

haben. Sehr vornehm wirken die modernen Kartuschenfarben, wie sandfarbig, rehbrown, perlgrau mit schwarz usw. Viel verlangt wird aber auch nilgrün, das sehr farbenfreudig wirkt. Die leicht geschweiften Etalagen bieten den Schmuckstücken eine ausgezeichnete Unterlage. Will man in einem Teil des Schaufensters Schmuckstücke besonders hervorheben, so kann man die neuen Ständer aus Plexi-Glas verwenden, die auch matt gesandelt geliefert werden und einen guten Grund abgeben.

Interessant sind auch die verstellbaren Winkelständer für Uhren und Schmuck sowie die Ringklemmen, die für jede Schienenstärke passen.

Auf der Reichs-Werbe-Messe fiel auf, daß bei den Dekorationspapieren trotz der Reichhaltigkeit der verschiedenen Musterungen allgemein ruhigere Ausführungen angeboten werden; vielfach treten Marmorpapiere oder neuartige Holzmaserpapiere hervor.

„Eine Stunde hat nur 60 Minuten!“ so mahnt ein Schild aus schwarzem Velourkarton und orangefarbenen Velourbuchstaben und sagt damit nicht nur dem Kunden, sondern auch allen Einzelhändlern, daß jede Stunde gut ausgenutzt werden muß. In der oberen Mitte des Plakats ist eine Uhr angebracht, deren Zeiger und schwarze Strichziffern einige Minuten vor 12 Uhr anzeigen. Diese Mahnung gilt auch wieder für die Reklame-Messe. Ein Gang durch sie zeigt jedem etwas, das er in seinem Geschäft noch nicht erprobt hat und doch wieder neue Erfolgsmöglichkeiten bietet.



Eine repräsentative Messevertretung, die Anregungen gibt, wie Ausstellungen aufgezogen werden können

Große Photos (etwa 60 cm hoch) sowie auch Farbaufnahmen, die für die verschiedenen Branchen geliefert werden, sind gerade für unsere Schmuck- und Uhrengeschäfte als Blickfänge (z. B. die Uhr im Raum, Schmucktragende Damen oder Genrebilder, die Jahreszeit oder das tägliche Leben betreffend) von außerordentlich vornehmer Wirkung. Eine gute Werbekraft verspricht die neue Temi-Mosaik-Leuchtkraft zu werden mit ihren kaleidoskopähnlich bewegten Licht- und Farbeffekten.

Der Werbetext läßt sich aus Buchstaben beliebig zusammensetzen. Der Antrieb erfolgt durch Wärmeausstrahlung, die mit 40- oder 60-Watt-Normal-Glühlampen erzielt wird.

Eine vom Meßamt durchgeführte Sonderchau „Für Weihnachten werben“ im Erdgeschoß des Ring-Meßhauses brachte Schaufensterskizzen, Musterschaufenster, eine Auswahl von Anzeigen und Drucksachen und zeigte, wie die Weihnachtswerbung erfolgreich gestaltet werden kann.

Aber nicht nur im Ring-Meßhaus, das speziell auf die Werbung eingestellt ist, ließen sich Anregungen finden, sondern überall, wo Firmen ihre Waren so wirkungsvoll wie möglich zur Schau brachten. Ganz Leipzig war in diesen Tagen vollgefüllt mit guten Ideen. Es lohnte sich, dabei zu sein. Auch wir konnten wieder manches Gute entdecken und werden rechtzeitig im Rahmen der Verkaufs- und Werbewinke darauf zurückkommen, so daß jeder Berufskamerad der Uhrmacher-Woche noch manchen guten Tip entnehmen kann.

Was das Publikum alles sieht

Das Publikum sieht mehr, als man annimmt, wenn es so vor unseren Schaufenstern steht oder in unserem Laden wartet und die Auslagen betrachtet. Dann sieht es nicht nur die Auslagen, es sieht auch unsere Angestellten, wenn sie das eine oder andere Stück aus dem Fenster nehmen oder wieder hineinstellen, und übt Kritik.

Ein sehr bezeichnendes Beispiel erlebte ich jetzt in einem großen Fremdenverkehrsorte Deutschlands vor einem der maßgebenden Juwelier- und Uhrengeschäfte dieser Stadt. Es war noch ziemlich früh am Tage. Die Schaufenster des Geschäftes wurden eingeräumt, d. h. die wertvollen Schmuckstücke und Uhren, die nachts in den Tresor wandern, wurden wieder ausgestellt. Damit waren zwei, drei Angestellte beschäftigt. Ein Ehepaar stand vor den Fenstern und sah sich die Auslagen an. Die Frau den ausgelegten Schmuck, der Mann scheinbar etwas mehr die Angestellten. Als seine Frau ihn auf ein Schmuckstück aufmerksam machte, das sie sich wohl einmal als Geschenk wünschte, da mußten diesem Herrn die Angestellten dieses wirklich erstklassigen Fachgeschäftes für Schmuck und Uhren als Musterbeispiel dienen, um seiner Frau zu beweisen, daß man doch eigentlich so im Alltag und zum Tages- und Straßenkleid heute keinen Schmuck mehr trage. Und der Mann hatte noch nicht einmal ganz unrecht. Es wies auf die beiden mit dem Ausstellen der Ware beschäftigten Verkäuferinnen hin. Beide in der Kleidung tipp-topp, dem Stil des vornehmen Geschäftes entsprechend, doch ohne jeden Schmuck. Das linke Handgelenk zierte bei der einen eine einfache Armbanduhr mit Ripsband. Das war alles.

Nach diesem kleinen Erlebnis habe ich einmal etwas genauer beobachtet, wie es mit dem Schmucktragen bei

uns und unseren Angestellten ist. Da hapert es vielfach noch gewaltig. Warum denn eigentlich? Es handelt sich doch in den meisten Fällen nur um eine gewisse Nachlässigkeit. Kein Uhrmacher darf im Laden ohne gute Taschen- und Armbanduhr sein; keiner darf glauben, er habe im Geschäft ja so viele Uhren um sich. Sonst braucht man sich nicht zu wundern, daß der Laie sich darauf beruft, wenn er die Anschaffung einer besseren oder einer zweiten Taschenuhr bzw. Armbanduhr ablehnt, daß es ja genug öffentliche Uhren und die Rundfunk-Zeitansage gäbe.

Leider wird ferner von vielen Fachgenossen zu wenig Wert auf das Schmucktragen gelegt. Ringe, Kravattennadeln usw. wollen sie zwar alle gern und oft verkaufen, aber sie selbst und ihre Angestellten tragen keine. Die beste Werbung, die schönsten Auslagen büßen an werbender Wirkung ein, wenn der Kunde feststellen muß, andere sollen Uhren und Schmuck kaufen, aber der Geschäftsinhaber und sein Personal tragen keinen. Vorleben ist auf allen Gebieten des Lebens besser und wirkungsvoller als nur Vorreden. Mir ist der Inhaber eines mittleren Fachgeschäftes für Uhren und Schmuck bekannt, der hier als gutes Beispiel dienen kann. Daß seine Frau stets den zu ihrem Kleide passenden Schmuck trägt, ist selbstverständlich, daß er selbst nie ohne den Schmuck ist, der seinem Anzug und der Jahreszeit entspricht, braucht wohl nicht erwähnt zu werden, aber auch die beiden Verkäuferinnen und etwa im Laden mit bedienende Gehilfen tragen genau so auf ihre Kleidung abgestimmten Schmuck wie der Inhaber und seine Frau.

Es ist klar, daß die Angestellten sich nicht den Schmuck selbst anschaffen können in dieser Reichhaltigkeit und