

# Schaufenster und Reklame

## Warenkunde im Schaufenster

Der Verband Berliner Spezialgeschäfte verwirklicht gegenwärtig in Verbindung mit den Berliner Hausfrauenvereinen in den Schaufenstern der größeren Geschäfte auf der Leipziger Straße in Berlin eine Idee, die sich „Warenkunde im Schaufenster“ nennt. Es wird der Zweck verfolgt, das kaufende Publikum über die Beschaffenheit der Ware zu unterrichten. Die Veranstaltung ist also gewissermaßen eine Demonstration am lebenden Objekt, eine Ausstellung, die in die Geheimnisse der Fabrikation einführt. Sie hat das Ziel, die Unterschiede der Qualitätsware und der minderwertigen und darum anscheinend billigen Ware zu zeigen.

Da ist eine Firma, die Web- und Wirkwaren feilhält. Sie schildert in einem ihrer Schaufenster den Werdegang des Fadens, in einem anderen die verschiedenen Arten seiner Verarbeitung und die mannigfachen Unterscheidungsmerkmale der Wolle. Wieder an anderen Stellen kann man den Herstellungsprozeß eines eleganten Modehuts kennenlernen oder sich darüber unterrichten, wie die einzelnen Lederarten, zu Schuhen und Stiefeln verarbeitet, am zweckmäßigsten behandelt werden. Auch wie feine oder derbere Leib- und Tischwäsche am besten vor übermäßiger Benutzung zu bewahren sind, die Merkmale von reinem Leinen, die Erzeugnisse von Schokolade und Konfitüren werden vorgeführt. In dem Schaufenster einer Schuhfabrik ist eine Reparaturwerkstätte zu sehen, in dem eines großen Weinrestaurants eine gedeckte Tafel für acht Personen, auf der an drei Tagen dreimal anders und immer sehr appetitreich aufgetischt wird: Am ersten Tag die einfache bürgerliche Küche, am folgenden die gesteigerte, für den verwöhnten Gaumen und am dritten die für das Luxusbedürfnis berechnete.

Auch den Film hat man für diesen Anschauungsunterricht herangezogen. Ein Optiker in der Friedrichstraße läßt ihn in seinem Schaufenster abrollen. Er ist natürlich der Anlaß zu einer fortwährenden Verkehrsstockung: In dichten Scharen drängen sich die kinofreudigen Berliner zu dieser Gratisvorstellung, aus der sie in interessanten Bewegungsbildern über die Herstellung eines Opernglases belehrt werden und zugleich die Möglichkeit gewinnen, Authentisches über die Fortschritte der optischen Technik in den letzten Jahrzehnten zu erfahren. Daneben zeigt man ihnen noch, wie bei der Doubléfabrikation unedle Metalle mit einer Auflage aus Edelmetall versehen werden.

Es ist keine Frage, daß die „Warenkunde im Schaufenster“, originell in der Idee, gelungen in der Ausführung, von hohem Nutzen ist für die Aussteller ebenso wie für die Betrachter. Das Publikum gewinnt mühelos einen Einblick in viele Werdevorgänge, von denen es in der Regel kaum eine rechte Vorstellung hat, und lernt sehen. Sehen nämlich, was wirklich gut und wert ist, gekauft zu werden. Es wird durch Anschauung vor Schaden bewahrt, und den Vorteil hiervon hat auch wieder der Kaufmann, der diese Anschauung vermittelt hat.

Die hier skizzierte Idee ist von einer ganz besonderen Wichtigkeit auch für unser Gewerbe. Gibt es wohl für das große Publikum etwas Geheimnisvolleres wie eine Uhr? Gibt es auf der anderen Seite einen Beruf, der so verkannt und unterschätzt wird wie der des Uhrmachers? Hier ist ein Weg, das Publikum aufzuklären und zur Würdigung von Qualitätsware und Qualitätsarbeit zu erziehen.

Geht man dem Gedanken nach, wie sich Warenkunde im Uhrmacherschaufenster treiben lassen könnte, so kommen die Ideen tausendfältig. Die Sache ist so entwicklungsreich, der Möglichkeiten sind so viele, daß sie hier nur in kurzen Strichen angedeutet werden können.

Man denke z. B. einmal an den Kampf gegen die Warenhauswecker. Welch prächtige, überzeugende Aufklärung kann man erzielen, wenn man z. B. einen solchen billigen Wecker und einen hochwertigen Qualitätswecker auseinandernimmt und die verschiedenen Einzelteile als Gegenüberstellung ausstellt. Links z. B. ein Schild: Teile eines billigen Warenhausweckers, rechts: Werkteile eines Qualitätsweckers. Die Einzelteile werden nun entweder vorn gut sichtbar auf einer Glasplatte ausgelegt und mit kleinen, sauber geschriebenen oder gemalten Schildern versehen, oder auf zwei Papptafeln, auf denen auch die Unterschriften Platz finden, aufgenäht. Solche Unterschriften wären z. B.:

Dünne Werkplatten, die dem Zapfendruck wenig Widerstand entgegensetzen. Die Zapfenlöcher müssen sich bald ausweiten, wodurch Unregelmäßigkeiten im Gang und Stehenbleiben des Werkes hervorgerufen werden.

Unsauber gearbeitete, unflache Räder, die Unregelmäßigkeiten in der Uebertragung und damit im Gang verursachen.

Werkträger aus dünnem Blech, in dem die Gewinde der Füße und des Glockenstuhls schlecht halten.

Kräftige Werkplatten aus starkem, extrahartem Messing, das dem Auslaufen der Zapfenlöcher großen Widerstand entgegensetzt.

Kräftige, flachlaufende, sauber verzahnte Räder, die einen regelmäßigen Gang gewährleisten.

Schwerer, kräftiger Eisenrahmen.

Viel Interesse wird es schließlich auch erwecken, wenn — vielleicht wöchentlich abwechselnd — im Schaufenster auf Papptafeln aufgeheftet sämtliche Einzelteile einer Taschenuhr, eines Weckers, eines Regulatorwerkes (ohne Schlagwerk und mit Schlagwerk), eines Viertelschlagwerkes usw. ausgestellt werden. Einige erklärende Worte werden hierbei wohl notwendig sein, z. B.:

Werkteile einer meiner modernen Salonuhren mit Schlagwerk.

Beachten sie die kräftigen Reinmessing-Werkplatten, die saubere Verzahnung der Räder und die fein polierten Triebe.

**ZEH & SCHIEN, G. m. b. H.**  
Hanau a. Main

**SPEZIALITÄT:**  
Aparte eingebaute Etuis, Schmuck- und Universal-Etuis in jeder Preislage — Schaufenster-Etalagen