

dem ist es für die vor dem Fenster Stehenden kein schöner Anblick, wenn der Uhrmacher mit Kopf und Arm sich mühsam durch die engen Türen der Schaufenster-Rückwand zwängt und versucht, eine bestimmte Ware zu ergattern; schließlich ist dies für Ladendiebe der berühmte günstige Augenblick!

Ein neuer Weg: Umklappbare Rückwände

Völlig neue Wege ist in dieser Beziehung das bekannte neuzeitliche Uhrenfachgeschäft des Kollegen Müller in Eberswalde gegangen, dessen Einrichtung wir in den Abbildungen 1 und 2 wiedergeben. Man kann hieraus ersehen, daß es ohne ein vollkommen nach hinten rollbares Fenster bequem möglich ist, gerade von kleineren Fenstern neuzeitliche und wechselnde Dekorationen zu schaffen und zu gleicher Zeit Ware aus dem Schaufenster zu verkaufen. Zu diesem Zweck ist die Rückwand des Fensters geteilt und umklappbar, so daß also mit einem Handgriff beide Schaufensterrückwände mit daran befestigten Stufenbauten mit Ausnahme des unteren Schaufensterbodens, auf dem auch noch Ware liegt, in den Laden hineingeklappt werden können. Es ist nun natürlich nichts einfacher, als in kurzen Zeitabständen die Dekoration zu ändern, andere Waren aufzustellen, Blickfänge und Plakate anzubringen u. a. m.

Zugleich aber wird, wie die Abbildung 2 zeigt, die Möglichkeit geboten, den Kunden unmittelbar vor dem „zweiten Lager“, dem umgeklappten Schaufenster, ungezwungen Platz nehmen zu lassen, so daß er seine Schaufensterauswahl nun erst recht ungezwungen fortsetzen kann. Freilich liegt das Geschäft des Kollegen Müller nicht gerade in der Hauptstraße von Eberswalde; aber trotzdem wird dieses Verfahren der Auswahl aus dem Schaufenster sich am besten in

verkehrsstilleren Stunden durchführen lassen, während man bei stärkerem Verkehr vor dem Fenster durch einen vorziehbaren Vorhang oder dergleichen die auswählenden Kunden den neugierigen Blicken der Draußenstehenden entziehen kann. Denn es ist gerade in der Kleinstadt für den Kunden nicht angenehm, daß die Leute von draußen sehen können, daß Fräulein Meier „schon wieder“ eine Uhr kauft usw.

»Sprechende« Ladenausstellungen

Auch im Laden des Kollegen Müller ist der Grundsatz durchgeführt, daß die Kundschaft die Ware möglichst ungezwungen betrachten kann, ohne daß jedes einzelne Stück erst umständlich aus den Schränken herausgeholt und erklärt werden muß, ehe der Kunde sich einigermaßen in seinen Kaufwünschen „orientiert“ hat. So z. B. zeigen wir in Abbildung 3 die Dekoration eines in die Ladenwand zwischen den Schaufenstern eingebauten Weckerschrankes, bei dem von unten aufsteigend die verschiedenen Preislagen von Waren dekoriert sind, wobei zu jeder Gruppe von Weckern gleich ein erklärender Text beigegeben ist, wie z. B. „Der billige Wecker“, „Der Wecker in einfacher Ausführung“, „Der zweckmäßige Wecker“ usw. Eine solche Dekoration

