

4. Sind alle Texte der Auslage, alle Preiszettel usw. gut leserlich?

5. Entspricht die Anordnung der Waren dem guten Geschmack, und sind die Waren übersichtlich gruppiert?

6. Dient irgendein Text oder eine Ware als „Blickfang“, um auch die Leute, die es eilig haben, auf das Geschäft aufmerksam zu machen?

7. Ist die Auslage so gestaltet, daß sich mein Angebot an viele, nicht nur an ganz wenige Interessenten wendet?

8. Habe ich Rücksicht auf den Geschmack und die Kaufkraft der Bewohner meiner Gegend genommen?

9. Erkennen die Leute auf den ersten Blick: „Hier bietet der Uhrmacher seine Waren an“, oder vermittelt Ihre Auslage lediglich den Eindruck: „Hier gibt's Uhren zu kaufen“?

10. Sind meine Preise wettbewerbsfähig?

11. Gibt es Behinderungen, die alle meine Mühen nutzlos machen: Benachbarter Straßenbau, Blendung durch Spiegelung, zu tiefe Sonnendächer, leckende Dachrinnen, welche die Leute veranlassen, einen Bogen um mein Fenster zu machen?

12. Besteht eine Beziehung zwischen der Auslage und der sonstigen Werbung, wie den Anzeigen, Werbeprospekten, Werbeheften usw.?

13. Ist die Beleuchtung nicht nur „ausreichend“, sondern läßt sie die Auslage angenehm auffallen?

14. Habe ich zur Dekoration solche Waren und Dekorationsmittel verwendet, die ich später ohne große Unkosten weiter verwerten oder verkaufen kann?

Bedenken Sie stets: Man hat errechnet, daß für die Betrachtung eines Schaufensters durchschnittlich 11 Sekunden geopfert werden. Diese kurze Zeitspanne heißt es mit aller Kunst auszuwerten, um eine gute Werbewirkung zu erzielen. Zu leicht gibt man sich der Täuschung hin: „Meine Auslage wird von allen Leuten beachtet!“ Wie wenig Sie sich selbst als Geschäftsmann die Dekorationen der Geschäftsstraßen einprägen, erkennen Sie sehr einfach durch folgenden Versuch: Schließen Sie die Augen und versuchen Sie, sich genau zu erinnern, was Sie heute in den Auslagen einer einzigen Straßenseite alles zur Schau gestellt gesehen haben. Sie werden zu Ihrem Erstaunen feststellen, daß Ihnen nur ein ganz winziger Teil des Gesehenen im Gedächtnis haften geblieben ist. Haben Sie nach der eben gegebenen Empfehlung „Selbstschau“ vor Ihrer Auslage gehalten, dann betrachten Sie auch einmal Ihre Ladentür und überlegen Sie, ob Sie Ihren Geschäftseingang nicht noch einladender gestalten können. Selbst nach dem Ladenschluß können Sie die Ladentür durch einen Vorbau von innen als Miniaturschau fenster verwerten.

Richtige Selbstkritik trägt sehr viel zu der werbewirksamen Gestaltung des Schaufensters und der übrigen Ladenfront bei.
W. Sch.

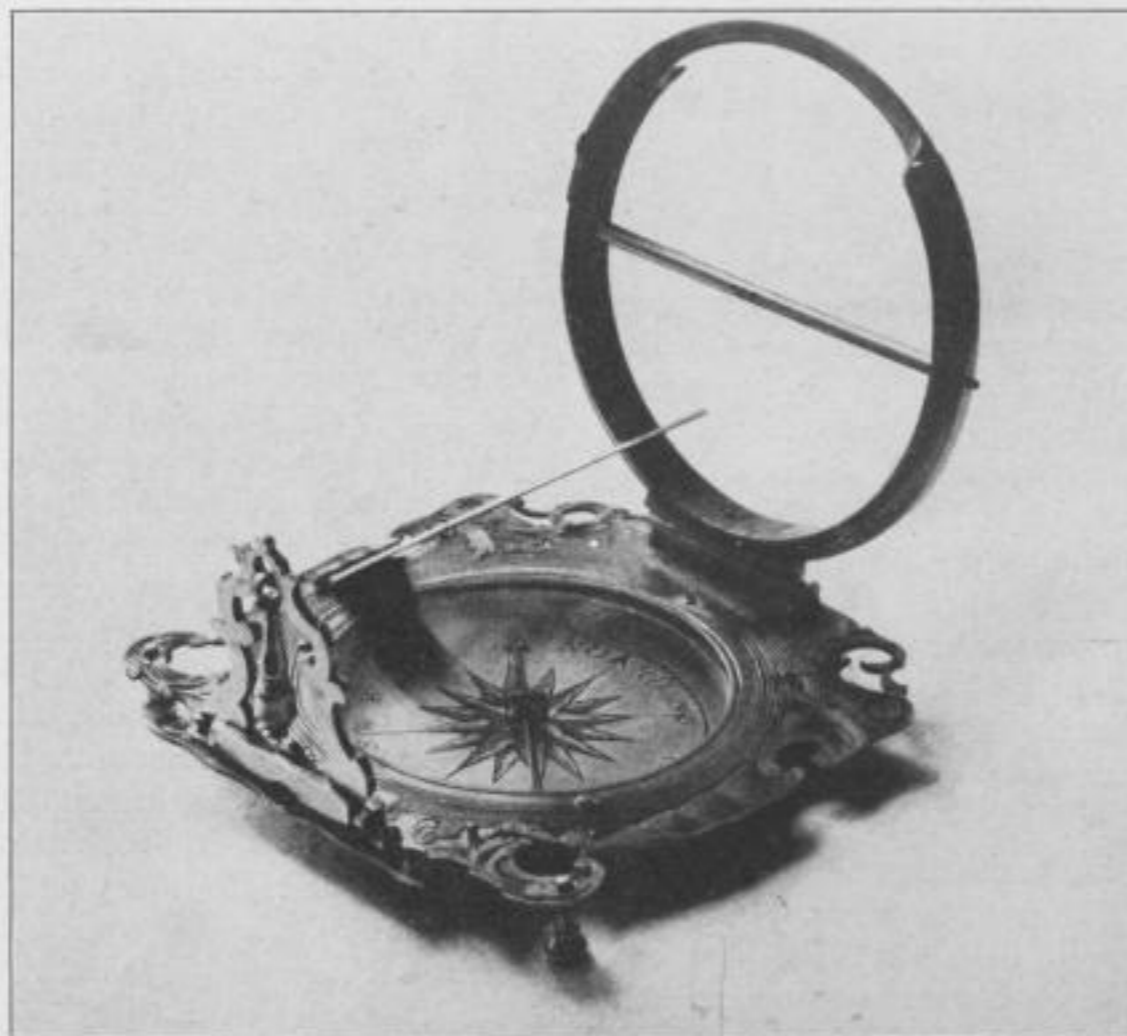
Eine Augsburger Taschen-Sonnenuhr des 17. Jahrhunderts

