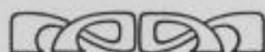


Reibahle nicht nur nach *c* sondern auch nach *d* angreifen muß, wodurch das Loch dann die bei *B* gezeigte Form erhält. Der im Loch stehende, ziemlich schief gebogene Standstift konnte keine große Veränderung des Klobens erreichen, wie aus der Entfernung der beiden punktierten Linien, die je die Mitte des Loches und Standstiftes angeben, zu erkennen ist. Das Zweck-

mäßigste bleibt das Erweitern des Loches mit einem schlanken Dreikantsenker, womit man dem Loche die in Figur 9 unter *C* gezeigte Form geben kann. Welche überraschende Wirkung damit erzielt wird, zeigt die bei wenig gebogenem Standstifte erzielte ziemlich große Veränderung des Klobens *K* in der unter *D* wiedergegebenen Stellung.



Das Schaufenster des Uhrmachers

Das Schaufenster bildet eine weit bedeutungsvollere Reklame, als manchem Geschäftsmann zum Bewußtsein kommt. Es ist das zweite Ich des Ladeninhabers; seine Person, sein Geschäft wird nach demselben beurteilt. Im gleichen Maße, wie ein gut aussehendes Schaufenster Kunden anzieht, hält ein im schlechten Zustande befindliches Schaufenster Kunden und damit Käufer ab.

Nachdem wir uns in der vorigen Nummer damit befaßt haben, das Schaufenster des Uhrmachers im allgemeinen einer Kritik zu unterziehen und schließlich ein musterhaft ausgestattetes Schaufenster zur Abbildung brachten, wollen wir heute versuchen, positive Vorschläge für eine möglichst wirksame Auslage zu machen. Über die Beschaffenheit der ausgelegten Ware, wie sie sein soll und wie sie nicht sein soll, haben wir bereits gesprochen, der heutige Artikel soll sich daher mit der Farbenwirkung und der Beleuchtung im Fenster befassen.

Es ist schwierig und beinahe unmöglich, über die Anordnung der Farben im Fenster feste Regeln hinzustellen, denn es bedarf einer sehr bedeutenden Geschicklichkeit und eines höchst ausgebildeten Farbensinnes, um die Töne in gefälliger Weise mit anderen zusammen im Schaufenster anzuordnen. Ein Maler kann immer seine Farben nach den ihm wohlbekannten Gesetzen ordnen, ein Uhrmacher aber, der sein Schaufenster arrangiert, kann das nicht, denn erstens fehlt ihm in der Regel dieser ausgebildete Farbensinn und dann steht ihm auch nur eine begrenzte Auswahl zu Gebote, mit der er ein harmonievolles Resultat erzielen soll.

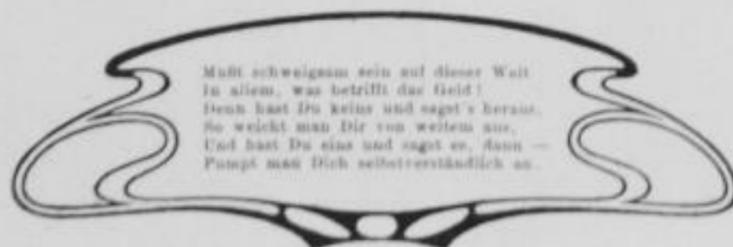
Bei Neueinrichtungen oder gänzlicher Umwälzung des vorhandenen Etalagenvorrates wird in der Regel wohl die Ausführung einem Spezialgeschäft für Schaufenstereinrichtungen überlassen werden, und mit Recht, denn dort ist sie in den besten Händen. Der Uhrmacher aber, der selbst die Wahl der Farben trifft, muß sich, wenn er nicht etwas Geschmackloses schaffen will, über die Wirkung der komplementären Farben unterrichten. Jede Farbe übt einen Widerschein auf ihre Nachbarin aus, und wenn man in der Wahl nicht glücklich ist, kann man leicht die Entdeckung machen, daß beide Farben sich gegenseitig verschlechtern. Komplementäre Farben aber, z. B. rot und grün, violett und grünlich-blau, orange und blau, werden, wenn sie nebeneinander gestellt sind, sich gegenseitig in ihrer Schönheit verbessern und erhöhen.

