

## Der Schaukasten des Uhrmachers, ein oftmals noch übersehenes und doch wirksames Werbemittel

Der Schaukasten führt nur allzuoft als Werbeträger ein Schattendasein: Man hat vielfach seine Bedeutung noch nicht recht erkannt. In Wirklichkeit aber ist es so, daß man aus ihm allerhand machen kann, wenn man ihm die rechte Aufmerksamkeit schenkt. Dazu wollen die folgenden Ausführungen beitragen.

### I. Die werblichen Aufgaben des Schaukastens

Sehen wir uns die Aufgaben des Schaukastens näher an, so ist zunächst einmal nicht zu leugnen, daß er besonders für alle die Geschäftsinhaber, die über nur ein einziges Schaufenster verfügen, eine sehr große Bedeutung bekommt, sobald sich diese Geschäftsinhaber von der Auffassung freimachen, daß der Schaukasten nur ein kleines, nebensächliches Anhängsel des Schaufensters ist. Für diese Geschäfte lohnt sich der Schaukasten

- a) an der Fassade des Geschäftes,
- b) an anderen Stellen, so z. B. in sogenannten Passagen, wie wir sie selbst in großen Städten auch heute noch des öfteren finden.

In beiden Fällen kann er – wenn wir uns die Passage in nächster Nähe des Ladengeschäfts denken – als eine Art Verlängerung des Schaufensters angesehen werden, und er muß daher dann auch in seiner Dekoration und Aufmachung in einem gewissen Zusammenhang mit dem Schaufenster stehen. Der dritte Fall der Aufstellung, wo dies nicht nötig wird, ist der, daß der Schaukasten auf Ausstellungen in Form eines angehängten Schaukastens oder aber in Form einer freistehenden Vitrine auftritt. Dieser Sonderfall wird hier nur zum Schluß nochmals ganz kurz gestreift werden; besprochen werden hier nur die Fälle a und b.

Für beide darf wohl sehr gut gelten, was ein erfolgreicher Verkaufsleiter einer weltbekannten Firma einmal gesagt hat: Dem Schaukasten fällt vor allem die Aufgabe zu, für diejenigen Erzeugnisse zu werben, für die gerade in der Zeitung vom Fabrikanten oder vom Geschäftsinhaber Werbung getrieben wird. Gerade für diese Artikel sollte man den Schaukasten in erster Linie freihalten (sofern die Artikel in ihm unterzubringen sind), und es empfiehlt sich dann auch, die werbenden Anzeigen in dem Schaukasten mit auszuhängen, um so gleich äußerlich die Verbindung Zeitungsanzeige–Schaukasten herzustellen.

### II. Das äußere Aussehen des Schaukastens

Der Schaukasten von heute darf nicht mehr der von gestern sein. Er hat sich in seinem Äußeren der Ladenarchitektur von heute anzupassen und sollte deshalb nur noch einfache, glatte Formen zeigen. Das ist ja auch schon aus Gründen der Sauberhaltung zu empfehlen. Zu dem Begriff Sauberkeit gehört auch, daß der Schaukasten gut schließt und weder Staub noch Schmutz noch Regen und Schnee einläßt. Zu ihm gehört aber auch ebenso, daß bei einem Neuanstrich der Ladenfront bzw. des Schaufensterrahmens der Schaukasten nicht vergessen wird, wie man es so oft sehen kann. Auch durchgerostete Bleche, die das Dach des Schaukastens bilden und oftmals zu sehen sind, sollten schnellstens beseitigt werden, damit nicht durch sie der Inhalt des Schaukastens Schaden leidet.

So wie der neue Schaukasten aus Sauberkeitsgründen nicht mehr soviel Zierat haben sollte wie der alte, so sollte er auch eine geringere Tiefe haben. Eine Tiefe von 20 cm ist heute zeitgemäß. Das führt zwar dazu, daß nur kleinere Gegenstände darin untergebracht

werden können, aber auf der anderen Seite wird gerade dadurch der Schaukasten wiederum sehr wertvoll. Denn all die kleinen Gegenstände, die man zwar auch im Schaufenster unterbringen kann, die aber dort nur schlecht oder gar nicht zur Wirkung kommen würden, können nun im Schaukasten zur schönsten Geltung gelangen.

Um bald höhere, bald niedrige Artikel unterbringen zu können, sollte man die einzelnen Zwischenbretter des Schaukastens verstellbar und herausnehmbar einrichten, was auch aus Gründen des Sauberhaltens nur empfehlenswert ist. Im übrigen gewöhne man sich daran, den Inhalt alle acht Tage zu wechseln und dabei immer gleich eine kleine Säuberung vorzunehmen.

Damit alles Ausgelegte gut zu sehen ist, sollte die Schaukastenscheibe ungeteilt sein. Der Kasten aber sollte aus demselben Grunde so hängen, daß er unten möglichst 50 cm über dem Gehsteig endet und oben nicht höher als 1,60 m über dem Gehsteig. Die beste Kastenhöhe ist daher 1,10 m.

Wer keinen modernen Schaukasten hat und sich einen solchen auch nicht anschaffen kann, sollte den alten modernisieren, d. h. zuerst von allem unnötigen Zierat befreien, dann mit Farbe auffrischen und endlich „verkleinern“. Da die alten Schaukästen oft bis zu 3 m hoch sind, ist anzuraten, einen Teil vom Schaukasten einfach oben abzudecken, so daß er nicht höher als höchstens 2 m über dem Gehsteig Auslagen zeigt. Man erreicht das ganz einfach durch Übermalen des oberen Glases mit dunkelblauer oder dunkelgrüner Olfarbe.

Etwas Besonderes kann man noch dadurch erzielen, daß man auf der Scheibe des Schaukastens durch Übermalen des Glases in der Sichthöhe ein paar kreisrunde oder aber ovale Blicköffnungen (eine Art Guckkastlöcher) schafft, hinter denen man nun Gegenstände auslegt, die man besonders gern zeigen möchte. Die übermalten Teile der Scheibe lassen sich dabei gut für werbende Aufschriften verwenden, welche auf die versteckten Auslagen hinweisen. Dies sollte man aber recht geschmackvoll und niemals zu groß und schreiend ausführen.

### III. Wie soll der Schaukasten dekoriert werden?

Für die Dekoration können wir einige Grundsätze aufstellen, die wir im folgenden nennen.

1. Da der Schaukasten nicht tief ist, muß er „flächig“ dekoriert werden, d. h. es dürfen in ihm nicht Dinge untergebracht werden, die eine große Tiefe haben und dadurch den Schaukasten von vorn bis hinten füllen.

2. Der Hintergrund des Schaukastens sollte möglichst in einem Farbengegensatz zu den ausgelegten Waren stehen, da er ja nahe an die Auslagen herangerückt ist und sich die Waren gut von ihm abheben müssen, wenn sie Beachtung finden sollen. Der Hintergrund kann natürlich wie auch sonst aus Papier oder Stoff bestehen, nicht verwenden aber sollte man Spiegel, vor allem dann nicht, wenn der Schaukasten künstlich erleuchtet werden muß.

3. Die Schaukästen erlauben nur die Auslage von kleinen Auslagen. Dem haben sich die Preisschilder und auch etwaige Aufstellplakate in der Größe anzupassen. Man sollte darauf mehr achten und nicht dieselben Hilfsmittel verwenden, die im Schaufenster benutzt werden.

4. Auch für den Schaukasten gilt das Gesetz, das das Schaufenster kennt: nicht zuviel Waren zeigen. Je übersichtlicher der Kasteninhalt ist, um so besser ist die werbliche Wirkung.