

dieser Ware überhaupt einen besten Platz geben, als sei es etwas Besonderes.

Die Gefahr ist, daß das Publikum von Bazarware, die es vom Uhrmacher kauft, mehr verlangen könnte als von der gleichen Ware in einem anderen Geschäft, weil er ein Fachmann ist. Wir müssen daher dem Publikum ganz deutlich zu verstehen geben, daß es Bazarware, die es bei uns kauft, nicht mit fachmännisch empfohlener Ware verwechseln und an sie keine anderen Ansprüche stellen darf als im Bazar. Da es viele Uhrmacher gibt, die mit dem Bazar in Qualität und Preis Schritt halten, sei das erwähnt, was wiederum viele andere ohne diese Erläuterung nicht verstehen würden.

In einer Zeit, in der die Einbrecher ihr Geschäft aufgeben, weil sie immer nur Imitationen anstatt der erhofften echten Schmucksachen finden, ist es angebracht, sich überhaupt einmal klarzuwerden, ob wir nicht schon lange einen Querweg gehen, der von dem echten Schmuck, den Erbstücken, ab- und der Schmuckimitation zuführt. Alter Schmuck edler Arbeit wird heute fast nicht mehr gefragt, Schmuck mit überwiegendem Metallwert auch nicht, er muß modern sein. Um aber dem Wechsel des Geschmacks immer nachzukommen, ist es nicht möglich, auf echten Schmuck zu bestehen; es bleibt nur ein Zurückgreifen auf Billigeres übrig. Manche greifen auch aus schlauer Berechnung zur Imitation, obgleich sie sich echte Ware leisten könnten. Diese Frage geht eigentlich mehr den reinen Juwelier an, denn der Uhrmacher hat schon seit jeher sich mehr an die halbechten Sachen gehalten, ohne aber im allgemeinen diese Richtung so weit zu verfolgen, als es heute notwendig erscheint und teilweise bereits erfolgt. Er ist in dieser Hinsicht immer der Geschobene, eine innere Hemmung hält ihn

zurück, seine Fachkenntnis, sein Wissen von der Unzulänglichkeit der Ware. Gute Imitationen teuren Schmuckes, formdele und haltbare, sind nicht billig, vom Juwelier meist verschmäht, vom Uhrmacher nicht genommen, weil für ihn zu teuer, wurden zu Handelsartikeln in feineren Galanteriewarengeschäften in den größeren Fremdstädten, wo sie auch gesucht und gekauft werden.

Auf der ganzen Linie läßt sich feststellen, daß der Materialwert gegenüber dem Aussehen unbeachtet bleibt. Diese Auffassung ist günstig für die Beschäftigung der Fabriken und für die Häufigkeit des Umsatzes der Ware, vor allem aber für die Forderung, zu jeder Gelegenheit den passenden Schmuck zu tragen. Dem Fachgeschäft müssen indessen gewisse Grenzen gezogen bleiben, wenn auch der Nichtfachmann die Preise hoch findet und der fachfremde Konkurrent unseren Nutzen an diesem Geschäft überschätzt.

Tragbare Uhren, die zum großen Teil Schmuck geworden sind, ohne deshalb aufgehört zu haben, Zeitmesser zu sein, unterliegen nicht einem so tiefen Einfluß des Modewechsels, und deshalb liegt für sie der Fall auch anders. Wohl gibt es allerlei unfachliche Konkurrenz, besonders in der billigsten Ware, aber der Begriff „gute Uhr“ hat sich noch so erhalten, daß sie immer in echtem Material verlangt wird, und daß ein Fachmann oder den man dafür hält, der Lieferant sein wird. Auch mit Uhren bemerkt man von vielen Seiten in Überschätzung der Gewinnmöglichkeiten den Versuch, Geschäfte zu machen, aber die Konkurrenz ist so gewaltig, die Preise sind normal schon so gedrückt und es sind bedauerlicherweise so viel anormale Einkaufsmöglichkeiten vorhanden, daß der Irrtum schneller noch als bei Schmuck erkannt werden wird. (I 540)

Unsere Werbung für den Muttertag

Man sagt wohl nichts Neues, wenn man das Schaufenster als das wirkungsvollste Werbemittel anspricht, das dem Fachgeschäft ständig zur Verfügung steht. Sein

Schaufenster pflegen, seinem Angebot den richtigen, dekorativen Rahmen geben, sollte jeder einzelne Kollege als seine erste und vornehmste Aufgabe betrachten.

In der klugen Beschränkung erst zeigt sich der Meister. Überladenes Warenangebot verwirrt nicht nur jeden Beschauer, sondern selbst dem geschicktesten Dekorateur wird es nicht gelingen, einen guten, wirkenden Aufbau oder eine hübsche Gruppierung zu ermöglichen. Das Zuviel verwirrt. Man beschränke sich und lege etwas mehr Gewicht auf eine hübsche Dekoration; etwas Farbe bringt immer Leben, freudvolle, wohlgefällige Abwechslung gewinnt das Auge der Vorübergehenden, und wenn die Gegenstände in der richtigen Preislage sind, wird sicher manch besseres Geschäft sich ermöglichen lassen, als wenn das alle, leider oft noch übliche Schaufenster wirken soll.

Dem kommenden Muttertag gilt nun unsere Aufmerksamkeit. Andere Branchen riefen diesen Tag vor Jahren ins Leben; ihn auch für uns auszuwerten, bleibt unserer Geschicklichkeit überlassen. Die Mutter nur mit Blumen ehren? Warum nicht: Beständig wie deine Liebe sollen deine Geschenke sein! Auf diesem bekannten Werbesatz bauen sich unsere Schaufenstereurwürfe auf. Den Satz wollen wir propagieren, denn wir alle haben ja hübsche und beständige Geschenke in so reicher Auswahl anzubieten. Wir brauchen nur einen flüchtigen Blick in unsere Läden zu werfen und schon sehen wir eine Menge gut geeigneter Geschenke für den Muttertag. Kostbarkeiten brauchen es ja nicht zu sein; Aufmerksamkeit, ein Liebeszeichen soll das sinnige Geschenk für die Mutter an ihrem Tage sein. Kostbarkeiten, teure Sachen – nein, besser gesagt, wohl kaum. Schon in

