

Das werbewirksame Schaufenster für 14 Pf. je Tag

Von E. Rautenberg

Welchem Uhrmacher wäre sein Schaufenster diese geringe Summe nicht wert? Es wurde durch eine neue Einrichtung in der Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel, dem „Schaufensterdienst“, auch dem kleinen Uhrenfachgeschäft die Möglichkeit gegeben, sein Schaufenster immer wieder zu wechseln und auffallend zu gestalten. Damit ist die Frage, was der „Schaufensterdienst“ bezwecken will, schon beantwortet. Das Uhrenschaufenster soll nicht immer hinter den Schaufenstern anderer Branchen zurückstehen. Es soll auffallende Blickfänge zeigen, die auch die flüchtigen Passanten veranlassen, dem Schaufenster Beachtung zu schenken. Der „Schaufensterdienst“ soll dem Uhrmacher die Möglichkeit geben, ohne große Kosten und vor allen Dingen ohne großen Aufwand von Arbeitszeit dem Fenster einmal im Monat ein anderes Gesicht zu geben. Deshalb enthält der „Schaufensterdienst“ drei Blickfangplakate (60 x 80 cm groß), die im Motiv jeweils für einen bestimmten Monat passen. Diese Blickfangplakate sind farbenfreudig, zum Teil handgemalt oder gesprüht mit aus plastischen Buchstaben aufgesetzten Texten. Da die drei Abbildungen der Schaufensterblickfänge hier nur die Anordnung wiedergeben, sind nachstehend auch die Farben bezeichnet:

Blickfang für Januar:

- Untergrund: hellbau
- die beiden Figuren u. d. schräge Fläche: dunkelblau
- das Zifferblatt: gelb mit schwarzen Zeigern und Strichen
- Schrift: rot bzw. weiß

Blickfang für Februar:

- Untergrund: weiß
- Schüler: schwarz, weiß, rosa und rot
- Zeugnismappe: rot
- Schrift: schwarz

Blickfang für März:

- Untergrund: hellblau
- Erde: dunkelbraun bis hellgrün
- Sonne und Strahlen: gelb
- Band und Wolken: weiß
- Schrift: schwarz bzw. blau.

Um eine Verbindung zwischen Blickfang und Ware herzustellen, enthält der „Schaufensterdienst“ zu jedem Blickfang 40 Preisschildchen, die in Motiv und Farbe jeweils zu dem Blickfang passen. Der Uhrmacher, der den „Schaufensterdienst“ bezieht, braucht weiter nichts zu tun, als den Blickfang ins Fenster zu stellen, die Preisschildchen mit Preisen zu versehen und die entsprechenden Waren mit den Preisschildchen vor dem Blickfang in der Mitte des Fensters anzuordnen. So bekommt er in verhältnismäßig kurzer Zeit eine hübsche Dekoration, die auch den flüchtigen Passanten immer wieder veranlassen wird, das Fenster zu beachten, zumal sich Blickfang und Preisschildchen jeden Monat ändern. Was der „Schaufensterdienst“ kostet, sagt schon die Überschrift, nämlich 12 RM je Vierteljahr einschließlich Porto und Verpackung. Mit jeder Sendung, die jeweils am Anfang eines Vierteljahres herausgeht, werden drei Blickfänge und dreimal 40 Preisschildchen (siehe 3 Abb.)

