren Ausstellungsmöglichkeiten: Das gegenwärtige Fehlen eines Umsatzreißers, wie es seiner-

zeit die Hausuhren waren, macht es uns zur besonderen Pflicht, uns für diejenigen Uhrenarten, die heute noch gut oder leidlich gekauft werden, mit allem Nachdruck einzusetzen. Zu diesen Uhren gehören neben den schon erwähnten Armbanduhren sowie den Weckern, Stil- und Küchenuhren in den größeren und mittleren Städten, neuerdings manchmal auch in kleineren Orten die Tischuhren. Ein paar ausgewählt schöne Muster in den gängigen Preislagen sollten daher stets im Schaufenster gezeigt werden; daneben gilt es aber auch, reizvolle Raumaufnahmen mit Tischuhren im Schaufenster und im Laden (bei den Gesprächen mit den Kunden) zu verwenden. Im Verkaufsraume macht man für die Tischuhren am besten etwa 2 bis 2 m einer Wand frei. Man beschafft sich drei oder vier vernickelte Lochschienen von je 1,50 m Länge und dazu die entsprechende Anzahl von Wandarmen, die je 25 cm lang sind. Die Lochschienen werden auf 1,90 m hohe an der Wand befestigte Leisten geschraubt, und auf die drei- oder vierreihigen Wandarme, die man in die Lochschienen eingehängt hat, legt man 1 cm dicke, 25 cm breite und 2 bis 3 m lange Hartholzbretter, die am besten in der zu der Uhr passenden Farbe gebeizt sind. Besser noch ist es, eine große hölzerne Tafel zu verwenden, die an der Wand befestigt wird. Eine solche Ausstellung der Tischuhren ist billiger und ansprechender als ein Verstecken der Uhren in Schränken. Für regelmäßiges Abstauben der Uhren muß natürlich gesorgt werden.

Daß die Lichtverhältnisse im Fenster und im Laden denkbar günstig sein müssen, bedarf wohl keines weiteren Hinweises. Man spare nicht mit Licht! Sechs bis acht Wochen vor dem Feste sollten im Schaufenster, wenn nötig auch im Laden, alle Glühbirnen durch neue ersetzt werden, da diese das weißeste, hellste Licht ausstrahlen. Die alten können immer noch eine Zeitlang an anderer Stelle, wo es nicht so auf die Helligkeit ankommt, benutzt werden. Unsere Waren verlangen nach schönster Beleuchtung, da sie dann am vorteilhaftesten aussehen.

Wenn wir diese und alle sonstigen Vorbereitungen für die Hauptgeschäftszeit im Jahre getroffen haben, zu denen auch die tadellose Pflege des gesamten Lagers, das Ersetzen verbläuter oder angeschmutzter Kartuschen durch neue, das Nachsehen der Werke, deren Öl infolge längeren Lagerns verdickt ist, Neuetikettierungen usw. gehören, so können wir beruhigt mit dem Bewußtsein, das Unsrige getan zu haben, dem kommenden Weihnachtsgeschäfte entgegensehen.

Fritz Heinze.

## Blickfänge für das Weihnachts-Schaufenster der Uhrmacher und Juweliere

Auch zu Weihnachten wird niemand dem Uhrmacher raten, große Phantasie-Dekorationen „aufzuziehen“; sie bekämen den kleinen Uhren und vor allem den Schmucksachen schlecht. Andererseits darf es der Uhrmacher aber nicht versäumen, seinem Schaufenster in den letzten sechs Wochen vor dem Feste eine freundliche Weihnachts-Stimmung zu geben. Das verlangen die Kunden, und zwar mit gutem Grunde; wenn alle sich freuen, sich von dem Weihnachtszauber willig einfangen zu lassen, dann wirkt es fast peinlich oder geradezu abstoßend, wenn jemand deutlich zu verstehen gibt, daß ihn die ganze Geschichte eigentlich gar nichts angeht. Werden aber die Käufer in ihrer Vorfreude und der Lust des Kaufens noch bestärkt, so werden sie leicht auch mehr, als sie zunächst vorgesehen hatten, für eine Uhr, ein Schmuckstück, Bestecke und dergleichen ausgeben; sie rechnen dann eher damit, durch diese Sachen dem Beschenkten eine recht große Freude zu machen.

Oft kann die Weihnachtsstimmung schon mit ganz einfachen Mitteln in das Schaufenster gebracht werden. Hierfür

seien einige Vorschläge gemacht, die für große und für kleinere Fenster berechnet sind. Unter ganz besonders beschränkten Verhältnissen wird es auch schon genügen, den Entwürfen Einzelheiten zu entnehmen und diese nach eigenem Gefühl zu verwenden. Alle diese Blickfänge haben u. a. den großen Vorzug, daß sie in engster Verbindung mit der Ware stehen, die verkauft werden soll.

### Ein stilisierter Tannenbaum mit Uhren und Schmucksachen

In einer Ecke des Schaufensters wird eine dunkelgrüne Platte mit den Umrissen eines Tannenbaumes aufgestellt (s. Abb. 1). In den „Baum“ sind kleine runde Öffnungen geschnitten, die fast wie Christbaumkugeln wirken, und hinein werden Uhren, Schmuckstücke und andere kleine Geschenkartikel gehängt; es sieht dann so aus, als ob sie in den geöffneten Glaskugeln schwebten. Links im Hintergrunde wird mit einigen Strichen ein geraffter Vorhang angedeutet, und darunter wird geschrieben: Uhren, Schmuck, Bestecke.