

die Feuerpolizei entgegenreten. Einen solchen Fall hatte bereits die „Deutsche Uhrmacher-Zeitung“ vor etwa 16 Jahren durchzufechten bei Anbringung ihres Zeitballes. Damals erhob die Feuerwehr Einspruch, weil sie im Falle eines Brandes im Gebrauch der Rettungsleitern behindert sei.

Es wäre verwegen, vom Schreibtische aus, eine bestimmte Marschroute zu empfehlen. Die Reichstagung der Deutschen Uhrmacher ist die berufene Stelle zur Beschlußfassung, nur muß die Frage vor den Vorstandswahlen behandelt werden, sonst erfährt sie wegen Zeitmangel ein Begräbnis dritter Klasse. (II/491)

## Reisezeit und Uhrmacher

Von Paul Schönfeld (Leipzig)

Ferien und Reise beschäftigen jetzt viele Menschen. Eine große Reihe Branchen arbeitet mit Hochdruck an der Weckung und Befriedigung des Reisebedarfs. Man wundert sich, wie manche mit mehr oder weniger Geschick ihre Ware als reisenotwendig darzustellen suchen, trotzdem diese praktisch oft wenig bedeutungsvoll ist.

An die erste Anforderung, genaue Zeit mit einer guten Taschen- oder Armbanduhr und einen zuverlässigen Reisewecker, denkt niemand. Das Publikum will und muß erinnert werden. Seit einigen Jahren beteiligt sich die Uhrenbranche aktiv an der Werbung für die Reiseuhr. Nach und nach wurden auch hübsche Erfolge erzielt. In diesem Jahr möchten sich doch recht viele Kollegen beteiligen, damit die einmal angefangene Werbung nicht erlischt oder in fremde Bahnen gelenkt wird. Als Fachmann hat der Uhrmacher die besten Trümpfe in der Hand. Aber noch nicht alle die ihm jetzt gebotenen Trümpfe des Kaufmanns muß er gewinnen. Das kann er mit

seinem Schaufenster.

Eine Änderung und Auffrischung ist dringend nötig. Nur fange man nicht planlos an, sondern überlege sich, ob nicht einmal eine durchgreifende, auffallende Verjüngung am besten wäre. Diese braucht durchaus nicht teuer zu werden. Bei großen Schaufenstern könnte man einen Teil der Auslage auf die Reiseuhrwerbung einstellen. Man verlasse einmal den alten Standpunkt, dem Publikum recht viel zu zeigen, das ja immer ein und dasselbe ist. Damit regt niemand zum Kaufe an. Ein slummer Massenaussteller erreicht nie das, was ein sprechender Anbieter erzielt. Darum muß dem Schaufenster einmal eine ganz persönliche Note gegeben werden. Die vielen Leute, die sonst achtlos vorübergehen, müssen stußig werden. Halt, hier ist etwas Neues, das sehen wir uns einmal an. Ein oder mehrere Plakate mit werbendem Text oder originellen Werbeversen dürfen nicht fehlen. Viele Branchen verwenden Figuren zu ihrer Dekoration, oft nur aus Pappe oder Sperrholz. Warum soll es der Uhrmacher nicht tun? Man soll deswegen beileibe kein Nachahmer sein, aber erhaltene Anregungen muß man auf seine Art zur Ausführung bringen. Tourist und Eisenbahn stehen jetzt im Vordergrund des Interesses. Deswegen muß beides ergiebig zur Werbung benutzt werden. Ebenso lassen sich See und Gebirge, Hotel und Alpenhütte, Auto und Schiff, sowie als modernstes das Flugzeug in den Schaufensterwerbedienst stellen. Man glaube nicht, daß das unfein ist. Die feinsten und ersten Geschäfte vieler anderer Branchen arbeiten – und verdienen mit diesen Werbemitteln, die oft der beste Anschauungsunterricht sind.

Das dauernd an der Werkbank-Sitzen, verlangt gebieterisch eine Unterbrechung. Ein Stündchen Muße und dabei etwas Pläneschmieden für die Dekoration ist garnicht zu verachten. Dann auf zur Tat, Schaukasten ausgemessen, Dekorationstuch oder Papier bestellt. Einige Plakate anfertigen, wozu man am besten den farbigen Plakatkarton verwendet. Ist man nicht selbst guter Zeichner, dann läßt man sie von einem geschickten

Maler beschriften. Ein paar Kästchen und Kästen kann man eventuell selbst bespannen, wenn man es nicht vorzieht, seinen Buchbinder damit zu betrauen. Sauberkeit ist natürlich Vorbedingung.



Die Abbildung zeigt eine gutgelungene Auslage, die allgemein Beifall und Anerkennung findet. Rückwand und Seiten sind mit weißer Tapete bespannt. Die Lokomotiven rechts und links wurden aus schwarzem Plakatkarton geschnitten, die Rauchwolken sind rot gerandet. Die Plakate in Reiseweckerform bestehen ebenfalls aus schwarzem Plakatkarton und wurden weiß beschriftet. Der Reisende ist eine Grotteskfigur, ausgeschnitten aus rotem Tuchpapier und auf Karton geklebt. Die Arme sind aus einem Stück Versandrolle, ebenfalls mit Tuchpapier umlegt. Die Hände wurden extra geschnitten und in die Arme eingesteckt. Der Reisende sagt es seinen zukünftigen Mitreisenden recht deutlich „Die erste Anschaffung für die Reise“. Dabei hält er ihnen einen Reisewecker und eine Armbanduhr entgegen. Die Sprüche „Nur mit diesen ist mir Reisen ein Genießen“ und „Drum reis' ich nur mit Schönfelds Weck- und Reiseuhr“ ergänzen die ganze Werbung. Die Sockel für die Waren haben karminrote Tuchpapierbespannung. An diesem karminroten Tuchpapier ist die große Lichtbeständigkeit ganz besonders hervorzuheben. Der Aufbau in der Mitte besteht aus flach-, quer- und hochgestellten rechteckigen Sockeln. In der Abbildung kommt