Noch lange, nachdem Räderuhren und sogar Sack- oder Taschenuhren hergestellt wurden, hat die Sonnenuhr — heute nichts anderes mehr als ein dekoratives Ornament in manchen Gärten und an Gebäudefronten — ihr Feld als Gebrauchsgegenstand behauptet. Sie wurde, soweit Deutschland in Betracht kommt, hauptsächlich in Nürnberg und Augsburg hergestellt und viel nach dem Auslande ausgeführt. Außerordentlich vielfach sind ihre Abarten. Das in der Abbildung dargestellte Instrument war in seiner Art als Taschen-Sonnenuhr besonders beliebt. Es handelt sich hier um eine Äquatorialuhr, deren Hauptteile — Stundenring, Schattenzeiger, Einstellskala (Quadrant) und Loteinrichtung — in Scharnieren umlegbar sind. Der hier senkrecht stehende Ring mit innerer Stundenbezeichnung, das eigentliche Zifferblatt, besaß ursprünglich in der Mitte seines Querstabes einen senkrecht zu diesem und zum Ring nach oben aufrichtbaren dünnen, langen Stift, den Schattenzeiger oder Polos. Bei der Benutzung des Instrumentes mußte ferner der in der Abbildung schräg liegende, im Scharnier bewegliche Arm (Quadrant) zur Linken, der verschiedene bezifferte Gradstriche aufweist, hochgerichtet werden, so daß er an der Außenwand des nach unten gedrehten Ringes spannend anlag, und nun wurde der Ring an diesem Arm auf die für den betreffenden Ort geltende geographische Breite (Polhöhe) eingestellt. Er stand dann parallel zur Äquatorialebene, und der Schattenzeiger selbst war nun zur Erd- oder Weltachse parallel gerichtet.

Das im Rahmen hängende Lot dient zur Waagerechtheitsstellung des Instrumentes. Die Orientierung im Meridian erfolgte schließlich mit Hilfe des Kompasses und zwar unter Berücksichtigung der sogenannten Mißweisung, der Deklinationsdifferenz zwischen dem astronomischen und dem magnetischen Pol. Der Betrag dieser (übrigens langsam veränderlichen) Mißweisung wird in der Regel durch einen kurzen radialen Strich neben dem Nordpunkte des Kompasses angegeben; hier fehlt diese Angabe.

Der Verfertiger dieser Sonnenuhr, Johann Martin, hat von 1642 bis 1720 in Augsburg gelebt. Er war aber nicht ausschließlich Sonnenuhrmacher, denn eine astronomische Uhr von ihm steht im Münchener Nationalmuseum; eine Taschen-Weckeruhr befindet sich in der Denison-Sammlung in England, eine Sonnenuhr im Münchener Deutschen Museum, die hier abgebildete aber im Berliner Schloßmuseum. Johann Martin war also Uhr- und Kompaßmacher, denn Kompaßmacher nannten sich noch bis ins 18. Jahrhundert hinein die Leute, die Sonnenuhren mit Magnetnadel herstellten.

Bei den älteren tragbaren Sonnenuhren mußte die Einstellung auf Grund des Datums oder der Kenntnis der Deklination (Abstand vom Äquator) der Sonne vorgenommen werden; es konnte daher bei langen Reisen und unter ungünstigen Umständen bei manchen Ablesungen eine Unsicherheit eintreten, ob es sich um Vor- oder Nachmittagsstunden handele. Bei der Kompaßeinstellung fiel jeder Zweifel fort. M.L.



Eine Taschen-Sonnenuhr von Johann Martin, Augsburg (1642 bis 1720).
Schloßmuseum in Berlin