

rial hierzu am besten.) Die untere Seite (Schleifseite) ist mit Querfeilstriechen zu versehen.

Die Abb. 1 ist angelegt für Drehstuhl rechts. Bei Drehstuhl links sind die Anlagen entsprechend zu wechseln.

2. Lehrjahr: Einen Spiralröllchenabheber anfertigen. Material: Rundstahl (Abb. 2). Als Reihenfolge der Arbeiten empfiehlt sich folgende: 1. Den Rundstahl anschmieden. 2. Oben, unten und seitlich nach Maß feilen. 3. Den Einschnitt ausführen. 4. Die Form biegen. 5. Zuerst den inneren Bogen vollenden; dann ebenso den äußeren Bogen. 6. Den Einschnitt mit Kantenbrechung versehen.

Der Bogen muß beiderseits poliert sein. Der Schaff ist nur zu schleifen; eine Rauung wäre noch besser. (Die Tiefe des Einschnittes mit 3,5 mm ist bei der Seitenansicht gesagt.)

3. Lehrjahr: Eine Aufzugwelle anfertigen. Material: Rundstahl (Abb. 3). Diese Aufgabe ist für eine große Armbanduhr gedacht.

4. Lehrjahr: Eine Unruhwellen in ein 9 – 12 lin. Ankerwerk eindrehen. (I/629)

Der Lehrlings- und Prüfungsausschuß des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher.

I. A.: C. Jos. Linnarß (Köln, Komödienstraße 39).

Die Idee im Schaufenster

Wenn es gälte, die Geschichte des Uhrmacherschaufensters zu schreiben, würde man das notwendige Material zusammen haben, wenn man 60 Jahre zurückdenken könnte. Das ist wohl auch verständlich, weil in damaliger Zeit der Uhrmacher nichts anderes als ein solcher war, der außer mit Ketten höchstens noch Kapseln und Schlüssel, eventuell auch Glasglocken für Pendulen, zu verkaufen hatte. In einigen Gegenden konnte man bei ihm noch Musikinstrumente kaufen, auch hier und da schon Brillen, Thermometer und Barometer, die heute ganz oder zum großen Teile in anderen Geschäften geführt werden.

Die Dekorationsmöglichkeit war nicht groß, die Schaufensterkunst lag im allgemeinen, und beim Uhrmacher im besonderen, noch in den Anfängen, die Zeit der großen Spiegelscheiben kam erst. Ebenso kam erst die Zeit der Nickelketten, dann die große der Doublékettens, mit denen zuerst schüchtern, dann immer mehr die Bijouterie im Uhrmacherladen Aufnahme fand. Auch die Regulateure, als Vorläufer unserer Hängeuhren (Freischwinger) und Hausuhren, hatten erst ihre Laufbahn von Freiburg aus begonnen und gingen ihrer großen Zeit entgegen.

Die Messingstangen am Fenster, an denen Reparaturen und neue Uhren hingen, spielten eine große Rolle, dann kamen die geschlossenen, viereckigen Kästen an der Scheibe mit Uhren und Nickelketten, dann dieselben Kästen in dem besonderen Schaufenster, schließlich die Uhren (nicht mehr verschlossen) in Reihen auf einzelnen Brettern, bis sich eine besondere Industrie auftat, die etwas mehr Leben durch Form und Farbe ins Schaufenster brachte, aber doch noch bis zu einem gewissen Grade schablonisierte.

Für ganz fein galt es in der damaligen Zeit, nur eine Uhr, vielleicht eine Porzellanpendule, auf einem mit einem losen Tuch überdeckten Sockel auszustellen. In dieser ersten Art des Uhrmacherschaufensters lag gewissermaßen noch kein Uhrenangebot; es war das Zeichen, daß hier ein Uhrmacher wohne, wie etwa ein Schlüssel an einem geschmiedeten Arme oder ein Fäßchen über der Haustür das Wahrzeichen der Schlosser und Böttcher darstellen.

