



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

59. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 27. APRIL 1934

NUMMER 18

Wir rüsten auf die Ferien — jetzt schon?

Von Michael Börner

Für Weihnachten sind Sie hoffentlich gerüstet gewesen, verehrter Herr Fachgenosse? Und für Ostern ebenso! Und in das Pfingstgeschäft gehen Sie, wie ich annehmen möchte, auch mit wenn auch nicht gerade überschwenglichen, so doch mit einem Anflug von Erwartung hinein. Das ist recht so!

Das alles gehört zum Kapitel geschäftliche Rüstung, und nachdem die allgemeinen Werbefragen ja unter den Begriff der Solidität und des Organischen gestellt worden sind, dürfte mancher Fachgenosse geneigt sein, in dieser Hinsicht auch in sich selbst einen Umbruch des Denkens, Fühlens und vor allen Dingen des Handelns vorzunehmen.

Nun sind ein paar warme Tage aufgeflattert, und solche warmen Tage bringen es mit sich, daß auch der Mensch sich über sich selbst erhebt, auch seine geschäftlichen Manipulationen von einem warmen Frühlingswind durchwehen läßt und der Hoffnung einen breiten Durchlaß gewährt. Warum auch nicht? Alles muß einen Auftrieb haben!

Eine Schwalbe macht ja noch keinen Sommer, und ein sommerliches Damenkleid, den Milmmenschen zur Lockung hingehängt (und vielleicht auch schon von einer holden Frau getragen!), macht ebenfalls noch keine Reisestimmung. Aber merken Sie vielleicht schon, wie wir uns merklich oder unmerklich in einen sanften allgemeinen Ferientaumel hineinsuggestieren? Ein Bravo der Reichsbahn, daß sie es uns in diesem Jahr etwas leichter machen will (allerdings in aller geziemenden Kritik noch immer nicht leicht genug; mit Verlaub zu sagen: Es fehlt immer noch die Senkung der Kilometerpreise!).

Aber genug davon, keine unziemliche Kritik. Freuen auch wir Uhrmacher und Goldschmiede uns des Errungenen und wenden wir unsere Gedanken auf das Feriengeschäft, frühzeitig, mit aller Anspannung.

Haha! Ferien! Ausgeschmückte Läden, frisch, grün, lebendig, schillernd und schimmernd, und Damen, Damen, Damen, die daran vorbeistreichen, stehenbleiben, die Auslage herauf- und herabsehen, von links nach rechts, von rechts nach links, alles in sich hineintrinken, erregt werden, im Geiste eine Rechnung überschlagen, das Bank- oder Sparkassenguthaben vor sich sehen, und den ganzen Tag über „voll des süßen Weines sind“.

Denn was braucht eine Frau alles zur Ferienzeit

oder müßte sie wenigstens brauchen. Hier eine kleine Liste, die auf Vollständigkeit keinen Anspruch macht: Armbanduhr, Reiseuhr, Spangen, Ketten, einen Ring, etwas aus Silber (Bürste, Flakon, Schnalle usw.). Die Männer lassen wir vorläufig aus dem Spiel. Ich rede hier nur von dem, was eine Frau brauchen kann, und nicht von dem, was sie kaufen kann und was sie voraussichtlich kaufen wird.

Wir wollen unsere Angelegenheit am volkswirtschaftlichen und nicht am privatwirtschaftlichen Ende aufzäumen; wir wollen die Chance erörtern und nicht den mutmaßlichen Erfolg. Wir können die Wirtschaftslage nicht mit Gewalt zu unseren Gunsten umbiegen; aber wir haben die Aufgabe und die Pflicht, nichts zu versäumen, und wir haben nicht ausschließlich unseren Verstand zu befragen, sondern auch ein bißchen das Gefühl und den Optimismus und die Wahrscheinlichkeit.

Wenn Frau Bankdirektor und Fräulein Mieke, Tochter des Professors, Eva-Maria, die tüchtige Leiterin eines Filialgeschäftes, Josefa, die Kunstgewerbeschülerin, und Lotte, das verwöhnte Haustöchterchen, wenn sie alle an Ihrem hübsch, sachlich, geschmackvoll, eindringlich und persönlich aufgemachten Fenster vorbeiziehen, einmal, mehrere Male, viele Male, dann tun Sie das, was Sie tun können, tun müssen, um dem Erfolg die Hand zu reichen; Ströme der Anregung auszusenden, Widerhaken in so vielen Frauenherzen auszuwerfen und vielleicht nicht einen großen, aber doch einen mittleren Fischzug zu machen. „Schmuck hebt, Schmuck belebt, Schmuck webt, webt Beziehungen zwischen den Menschen.“

Können Sie, werter und verehrter Fachgenosse, sich nun vielleicht endlich einmal entschließen und den oft gemachten Vorschlägen folgen, Ihr Fenster etwas auf Frühling, Sonne, Charme, Ferien usw. einzustellen, damit nicht sachliche, sondern gefühlsmäßige Ströme von ihm ausgehen, damit es den Menschen (den Damen vor allen Dingen) warm vor Ihrem Fenster wird? Ringen Sie sich doch endlich einmal zu der Auffassung durch, daß es dem Geschäft dient, wenn Sie eine Sache nicht nur einfach als eine Sache darstellen und hinlegen, sondern daß es zuträglicher ist, wenn Sie die besonderen Reize und Möglichkeiten einer bestimmten Ware in klaren, nicht überschwenglichen, sondern in wirklich empfundenen menschlich eingestellten Worten darstellen.