

die Zeiten des Hauptverkehrs eignen sich zu einer Aufnahme nicht so gut wegen der vielen Störungen. Also opfere man lieber noch eine Platte zur zweiten Aufnahme. Am besten gelingen meist wohl Nachtaufnahmen bei verdeckter elektrischer Beleuchtung.

Von der Verwendung von Blumen sehe man lieber ab. Die Blumengeschäfte machen uns schwere Konkurrenz. Wie oft schwankt der Käufer zwischen Blumen oder einem hübschen Geschenkartikel aus unseren Geschäften. Man darf ihn da nicht — wenn er vor unserem Fenster steht — durch Blumen wieder an das Blumengeschäft erinnern. Man verfallt aber nun nicht in den Fehler, etwa ein Schild anzubringen mit dem Text: „Kauft keine Blumen, sondern ein hübsches Geschenk aus meinem Geschäft.“ Seine Waren soll man nicht durch Herabsetzen anderer höher bringen. Man kann seine guten Sachen auf viele Art empfehlen. Der Freund und alte Kunde, der Blumengeschäftsinhaber nebenan wird sonst sicher auch untreu, und mit Recht.

Im allgemeinen erzielt man mit zwei bis drei Farben, die natürlich harmonisieren müssen, den besten Effekt. Reißzwecken zum Befestigen der Papiere und Stoffe dürfen nicht sichtbar sein, vorteilhaft verwendet man kleine Stifte. Auch muß das Papier oder der Stoff fest und geradegespannt sein.

Wer diese Erfahrungen bei seinen nächsten Dekorationen benutzt, tut es zum eigenen Vorteil; er kann dann beim nächsten Wettbewerb erfolgreicher in die Schranken treten.



Außer Wettbewerb eingesandte Centra-Schaufenster-Dekoration des Herrn Kollegen Paul Schönfeld (Leipzig-Schl.)

Herr Schönfeld schreibt dazu:

In meinem heutigen Artikel über den Centra-Wettbewerb erwähnte ich schon die Wichtigkeit der photographischen Aufnahme. Auch bei meinem Fenster hätte der Apparat höher stehen müssen, damit die auf dem Boden liegenden Armbanduhren zu sehen sind. So erscheint das Fenster flacher, als es in Wirklichkeit ist. Die Maße sind: 1 m Höhe, 1,60 m Breite und 0,65 m Tiefe. Auf der untersten Stufe der Treppe liegt im schmalen Goldrahmen der blaugoldene Centra-Prospekt. Dahinter sind Centra-Taschenuhren aufgestellt, ebenso ein Garantieschein. Damit die kleinen Taschenuhren mit ihrem Centra-Zeichen möglichst gut zu sehen sind, habe ich sie im Vordergrund dekoriert. Die Wecker stehen auf der zweiten Stufe weiter hinten und scheinen, weil das Bild eben flächenhaft wirkt, die Taschenuhren etwas zu erdrücken. Ähnlich ist es mit den beiden Schreibtischuhren, sie geben den beiden großen, seitlich angebrachten Centra-Plakaten sozusagen einen Abschluß und dem Fenster mehr Größe und wirken gut, wenn man rechts oder links seitlich herantritt. Ich habe probeweise die Schreibtischuhren herausgenommen und den Platz mit Weckern ausgefüllt. Dadurch verlor die Dekoration von ihrem vornehmen Aussehen, so daß ich doch die Schreibtischuhren wieder hineinstellte. Man sieht also, daß durch die Photographie Beeinflussung und Irreführung entstehen kann. Die Dekoration ist in Mattgold und Blau gehalten. Hintergrund gold, Schrift blau, Bodenbelag blau mit goldenen Schrägstreifen (nicht sichtbar), auf denen silberne Armbanduhren liegen. Alle Uhren sind auf 1 Uhr 51 Minuten gestellt, damit das Centra-Zeichen zu sehen ist.

## Sprechsaal

### Listenpreise für deutsche Uhren

Da die Ausführungen „Keine festen Listenpreise für deutsche Uhren mehr“, veröffentlicht auf Seite 932 der UHRMACHERKUNST vom 26. November, zu Mißdeutungen Anlaß geben müssen, wird der betreffende Abschnitt des vom Einsender angezogenen Artikels unseres Vorstandsmitgliedes Herrn Berger jun. wörtlich wiederholt wie folgt:

„Als weitere Aufgabe hat sich der deutsche Uhren-großhändler die Rationalisierung des eigenen Betriebes gestellt, um als Endziel eine denkbar billigste Bedienung der Kundschaft zu erreichen. Gefördert wird das zu erstrebende Ziel durch eine Vermehrung des Umsatzes. Dieser ist jedoch nicht allein von der Initiative des Unternehmers abhängig, sondern in weit-aus größerem Maße von der Wirtschaftskonjunktur und nicht zu allerletzt von der Absatzmöglichkeit und der den Absatz befruchtenden Initiative des Einzelhändlers. Die gegenwärtige Ueberprüfung des vom deutschen Uhrengroßhandel geführten statistischen Materials besagt, daß wir leider noch weit davon entfernt sind, das genannte Ziel alsbald verwirklichen zu können.“

