



Die Auslage war in den Farben Weiß und Rot und Silber ausgeführt und machte immer einen festlichen Eindruck. Rückwand und Seiten waren mit weißer Tapele bespannt, die Rückwandmitte mit rotem Plakatkarton und darauf der Spruch mit Silberbuchstaben geklebt. Die stilisierten Ähren schnitt ich aus kornfarbenem Karton und klebte sie ebenfalls auf. Das Innere des Schaufensters umrahmte ich mit künstlichem roten Weinlaub, das außerordentlich schmückend wirkte. Der Schaufensterboden war mit einem feinen Damasttischluch belegt, das nach der Rückwand zu über einige Sockel gezogen war, an die ich Besteckteile lehnte und auch darauf stellte. Auf dem Boden, zwischen den Silbersachen, verstreute ich noch einiges Weinlaub, das das festliche Aussehen der Auslage noch erhöhte. Als Küchenuhren hatte ich

nur solche in Elfenbeinton mit Birkenmuster ausgewählt. Natürlich gingen die Uhren richtig! Das fiel allgemein auf, denn leider sieht man in Uhrmacherschaufenstern meist nichtgehende Uhren, bei denen auch noch die Zeiger kreuz und quer stehen. Wenn es sich schlecht einrichten läßt, die Uhren gehend zu halten, dann sollten doch wenigstens alle Uhren auf eine bestimmte Zeit eingestellt sein.

Links und rechts stehen zwei Ständer, die das Entstehen eines Besteckes zeigen, davor die entsprechenden Preistafeln. Erklärende Schildchen schrieb die Schreibmaschine und ich klebte sie auf Silberkarton, wodurch der einheitliche Charakter der Auslage gewahrt wurde. Trotzdem sei hier eine Anfrage an die Herren Fabrikanten eingeschaltet. Warum gibt es keine Schildchen für alle Einzelteile und vielleicht noch Kärtchen mit dem Texten: „Dußend, 1/2 Dußend, Stück?“ Nicht nur, daß damit dem Uhrmacher das Dekorieren erleichtert würde. Es fordert auch mehr dazu auf und das beschauende Publikum wird über die Verwendungsmöglichkeit mancher Einzelteile unterrichtet und zum Kauf veranlaßt. Als Grundton oder Schaffen, vielleicht auch als Schraffierung ließe sich doch stets die Marke einfügen. Wenn diese Schildchen in einer neutralen Farbe mit markanter deutlicher Schrift ausgeführt würden, wäre ihre verkaufsfördernde Verwendbarkeit sicher.

Das kommende Weihnachtsfest muß auch den Uhrmacher auf dem Plan finden und der Selbsterhaltungstrieb zwingt zur Tätigkeit.

Zeigen wir, daß es auch dem Uhrmacherberuf ernst ist, am Wiederaufbau tatkräftig mitzuarbeiten! (I/565)

Wie man's auch machen kann

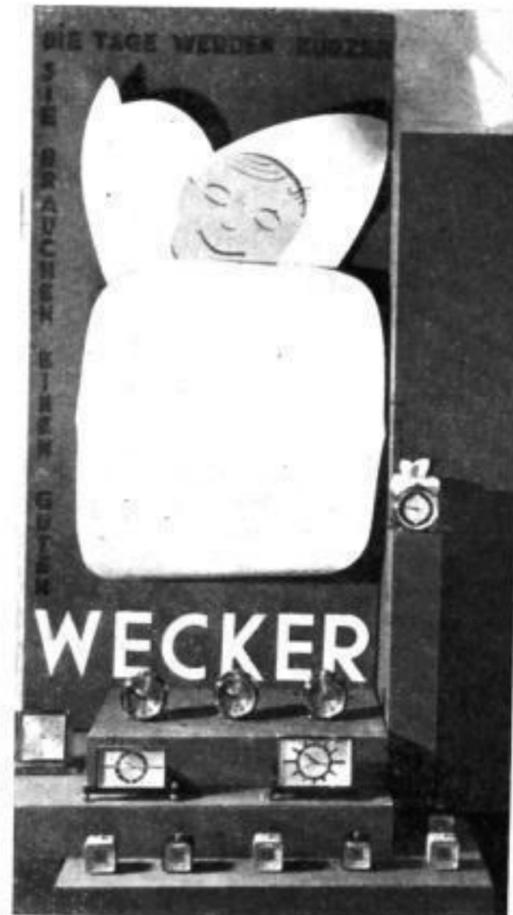
Das zeigt eine Wecker-Dekoration beim Uhrmacher Robert Koch in Halle. Es ist schon anzunehmen, daß den Uhrmachern die Ideen für gute Schaufensterdekorationen mal ausgehen. Aber dann muß man sich ein bißchen umsehen. Oft wird ja auch das nächstliegende übersehen.

Die Abbildung der oben erwähnten Wecker-Dekoration zeigt, daß man nicht immer in die Ferne schweifen soll, wenn das Gute so nah liegt. Hier diente der Schläfer der Junghans-Wecker als Vorbild. Geht es denn überhaupt noch einfacher? Mit etwas Lust und Liebe zur Sache wurde hier aus einfachen Mitteln ein vortrefflicher Blickfang geschaffen. Kopfkissen und Bettdecke aus weißem Karton. Der Karton, der die Bettdecke darstellt, wurde gebogen, so daß nicht nur eine Plakatwirkung erzielt, sondern eine plastische Darstellung erreicht wurde. Das Gesicht des Schläfers ist aus rosafarbenem Karton ausgeschnitten und mit einfachen Strichen bemalt.

Ich habe die Beschauer vor dem Fenster beobachtet. Sie zeigten alle ein zufriedenes Schmunzeln. Es ist wirklich kein Fehler, etwas Humor in die Werbung zu bringen, denn so etwas spricht bei den meisten Menschen stärker an als eine sachliche, nüchterne Darstellung.

Das einzigste, was meines Erachtens an der abgebildeten Wecker-Dekoration noch besser sein könnte, wäre die senkrechte Schrift links am Rand, die in dieser Anordnung schlecht leserlich ist. Die Worte „Sie brauchen einen guten“ könnte gut auf der weißen Bettdecke angeordnet werden. Außerdem hätten in dieser Dekoration eine ganze Reihe Wecker mit den Aufstecketiketten (Schläfer) gezeigt werden müssen, so daß eine bessere Verbindung vom Blickfang zu der entsprechenden Ware entstand.

Ich glaube, daß die Werbemittel der Fabriken noch viel öfter im Schaufenster ausgenutzt werden können.



Sehen Sie sich daraufhin mal ein bißchen um; sicher finden Sie dann noch manche gute Idee. (I/547) ER.