

verhältnismäßig geringen Kosten einen großen Erfolg erzielen kann. Allerdings macht die Ausgestaltung eines Schaufensters etwas Arbeit, aber eine Arbeit, die reichlich belohnt wird. Wir bringen in einigen Abbildungen die Entwürfe, die die deutsche Uhrenindustrie zur Verfügung stellt. Vor allen Dingen fällt uns bei diesen auf, daß sie ganz das Gegenteil von dem sonst üblichen Uhrmacher-Schaufenster darstellen. Man sieht nirgends eine Überladung, sondern jede einzelne Reiseuhr kommt voll zur Geltung.

Abb. 1 zeigt ein Schaufenster der Firma Gebr. Jung-hans, A.-G., Schramberg, bei dem der Sockel und die Stufen mit blauem oder orange lichtbeständigem Ripsstoff bezogen sind. Die Kanten sind durch eine goldfarbige oder blaue Seidenschnur eingefasst, und vor der schwarzen Rückwand sind Brücke, Eisenbahn und Tannen



Abb. 3

aus Sperrholz ausgesägt und in entsprechenden Farben gemalt kulissenartig angebracht, wodurch eine gute plastische Wirkung erzielt wird. Das Wort „Junghans“ ist aus Holz ausgesägt und in Gold gehalten, die übrige Schrift ist weiß und der Stern rot. Bei Abb. 2 sind gleichfalls Sockel und Rückwand mit lichtbeständigem Ripsstoff bespannt und die Kanten mit goldfarbiger Seidenschnur eingefasst. Vor dem unteren Sockel, der auf schwarzen gedrehten Holzfüßen steht, ist auf schwarzem Grund in roter Farbe der Stern und in goldgelber Farbe die Worte „Junghans Reiseuhren“ angebracht. Der Rahmen des Fensters ist entsprechend der Zweiter-Klasse-Abteile in Mahagonifarbe gehalten. Der Ausblick zeigt eine farbige Landschaft. Die am Fenster sitzende Figur ist aus Sperrholz ausgeschnitten und entsprechend gemalt. Abb. 3 zeigt einen Schaufensterentwurf der Kienzle Uhrenfabriken, A.-G., Schwenningen. Eine künstlerische zweistufige Etalage von außerordentlicher blickfangender Wirkung ist mit blauem und orangefarbenem Ledertuchbezug oder gemalter Rückwand mit Bildaufsatz besonders für kleinere Schaufenster oder als Mittelbau geeignet. Abb. 4 stellt eine kleine Etalage dar, die sowohl für das

Schaufenster als auch für den Ladentisch gleich gut geeignet ist. Auf den beiden mit feinem blauem und orangefarbenen Ledertuch bezogenen Stufen ist bequem Platz für neun bis zehn Reiseuhren. Die beiden letztgenannten Schaufensterdekorationen haben noch den Vorteil, daß sie innerhalb weniger Minuten schaufensterfertig zusammengestellt werden können.

Auch der Zentralverband stellt den Kollegen wieder die bekannten Plakate „Reise nur mit Reiseuhr“ zur Verfügung. Diese sind zum Preise von 0,16 RM. je Stück von ihm zu beziehen. Da für eine fachgemäße Verpackung verhältnismäßig hohe Portokosten bei einzelnen Bestel-



Abb. 4



Abb. 5

Moderne quadratische Reiseuhr der Kienzle Uhrenfabriken A. G.

lungen berechnet werden müssen, empfiehlt es sich, die Plakate durch die Innung zu beziehen. In den einzelnen Städten darf es bei solchen gemeinsamen Fragen überhaupt kein Gegeneinander, sondern nur ein Miteinander geben. So kann man die Reklamewirkung noch dadurch erheblich in ihrer Wirkung verstärken, daß sich die Kollegen einer Stadt zusammenschließen und beschließen, ihre Sonderfenster gleichzeitig in einer Woche, die also dadurch zu einer Reiseuhr-Woche wird, zu dekorieren. Empfehlen würde es sich, auch innerhalb der einzelnen Städte eine Gemeinschaftsreklame zu unternehmen, und zwar kann diese mit verhältnismäßig sehr geringen Mitteln veranstaltet werden. In den Zeitungen wird ein vielleicht 1 1/2 – 2 cm hoher Raum zwischen Roman und dem übrigen Text belegt und einfach die Schlagzeile „Reise nur mit der Reiseuhr“ eingesetzt.

Für die einzelnen Zeitungsanzeigen befinden sich in dieser Nummer auch einige Entwürfe unserer Reklameabteilung. Gerade in dieser Zeit darf der Uhrmacher nicht allgemein abgefaßte Zeitungsanzeigen veröffentlichen, sondern muß immer und immer wieder den Lesern der Zeitungen den Werbespruch „Reise nur mi