Im Grunde genommen begann das moderne Warenangebot erst mit der Preisauszeichnung, die noch gar nicht so lange als richtig und notwendig erkannt worden ist, nachdem lange Kämpfe darum gefochten worden waren.

Einzelne dieser oben bezeichneten Formen eines Uhrmacherschaufensters kann man heute noch entdecken, besonders an kleinen Orten, und es sind mitunter ganz solide und umsatzmachende Läden, deren Kundschaft daran gewöhnt ist und eine Änderung vielleicht als etwas Fremdes unangenehm empfinden würde.

Im allgemeinen aber – und das ist auch ein Verdienst der Fachpresse – hat sich das Uhrmachergewerbe

dem geschäftlichen Fortschritt angepaßt, so daß bei einer Kritik nach dem äußeren Eindruck das Urteil kein ungünstiges für seine Läden sein kann, insbesondere, da es der Forderung nach viel Licht, was für die Wirkung seiner Waren von so großer Bedeutung ist, nachkam. Was Sauberkeit, Farbenfrische und Anordnung betrifft, haben die diesbezüglichen Vorhaltungen ihre Schuldigkeit getan, und man muß gerechterweise sagen, daß nichts mehr zu tadeln ist. Ausnahmen bestätigen die Regel, aber sie sind selten und wohl nur in niedergehenden oder gegen den Verkauf gleichgültigen Geschäften zu finden.

Der Ruf nach einer individuellen Warendekoration, einer solchen nach eigenen Ideen, hat ebenfalls vielfach Beachtung gefunden und zu einer Auflockerung des Stiles der Dekorationen geführt, zu einer nach eigenen Wünschen gearbeteiten Abänderung der von den Schaufensterfirmen gelieferten schematischen Modelle. Man kann bei sehr vielen Fenstern das Einwirken der eigenen Idee beobachten, man kann aber auch beobachten, daß dieses nicht immer glücklich erfolgt, weil der Aufbau der Dekorationsgegenstände, die Kisten, Bogen usw., die Hauptsache geworden zu sein scheint. Man kann verstehen, daß die Lust an einem gelungenen Aufbau der Dekoration das Urteil trüben kann, aber es darf nicht vergessen werden, daß die Ware die Hauptsache bleibt. Diese muß die gute Dekoration mehr zur Geltung kommen lassen; die Dekoration darf ihre Rolle als Dienerin dieser Aufgabe nicht verlieren. Auch auf eine gewisse Fernwirkung muß Gewicht gelegt werden. Für diese sind flachliegende Uhren und Schmuckstücke in Gesichtshöhe ganz verloren. Was nützen die kunstvollsten Pyramiden, auf deren Stufen Ware liegt, wenn sie von der Straße aus als leer betrachtet werden. (Tatsächliche Beispiele sind vorhanden.) Die Ware wirkt am besten im rechten Winkel zum Blick gestellt, worauf man bei ihrer Aufstellung auf Stufen oder Würfeln Obacht geben soll. Das Publikum hat selten Zeit, vor jedem Fenster stehenzubleiben; der flüchtige Blick, den es beim Vorübergehen darauf wirft, muß es zum Stehenbleiben veranlassen und den Wunsch erwecken etwas mehr zu sehen, er muß das Publikum neugierig machen. Darin liegt der Erfolg des öfteren Wechsels der Auslage, des geänderten Aufbaues, den man mit eigenen Ideen erzielen muß.

Unnötiges Papier im oder am Schaufenster wirkt ungünstig; es lenkt die Aufmerksamkeit von der Ware ab. Der Konkurrenzkampf mag manches Mal veranlassen, daß zu Mitteln gegriffen wird, über deren Erfolg man sich keine Rechenschaft gibt, aber nicht jede Reklame ist richtig. Wirkt sie abstoßend, so ist sie direkt falsch.

Kleine Anzeigen, Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**