Aus den gesperrt gedruckten Stellen geht also hervor, daß der Verfasser in Preisbildungsfragen eine andere Auffassung gehabt hat, als sie der Herr Einsender unterstellt. Wie ein Leser des Bergerschen Artikels die Folgerungen ziehen kann, die sich der Einsender Herr „— d“ zu eigen gemacht hat, ist uns schlechterdings unverständlich und wird jedem unverständlich sein, der den Inhalt des betreffenden Aufsatzes kennt. Da letzterer aber nicht allen Lesern dieser Zeitschrift zu Gesicht kommt, haben wir es für richtig gefunden, denselben insoweit auszugsweise wiederzugeben, als er für die Beurteilung der Sachlage in Frage kommt.

Um Mißdeutungen nach jeder Seite hin zu begegnen, wird hiermit ausdrücklich zum Ausdruck gebracht, daß bei der gegenwärtigen Lage mit ihrem schlechten Absatz weder ein Grossist mit kleinen, noch ein Grossist mit großen Umsätzen bei den sogenannten „Listenpreisen“ seine Rechnung finden kann. Die äußerste Preisstellung, die ein Grossist benötigt, um wenigstens auf seine Spesen zu kommen, müßte also eigentlich höher liegen als diejenigen Preise, die den Uhrmachern auf Grund der „Listenpreise“ berechnet werden. Dies geht ja auch deutlich aus dem Schlußsatz des oben erwähnten und hier wiedergegebenen Abschnittes hervor. Welchen Idealen aber und welchen Endzielen der Großhändler zustrebt, ergibt sich aus der Einleitung des Abschnittes.

Verband Deutscher Uhrengrossisten, Leipzig.

Der Einsender der oben erwähnten Ausführungen, welchem wir die Entgegnung des Verbandes Deutscher Uhrengrossisten unterbreitet haben, äußert sich darauf wie folgt; wir bemerken dazu, daß wir uns vorläufig einer Stellungnahme selbst enthalten, uns aber zu gegebener Zeit vorbehalten, auf die Frage zurückzukommen. Die Schriftleitung.

Aus den Ausführungen des Herrn Berger ist auf jeden Fall klar und deutlich zu ersehen, daß er die Freiheit der Preisstellung des Grossisten an den Uhrmacher zum Zweck der billigsten Belieferung als ein erstrebenswertes Ziel bezeichnet, also als eine Aufgabe, welche nicht etwa ein fernes Zukunftsbild bedeutet, sondern schon jetzt von den einzelnen Grossisten erstrebt werden muß. Dies kann aber in Wirklichkeit nichts anderes bedeuten, als eben die Aufhebung des Zwanges der Listenpreise.

Interessant ist für uns Uhrmacher die Folgerung, welche der Grossisten-Verband aus allem zieht, nämlich die Behauptung, daß die jetzigen Aufschläge, also die Listenpreise nicht genügend sind, demnach, wenn es nach den Grossisten geht, erhöht werden müssen. Damit verschiebt sich das Bild allerdings wesentlich. Denn wenn der II. Vorsitzende des Grossisten-Verbandes durch eine Rationalisierung der Einzelbetriebe eine denkbar billigste Belieferung der Uhrmacher als erstrebenswert bezeichnet, so muß man mit einigermaßen gesundem Menschenverstand wohl daraus entnehmen müssen, daß damit letzten Endes eine Verbilligung der Ware gegenüber dem heutigen Aufschlag erstrebt wird. Wenn der Grossisten-Verband nun erklärt, die Listenaufschläge sind ungenügend, so kommt dies auf die Absicht einer Verteuerung der Ware hinaus! Das verstehe, wer kann! Auf jeden Fall ist es wieder einmal für uns Uhrmacher interessant, zu sehen, daß alle gut klingenden Worte nicht immer gut gemeint sind, daß vielmehr Absichten dahinter stecken, die das Gegenteil davon bedeuten.

Auf die von mir angeführten Tatsachen, daß schon jetzt jeder einsichtige Uhrmacher bei fast jedem Grossisten billiger einkaufen kann, als die Listenpreise es vorschreiben, ist der Grossisten-Verband wohlweislich nicht eingegangen. Wir können uns unsere Freiheit nur dadurch zurückerobern, daß wir fest zusammenstehen und jede Bindung durch eigene Initiative bekämpfen, aber auch jede Absicht, uns die Ware weiter ungebührlich zu verteuern, wie es entgegen den Ausführungen des Herrn Berger anscheinend in der Absicht des Grossisten-Verbandes liegt.

— d.