Es könnte nun scheinen, als ob wir einem möglichst farbensprühenden Fenster das Wort reden wollten, das ist indessen nicht der Fall. Die meisten Uhrmacher wählen für die großen Flächen eine Farbe, die nicht oder nur wenig „verschießt“, damit der Bezug für lange hinaus den Eindruck des Neuen macht. Nur für die Umrandung wird ein farbiger Stoff gewählt, der, weil die Fläche selbst meist in schlichtem Weiß, Cream oder Grau

gehalten ist, nur nicht zu grell zu sein braucht, um gut zu wirken. Moderne Fenstereinrichtungen, wie die in letzter Nummer abgebildete, haben der Grundfarbe des Fensters angepaßte Holzverzierungen. Andererseits findet man aber auch ganz vornehme Geschäfte, die ihre Schaufenstereinrichtung schlicht einfarbig, z. B. in Weiß oder Silbergrau, halten.

Bei der Wahl der Farben wird auf den Geschmack der Kundschaft des Geschäfts Gewicht zu legen sein. Ein Geschäft der inneren Großstadt muß dezentere Farben wählen als der Uhrmacher der Vorstadt oder der kleinen Stadt, der mit Nutzen sein Fenster farbenfreudig ausgestalten kann. Wie den Menschen, so ist es auch den Schaufenstern ein Vorzug, wenn sie in das rechte Licht gesetzt werden. Hier heißt es nicht im Sinne des Sprichwortes „Wo viel Licht ist, da ist auch viel Schatten“, sondern „Wo viel Licht, da viel Menschen“, denn der weitaus wichtigste Faktor für den Erfolg des Schaufensters ist neben der geschmackvollen Auslage der Ware, die Beleuchtung. Gerade in der kommenden Zeit, wenn das Publikum an den langen Abenden die Straßen viel mehr begeht als am Tage, verdient dieser Punkt die vollste Berücksichtigung. Man kann im Uhrmacherschaufenster bei einer Fülle von Licht viel größeren Effekt erzielen als im schönsten Sonnenschein.

Wer der Meinung ist, daß er am Schaufensterlicht sparen kann, wendet seine Sparsamkeit völlig verkehrt an, und der Konkurrent, der hier nicht spart, ist stets im Vorteil. Das Gasglühlicht bedeutete schon einen großartigen Fortschritt, aber die elektrische Glühlampe erscheint für diesen Zweck geradezu ideal. Die Bogenlampe erscheint dafür weniger geeignet, weil sie alles zu tot und blaß erscheinen läßt. Allerdings wird mancher unserer Leser vielleicht mit sehr mangelhaften Lichtquellen zu rechnen haben, und es wird ihm manchmal weder Gas noch Elektrizität zur Verfügung stehen. Nichtsdestoweniger kann er mit Petroleum- oder Spiritusglühlampen ein möglichst helles Licht zu erzeugen suchen. Von Vorteil ist es, wenn beachtet wird, daß dem Beschauer das Licht nicht in die Augen fällt, weil dann die Wirkung eine angenehme und den Waren vorteilhafte ist; denn wenn man gezwungen ist, in das grelle Licht hineinzusehen, schmerzen die Augen. In dieser Hinsicht ist die Verwendung von elektrischen Glühlampen wieder von sehr großem Vorteil, weil sie beweglich, handlich und bequem sind, so daß sie überall, wo man einen besonderen Lichteffect erzielen will, mit Leichtigkeit angebracht werden können. Wenn sie außerdem mit Lichtschirmen versehen und wie in der in voriger Nummer gezeigten Anlage an beiden Seiten des Fensters angebracht sind, geben sie dem Fenster eine eigenartig schöne Wirkung.



Muß schweigen sein auf dieser Welt
In allem, was betrifft das Geld!
Denn hast Du keins und sagst's heraus,
So weicht man Dir von weitem aus,
Und hast Du eins und sagst es, dann —
Pumpt man Dich selbstverständlich an.