



das die Wirkung. In der wiederholten Ausführung schöner, zugkräftiger Ausstattungen liegt erst der Erfolg. Es ist in diesem Falle wie bei der Zeitungsanzeige. Es kommt auch nicht auf die Größe des Schaufensters an, sondern immer nur auf seine geschickte Ausnutzung.

Welch großer Wert auf schöne Schaufensterauslagen gelegt wird, kann man überall feststellen. Weisen doch jetzt auch die Städte bei ihren Veranstaltungen auf die „im schönsten Lichte prangenden, hervorragend ausgeführten Schaufensterausstellungen“ hin. Es sind nicht nur große Städte, die die Geschäfte als Sehenswürdigkeiten ansprechen, sondern auch kleine, die bei Gelegenheit von Turn-, Sport- oder sonstigen Festen nicht vergessen, ihre Geschäfte zu erwähnen. Diese, gewissermaßen behördliche Empfehlung sollte auch der Uhrmacher sich niemals entgehen lassen. Er muß mit seinen schönen Waren an erster und führender Stelle stehen.

Eigentlich haben wir das ganze Jahr hindurch Veranlassung, irgendeinen unserer Artikel besonders zu empfehlen. Jetzt, nach der Reise, wenn alles noch von der Natur und ihren Schönheiten spricht und schwärmt, kann man Kuckucksuhren anbieten. Die immer kürzer werdenden Tage machen sodann einen zuverlässigen Wecker immer notwendiger. Also das Schaufenster entsprechend ausstatten.

In der Abbildung meines Schaufensters ist alles oben Erwähnte gebracht. Bei aller Einfachheit ist das Schaufenster zur Schaubühne geworden. Die Beleuchtung ist von oben verdeckt durch das wellig gefräste Zierbrett, das in jetzt modernem Birkenholzton gebeizt ist. Meine schon lange geübte Art, mit sockelähnlichen Kästen und Klößen zu dekorieren, habe ich auch hier wieder mit Erfolg angewandt. Jedes einzelne Stück kommt zur vollen Geltung. Kuckucksuhren und Wecker beherrschen die Auslagen, während einige Taschen- und Armbanduhren sowie Schmuck in verschiedenen Preislagen sagen, daß auch diese Artikel im Geschäft zu haben sind. In der Hauptsache sind es Centra-Taschenuhren und -Wecker.

Die zur Zeit der photographischen Aufnahme noch ungeklärte Lage wegen der Namensänderung der Centra verhinderte mich, den Namen besonders zu erwähnen. Nicht unerwähnt darf ich lassen, daß trotzdem Centra-Uhren verlangt wurden. Ein Beweis der Wirksamkeit auch früherer Werbungen.

Ausgelegt ist Boden, Seiten und Rückwand mit blauem Kalikopapier, das von außerordentlicher Leuchtheit ist. Die Sockel und Ständer sind mit karminrotem Tuchpapier bespannt. Auch dieses behält seine Farbe gut. Die Schilder sind weiß mit karminroter Beschriftung. Bei der Wahl der Plakaffarbe, Vorsicht. Man lasse nur gute Farben verwenden. Ich habe schon gefunden, daß ausgesprochene Plakaffarben schnell verblaßten. Dann verwende man lieber Schwarz auf Weiß, oder zur Dekoration passende farbige Plakaffarben mit weißer Beschriftung. Die Kuckucksuhren an der Rückwand sind durch rote, weiße und blaue Quersstreifen besonders hervorgehoben. Zwei Streifen haben den Text „Kuckuck ruft bei Halb und Voll“. Das große Schild vorn am Fuße des Fensters wirbt mit dem Werbespruch: „Auch daheim hast Du Natur — drum kauf eine Kuckucksuhr!“ Die Sprüche, „Pünktlichkeit ist eine Zier“ und „Hol den Wecker Dir von hier“, werben unmittelbar für das eigene Geschäft.

Ist schon Anordnung und Zusammenstellung der Farben ein guter Blickfang, so beweist doch der Baumstamm mit der Kuckucksuhr die Hauptanziehungskraft. Der „Baumstamm“ ist aus Pappe, aber sehr täuschend gemalt und halbrund um die Uhr gebogen und an der Rückwand befestigt. Hinter dem Baumstamm hängt eine Kuckucksuhr mit Federzug. Das Zifferblatt ist noch durch den Stamm überdeckt, welcher dort mit einigen Stiften flach befestigt ist, aber an den Seiten herumgebogen. Um den Kuckuck nun öfter erscheinen zu lassen und dadurch auch mehr Beschauer ans Fenster zu bekommen, habe ich eine Federzuguhr genommen, den Stundenzeiger entfernt, das Pendel ausgehängt, in