



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

60. JAHRGANG / BERLIN NW 7, 2. AUGUST 1935 / NUMMER 32

Haben Sie ein „modernes“ Geschäft?

Von H. J. Reimann, Juwelier (Berlin)



H. J. Reimann

Die meisten der freundlichen Leser werden natürlich sagen: Gewiß! Ich bin so ziemlich auf der Höhe, denn ich gehe doch mit der Zeit — — —

Zum wirklichen „Modernsein“ gehört aber so viel, daß ich in dem Rahmen dieser Zeilen (und um nicht der hochverehrten Schriftleitung zu mißfallen) nur die hauptsächlichsten Merkmale eines tatsäch-

lich neuzeitlichen Betriebes aufführen kann. Und da wird der eine oder der andere Kollege vielleicht zugeben müssen, daß einiges bei ihm noch fehlt.

Zuerst einmal die Außenfront. Hier hat sich in den letzten 15 bis 20 Jahren, wie die vielen schönen Geschäfte selbst kleinerer Städte beweisen, ein sehr erheblicher Umschwung gezeigt. Daneben gibt es aber zahlreiche Fachgenossen, die da meinen, ihre Waren und Leistungen wären gut; wozu also das sauer verdiente Geld einem Fassadenbauer in den Rachen werfen?

Doch auch hier gilt das Sprichwort: Kleider machen Leute. Eine schöne Außenfront bringt nämlich auch Käufer! Wer also an die Umgestaltung seiner Fassade herangeht, möge sich vor Augen halten, daß Einfachheit in der Linienführung die Grundbedingung ist. Erstens veraltet so eine Front nicht so rasch, und zweitens soll sie nur Nebenzweck sein: würdiger Rahmen für unsere edle Ware. Das läßt sich oft durch das einfache Mittel der Verglasung mit Schwarzglas erreichen. Wer mehr anwenden will, nehme den dauerhaften Edelputz, bei noch reichlicheren Mitteln unseren schönen deutschen Travertin oder aber als Höchstes Marmor. Letzterer hat allerdings die Eigenschaft, eventuell auszublassen und blind zu werden, bedingt also Pflege.

Der Firmenname besteht am besten aus aufgesetzten einfachen Blockbuchstaben in Bronze. Schöner sind natürlich Leuchtbuchstaben, die heute durch eine sehr sinnreiche Anordnung der Innenflächen mit wenigen Lämpchen tadellos ausgeleuchtet werden können, wo früher unzählige Birnen erforderlich waren. Wer gar die Neon-Leuchtröhren anbringen lassen will (die allerdings einen nicht gerade billigen Stromumformer benötigen), ist mit seinem Firmenschild auf der Höhe! Und noch eins: Lassen Sie nur Ihren Namen anbringen. Daß Sie Juwelier oder Uhrmacher sind, sieht man ja, besonders

wenn Sie noch eine richtig gehende Außenuhr haben, die gleich mit angeschlossen werden kann.

Wenn Ihre Versicherung damit einverstanden ist, daß Sie auch über Nacht das Fenster dekoriert belassen, so ist ein Stab-Rollgitter natürlich wunderbar. Nur müssen die Stäbe bis auf Mannshöhe eine erhebliche Dichte haben. Sonst ist eine Stahl-Rolljalousie das beste. Achten Sie aber darauf, daß Schaufenster und Eingangstür getrennt zu bedienen sind und daß ein Sicherheitshebel gegen das böswillige Hochheben von außen vorhanden ist. Kleine Beobachtungsschlitze sind zu empfehlen. Das Schaufenster selbst sollte nicht zu hoch sein. Es ist eine Erfahrungstatsache, daß die ganz oben aufgebauten Gegenstände so gut wie gar keine Beachtung finden. Also wozu? Aber auch nicht zu tief darf die Anlage werden. Noch immer werden 80% aller Stücke direkt aus dem Fenster verkauft, und wenn man da erst bei stärkerem Geschäftsgang halbrecherische Kunststücke aufführen oder das halbe Fenster ausräumen muß, um zu dem gewünschten Objekt zu gelangen, so ist das Fenster eben nicht „modern“. Es gibt zwar herausfahrbare Einrichtungen, doch erfordern diese in unseren immerhin kleinen Läden so viel Platz nach hinten, daß man sie nur selten findet.

Foto: Jendryski

Mustergültige
Firmenschild-Beleuchtung