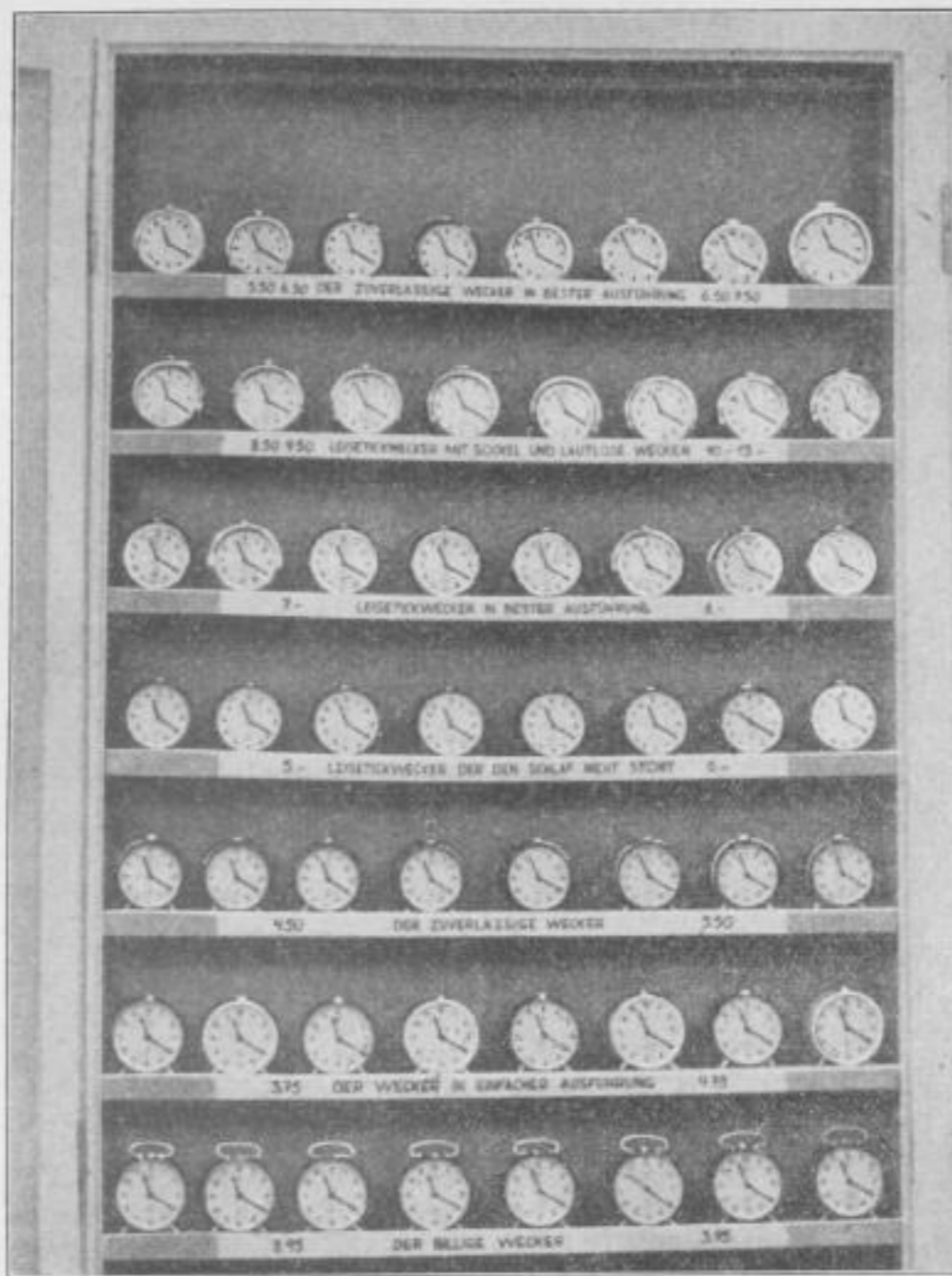


Abb. 3. Der „sprechende“ Weckerschrank

(3 Privataufn.)

des Lagers zur bequemen Ansicht der Kundschaft in einem verschließbaren Glasschrank hat nicht nur den Vorteil der ungezwungenen und bequemen Betrachtung für die Kundschaft, sondern sie erzieht auch den Geschäftsinhaber selbst dazu, bei seinen Einkäufen und seiner Kalkulation „in Preislagen zu denken“. Das aber führt zwangsläufig dazu, das Lager nicht unnötig mit vielen geringfügigen Abweichungen zu belasten, sondern es elastisch zu gestalten und straff gegliederte Preislagen zu erreichen. Bz.

Sprechsaal¹⁾

Kleine Etiketten=Wünsche eines Uhrmachers

Den in Nr. 5 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung veröffentlichten Aufsatz „Kleine Mißstände im Verkehr zwischen Juwelieren, Uhrmachern und ihren Lieferern“ habe ich mit Interesse gelesen. Nun habe ich als Einzelhändler aber auch einige Wünsche an die Schmuckwarengroßhändler und -hersteller. Etiketten an kleinen Schmucksachen, z. B. an Ringen, sind von den Lieferern so beschrieben, daß für die Auszeichnung der Einzelhändler kein Platz mehr zur Verfügung steht. Dabei steht oft gar nicht viel auf den Etiketten, doch die Beschriftung ist so verteilt, daß nirgendwo mehr recht Platz für weitere Angaben vorhanden ist. Uns Einzelhändlern müßte wenigstens die halbe Fläche zustehen.

Dann habe ich noch einen weiteren Wunsch bezüglich der Etiketten. Für uns Einzelhändler wäre es eine große

Erleichterung, wenn die Etiketten an den Schmucksachen für die einzelnen Feingehaltsstufen eine verschiedene Farbe hätten, z. B. für Gold 333/1000 rot, für Gold 585/1000 weiß, für Dublee grün, für Union gelb, für Silber blau usw. Wenn dann z. B. ein 333/1000 Ring verlangt wird, so können wir die betreffenden Stücke leicht an der Farbe des Etikettes erkennen, ohne erst nötig zu haben, die Beschriftung der einzelnen Etiketten zu lesen.

Um das angestrebte Ziel zu erreichen, ist jedoch Einheitlichkeit notwendig. Es geht also nicht an, daß einzelne Firmen von sich aus farbige Etiketten der erwähnten Art verwenden, da dann die Gefahr besteht, daß für die gleichen Stoffe und Feingehaltsstufen verschiedenfarbige Etiketten verwandt werden. Einheitlichkeit läßt sich aber sicher durch die zuständige Fachorganisation herbeiführen.

J. Wolter, Uhrmachermeister.

¹⁾ Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.