

## 3000 sind erreicht

Das bedeutet, daß ein Drittel aller Uhrmacher mit Ladengeschäften den Schaufensterdienst beziehen und sich damit zur Werbung für den „gelernten Uhrmacher“ bekennen. Das ist keine Schablonenwerbung, sondern die gemeinsame Aufklärungsarbeit für unser Handwerk, deren Eindringlichkeit mit der steigenden Zahl der Teilnehmer nur noch verstärkt wird. Und die Teilnehmerzahl von 3000 wird weiter steigen, denn diese Werbung schließt alle Berufskameraden ein und wirkt sich auch zum Vorteil derer aus, die die Notwendigkeit einer solchen Werbeaktion noch nicht erkannt haben.

Für uns gilt nicht die Werbeauffassung „Jeder für sich“, deren Nutzen nur einigen finanziell starken Geschäften zugute kommt.

Der Werbung des Reichsinnungsverbandes geht es um die Sicherstellung des gesamten Berufsstandes, die niemand ausschließt und alle zuläßt.

Der individuellen Ausgestaltung dieser Werbung sind trotzdem keine Grenzen gesetzt, denn der persönliche Einsatz in Handwerk, Verkauf und Werbung macht erst ein Geschäft wettbewerbsfähig, so daß der Schlagsatz „Kauft Uhren vom gelernten Uhrmacher“ keine leere Formel bleibt.

Für manchen Schaufensterdienst-Bezieher, der zum erstenmal in seinem Schaufenster einen Blickfang unterbringt, taucht die Frage auf: Wo soll das Plakat hin? Kommen Sie bitte nicht einfach zu der Feststellung, in meinem Fenster geht es nicht. Versuchen Sie es, überlegen Sie sich die Frage: Wie kann ich mir da helfen?

Wir bringen laufend Dekorationsvorschläge, von denen auch für Ihr Fenster eine Anregung dabei sein wird. Diese Abbildungen sind nicht einfach so hingezeichnet, sondern entstanden aus den Voraussetzungen, welche bei den meisten Uhrmacherfenstern vorhanden sind:

1. kleine Ausmaße des Fensters,
2. vorhandener Schaufenstereinbau,
3. das Verlangen des Uhrmachers, viel Ware zu zeigen.

Es fällt gewiß schwer, auf liebgewordene Angewohnheiten zu verzichten, z. B. das ganze Fenster mit Ware zu füllen. Aber überlegen Sie folgendes:

Wenn das Publikum laut Statistik 29 Sekunden Ihre Auslagen betrachtet (geben Sie ruhig noch etwas mehr Zeit hinzu), wieviel von den ausgestellten Sachen kann das Auge wahrnehmen, noch dazu, wenn man die Übersicht durch eine unnötige Warenfülle erschwert.

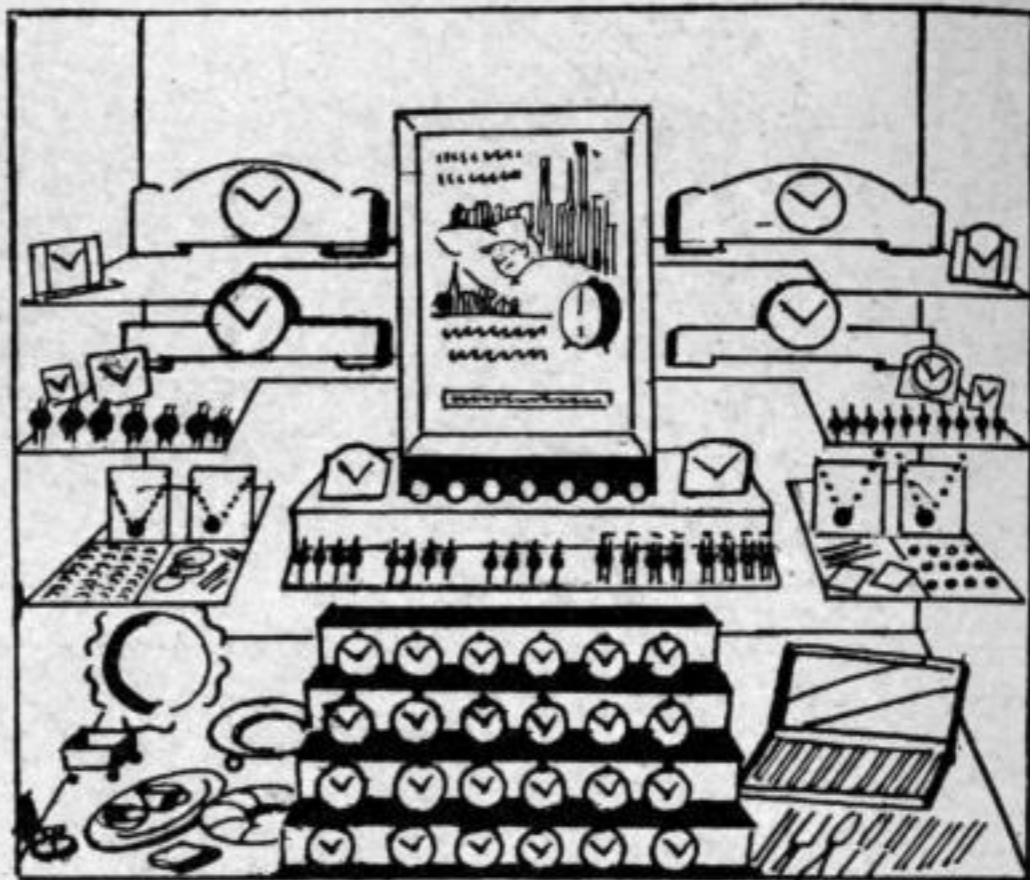
Infolge der Gleichförmigkeit der Auslage ist mancher der Ansicht, der Uhrmacher hat immer nur dieselben alten Sachen, nichts Neues. Wenn das Publikum, aufmerksam gemacht durch unsere eindringliche Werbung, sich uns vertrauensvoll zuwendet, so dürfen wir es durch eine falsche Ausstellungsform nicht enttäuschen. Es wäre töricht, sich die mühsam errungene Position selbst zu verderben. Also bitte, fangen Sie einmal bei den einfachsten Notwendigkeiten einer Schaufensterdekoration an:

1. der Blickfang kommt an die günstigste Stelle,
2. wir stellen genügend Ware aus, aber nur so viel, daß der Beschauer die Übersicht nicht verliert.

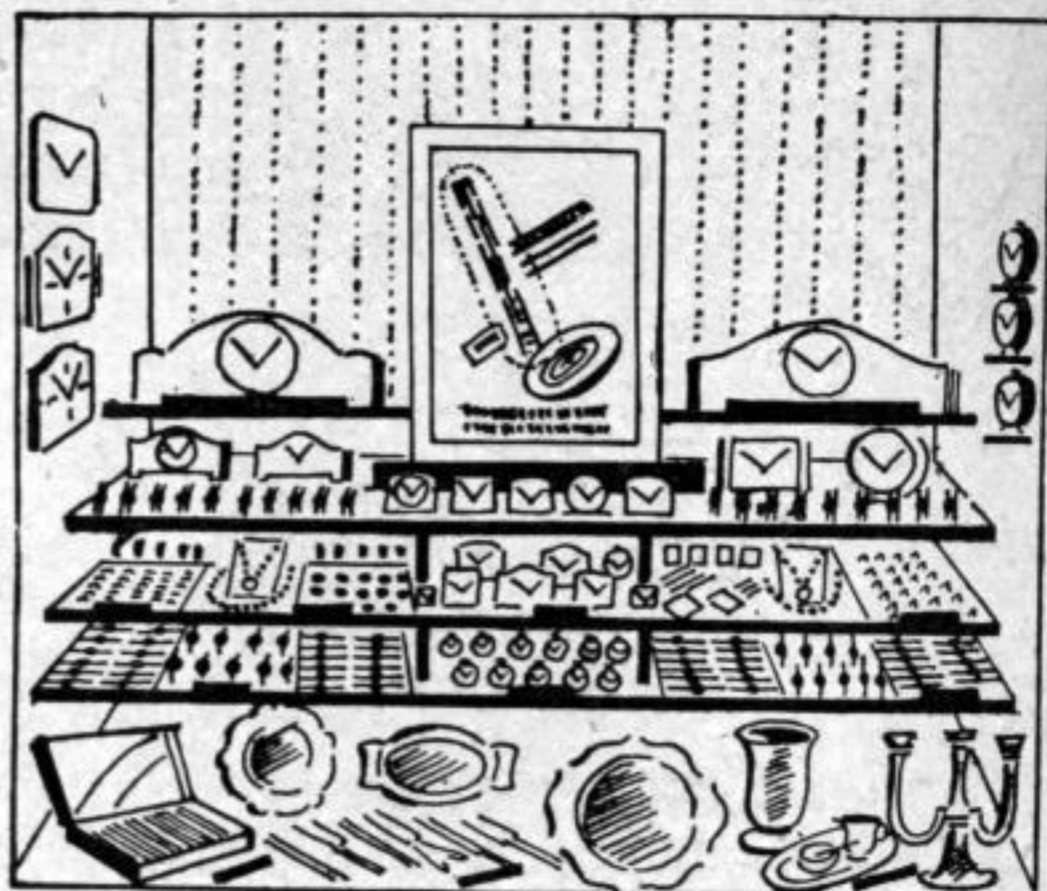
Wir müssen dahin kommen, daß jeder Uhrmacher ein wirkungsvolles Schaufenster aufbaut.

