

Schaufenster und Reklame

Die Reklame des Uhrmachers

Von C. F. Ludwig Ebel (Schwenningen a. N.)

I. Die Dekoration des Schaufensters

Seit einigen Jahren beobachte ich besonders die Schaufenster der Uhrenhandlungen in verschiedenen Städten und Landorten. Es ist mir dabei aufgefallen, daß ihr Bild außerordentlich selten wechselt. Die Folge davon ist, daß die ausgestellten Gegenstände keine Anziehungskraft mehr auf das Publikum ausüben. Ich möchte deshalb hier einige Winke für das Ausschmücken der Schaufenster geben.

Die Uhren werden ausgestellt, damit der Vorübergehende sofort weiß, daß hier Uhren und Schmucksachen angeboten bzw. verkauft werden. Vielleicht hat er gerade Bedarf und betrachtet nun die ausgelegten Artikel.

Jede Fabrik stellt eine Anzahl Muster her, die überall gerne gekauft werden. Es muß nun dem Verkäufer überlassen bleiben, die dem Geschmack der Kunden am besten entsprechenden Stücke für die Ausstellung zu wählen.

Des Uhrmachers Schaufenster braucht Leben. Die Uhr legt immer Zeugnis davon ab, daß die Zeit vergeht und mit ihr sich alles ändert. Eine gut regulierte Uhr muß deshalb stets darin in Gang gehalten werden. Besonderen Spaß macht es den Beschauern, wenn mehrere gehen, die miteinander übereinstimmen. Damit erwirbt sich der Aussteller bei der großen Masse Vertrauen.

Ich schalte hier ein Beispiel ein: Eine Lebensmittelhandlung in einer schweizerischen Großstadt erhielt eine Fischsendung. Um nun die Mitbewohner auf dieses Ereignis aufmerksam zu machen, wurde in das Schaufenster ein Aquarium mit lebenden Fischen und Meerpflanzen gestellt. Der Andrang war davor so groß, daß man kaum ans Fenster gelangen konnte, und der erwartete Erfolg wurde bedeutend übertroffen. Die lebenden Fische überzeugten die Hausfrauen, daß hier nur erstklassige frische Ware verkauft wurde.

Da das Uhrwerk die am leichtesten erreichbare und kleinste Maschine ist, interessiert sich jedermann dafür. Aus diesem Grunde ist es schon empfehlenswert, ein oder mehrere Werke verschiedener Art auszustellen.

Leben ins Schaufenster bringen ist jedoch nicht gleichbedeutend mit Ingangsetzen der darin befindlichen Uhren. Der Auslegeraum sollte keinesfalls als Lagerplatz angesehen werden, denn die alten Möbel kommen sonst nicht mehr heraus.

Besonders in belebten Straßen ist es sehr vorteilhaft, wenn innerhalb kurzer Zeitabstände andere Sorten gezeigt werden. Niemals darf ein Schaufenster gedrängt voll sein. Es genügt, wenn in einem für Großuhren bestimmten auf je etwa 50—60 cm der Rückwand eine Uhr kommt. Die Wanduhren werden am besten so aufgehängt, daß der obere Rand nicht über den Zifferblatttrand der danebenstehenden Hausuhr hinausragt. Die Rück- und Seitenwände müssen mit zu den Uhren gut passenden, ruhigen Tapeten überzogen — nicht überklebt — werden. Tischuhren und Wecker stelle man auf Aufsätze, jedoch erstere auf höhere als letztere. Die Aufsätze müssen den Tapeten und der Uhrenfarbe entsprechende Deckchen erhalten. Der freie Raum,

z. B. unter den Wanduhren, kann mit Gongbezeichnungskarten, mit Noten und Preistafelchen ausgefüllt werden.

Mit den Uhren müssen auch die Tapeten und Deckchen gewechselt werden. Einige Ausrüstungen genügen. Die Kosten hierfür sind nicht übermäßig hoch.

Die Dekorationen erfordern natürlich, da sie äußerst sorgfältig ausgeführt werden müssen, viel Mühe und Zeit. Diese Verluste werden aber durch den erzielten Erfolg ausgeglichen.

Ist nur ein Schaufenster vorhanden und sollen noch Taschenuhren, Schmuckgegenstände und andere feine Metall-

Neuheiten unserer Klischee-Abteilung

Zwei zugkräftige Entwürfe zur Propaganda für moderne Ohringe

Außer für Zeitungsreklame auch für bessere Drucksachen, Theater- und Kinoprogramme geeignet



Bestell-Nr. 117



Bestell-Nr. 118



Bestell-Nr. 119



Bestell-Nr. 120

Preis je 2 Mk.

Reklame-Abteilung der Uhrmacherkunst

Halle (Saale), Mühlweg 19