

Der Pforzheimer Fabrikant

Max Lichtenberger

Sie haben mir die Frage vorgelegt, was ich vom kommenden Weihnachtsgeschäft halte . . . Ich bin nun leider kein Konjunkturprophet und kann Ihnen daher Ihre Frage nur rein gefühlsmäßig beantworten, und zwar als Nationalsozialist, für den das Weihnachtsfest 1933 ein großes inneres Erlebnis sein wird; ist es doch seit vielen Jahren das erstemal, daß ein von innerem Parleihader und Klassenkämpfen gereinigtes deutsches Volk unter dem brennenden Tannenbaum stehen wird.

Wenn andere Völker dieses Fest zum Anlaß nehmen, sich in Freuden- und Sinnestaumel zu ergehen, Völker, die den tiefen, schönen Sinn des Weihnachtsfestes nicht verstehen, dann wird der deutsche Mensch befreit und ergriffen sein „Stille Nacht“ erklingen lassen und nach langer Zeit wieder einmal das alte, schöne Fest der Liebe feiern!

Wo aber gäbe es in einer deutschen Familie eine Weihnacht, ohne daß man seinen Angehörigen irgendein nütliches oder hübsches Geschenk auf den Gabentisch legen würde? Gewiß, unser deutsches Volk ist durch die Drangsal der letzten 15 Jahre und durch die katastrophale Wirtschaftslage in größte Armut geraten. Aber größer als die Hilfe ist die Not bekanntlich nicht, und wer wollte angesichts der ungeheuren Erfolge unseres genialen Kanzlers und seiner Mitarbeiter gerade auf dem Gebiet der Arbeitsbeschaffung heute noch sorgenvoll in die Zukunft schauen, wo doch täglich Tausende unserer bisher erwerbslosen Volksgenossen dem Arbeitsprozeß wieder zugeführt werden? Wäre es nicht geradezu ein Verbrechen an uns selbst, wollten wir uns nicht loslösen von der dumpfen Verzweiflung, die uns umfängen hielt und die unsere Herzen seit Jahren nicht mehr froh schlagen ließ, die uns vielmehr jeden Sinn und jede Freude am Leben genommen hatte!

Und nun, wo wir frei zu werden beginnen von dem beklemmenden Gefühl wirtschaftlicher Unsicherheit und Rückentwicklung, haben wir alle Veranlassung, mit den größten Hoffnungen den kommenden Festtagen entgegenzusehen.

Die deutsche Schmuckwaren- und Uhren-

industrie hat Jahre schwersten Niedergangs hinter sich. Ein Volk, das noch nicht einmal in der Lage war, die notwendigsten Bedürfnisse des Lebens zu bestreiten, konnte unmöglich als Abnehmer einer Industrie gelten, die mehreren hunderttausend Menschen Brot und Arbeit gibt und die seit Jahren einen verzweifellen Kampf um ihre Existenz führen mußte.

Hier muß gründlich Wandel geschaffen werden! Der Pessimismus, der unsere Schmuckwarenindustrie und den einschlägigen Handel in seinem Banne hält, muß mit Stumpf und Stiel ausgerottet werden! Wir müssen wieder lernen, an uns selbst zu glauben! So groß ist der Luxus unserer Industrie nun doch noch nicht, als daß man von einem, nach deutschen Verhältnissen gemessen, überflüssigen Wirtschaftszweig sprechen könnte. Wir haben ein Anrecht, zu leben, und nehmen den Kampf um unsere Daseinsberechtigung mit verstärkten Kräften auf.

Ein Volk, dessen Kanzler nicht nur überragender Staatsmann, sondern auch Künstler größten Formats ist, bietet die beste Gewähr dafür, daß dem deutschen Kunsthandwerk und somit auch unseren Berufszweigen um die Zukunft nicht bange zu sein braucht.

Wenn in den Wochen vor Weihnachten wieder fröhliche Gesichter vor den schmucken, hellerleuchteten Schaufenstern der Uhrmacher und Juweliere stehen, wenn aus strahlenden Augen hunderterlei Wünsche sprechen, und wenn drinnen hinterm Ladenisch ein freundlicher, lebenswürdiger Verkäufer seine Kunden bedient, dann wird auch von selbst wieder die Stimmung beim kaufenden Publikum aufkommen, die notwendig ist, um ein zufriedenstellendes Weihnachtsgeschäft zu erzielen.

Wir haben gar keinen Grund, pessimistisch zu sein; wir wollen vielmehr unsere Gedanken, gleich Kräftestrahlen, zu einer Einheit formen, und alle, Hersteller und Verkäufer, felsenfest daran glauben, daß das Weihnachtsfest 1933 der Beginn einer neuen, besseren Zeit für unsere notleidende Industrie sein wird.

(I/262)

Sechs Tips für das Weihnachtsschaufenster

Die große Verkaufssaison — Weihnachten! — naht. Alle Uhrmacher hoffen auf einen guten Erfolg. Und alle — darüber gibt es wohl keinen Zweifel — können ein gutes Weihnachtsgeschäft gebrauchen. Aber „von nisch ist nisch“, sagt der Berliner. Werben muß ein jeder! Aber wie? Das Schaufenster ist die Hauptsache!

Wie gestaltet man ein werbewirksames Weihnachtsschaufenster? Wer lange darüber nachgrübelt und etwas Besonderes schaffen will, wird wohl resigniert feststellen, daß alles „schon einmal dagewesen“ ist, und daß alle Ideen, die ihm einfallen, bereits seit Jahren immer wieder in allen Weihnachtsschaufenstern verwirklicht worden sind. Darum sei zunächst festgestellt, daß es gar nicht immer unbedingt nötig ist, etwas grundlegend Neues für das Weihnachtsschau-

fenster zu schaffen, sondern daß es in erster Linie erforderlich ist, die praktischen Regeln zu beachten,

Ideale Weihnachtsgeschenke

Sie vergehen nicht schnell, sie bereiten viele Jahre große Freude

die den Erfolg des Weihnachtsschaufensters ausmachen. Hier sind sie:

1. Das Weihnachtsschaufenster muß reichhaltig sein

Es muß viel Ware gezeigt werden. Spezialdekorationen sind für andere Zeiten richtig und gut. Weihnachten ist Kauflust vorhanden, also muß das