(1/1918)

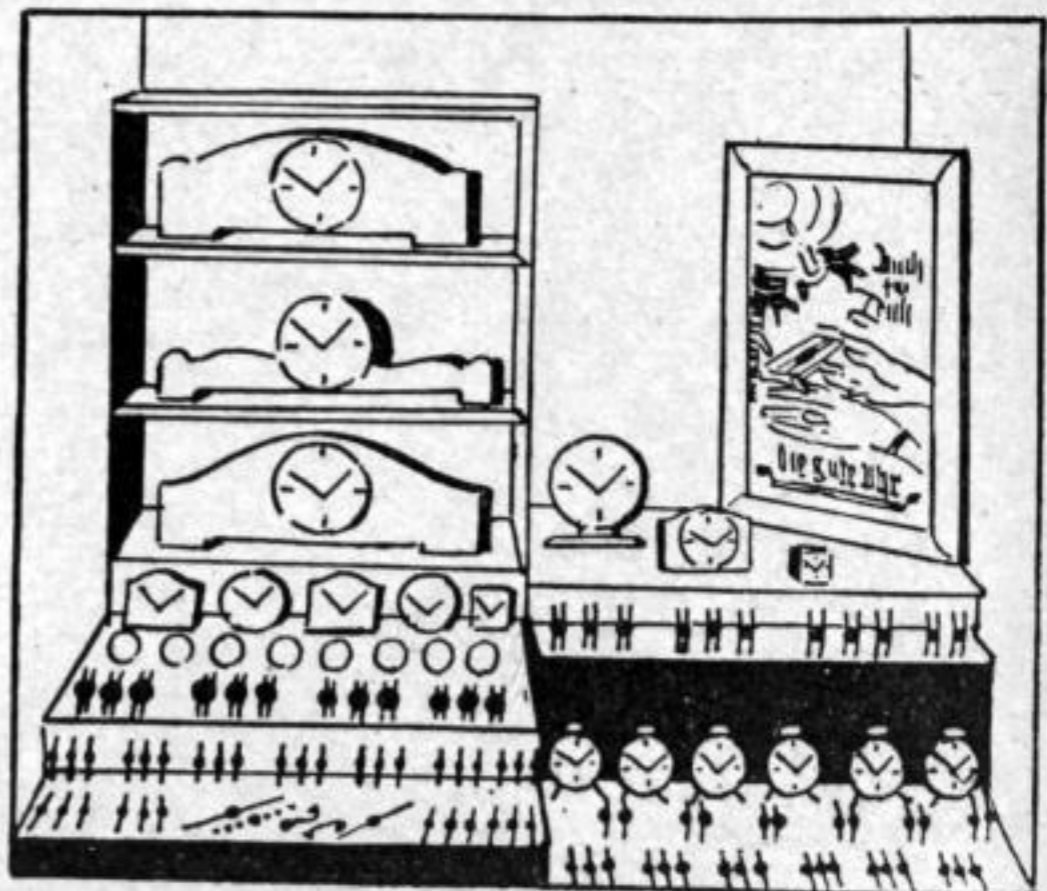
**Berufsförderung  
des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks,  
Berlin W 35, Potsdamer Straße 111.**



Oft verwendeter Etagenaufbau, meist aus Glasplatten bestehend. Auf einem Sockel steht das Schaufensterplakat mitten im Raum. Für Weckeruhren ein treppenartiger Aufbau in Verbindung mit dem Weckerplakat, das vorherrscht in diesem Schaufenster, trotzdem die Notwendigkeit, von jeder Ware etwas zu bringen, berücksichtigt wurde.



Ein fester Etageeinbau in bekannter Form ohne Möglichkeit einer Veränderung. Lebendige Aufteilung der Dekorationsflächen durch verschiedene Warengruppen, die in sich natürlich streng geordnet sein müssen. Der Blickfang beherrscht das Schaufensterbild. Man kann ihn sich nicht wegdenken. Würden Sie das Fenster auch ohne Blickfang interessant genug finden?



Ein Schaufenstervorschlag für Uhrmacher, die in ihrem Fenster bauen können. Das Weihnachtsplakat ist schräg zur Laufrichtung aufgestellt worden, so daß es besonders ins Auge fallen muß. Eine strenge Ordnung der ausgestellten Warengruppen gestattet schnelle Übersicht trotz vieler Sachen, die man zu Weihnachten gern im Fenster ausgestellt hat.