

Das Osterfenster muß Frohsinn verbreiten

Mach' ein frohes Gesicht —

und du wirst überall gern gesehen. Jeder fühlt sich zu solchen sympathischen Menschen hingezogen. Sie haben es viel leichter, erfolgreich zu sein, als andere, die gleichgültig oder gar verdrossen daherkommen.

Sollte diese Erkenntnis nicht auch auf unsere Schaufenster anwendbar sein? — Gewiß! — Jedes Schaufenster hat sein Gesicht, und es spiegelt sich in ihm meist die ganze Lebensauffassung seines Besitzers wider. Da gibt es freundliche, einladende Fenster, deren Besitzer sicher ihre Kunden zuvorkommend bedienen. Wir sehen auch gleichgültige Schaufenster, die in uns das Empfinden wachrufen, daß hier nicht der Kunde, sondern nur das Geld des Kunden interessiert. Manch frühe dreinschauendes Fenster spricht von mangelndem Lebensmut des Geschäftsinhabers; er läßt alles so laufen, ohne sich einmal selbst etwas zu bemühen, und ist zufrieden, wenn zufällig ein Kunde sein Geschäft betrifft. Sie sehen: auch die Schaufenster haben, genau wie die Menschen, viel und wenig Erfolg.

Unser Fenster ist unser Mitarbeiter. Wir bezahlen dafür die Miete wie für einen Gehilfen den Lohn, und dafür muß es nun aber auch fleißig arbeiten, nämlich die Kunden in den Laden bringen.

Es muß hell und sauber aussehen, also gewissermaßen „gut angezogen“ sein.

Es muß vorteilhaft und übersichtlich die Ware zeigen.

Es muß auch die Ware beschreiben.

Es muß die Preise nennen.

Endlich muß es mit liebenswürdiger „Blickfanggeste“ den Vorübergehenden zum Anschauen und Kaufen einladen.

Es muß die gleiche Aufgabe erfüllen, wie der Uhrmacher selbst, der im Laden nun den Kunden bedient.

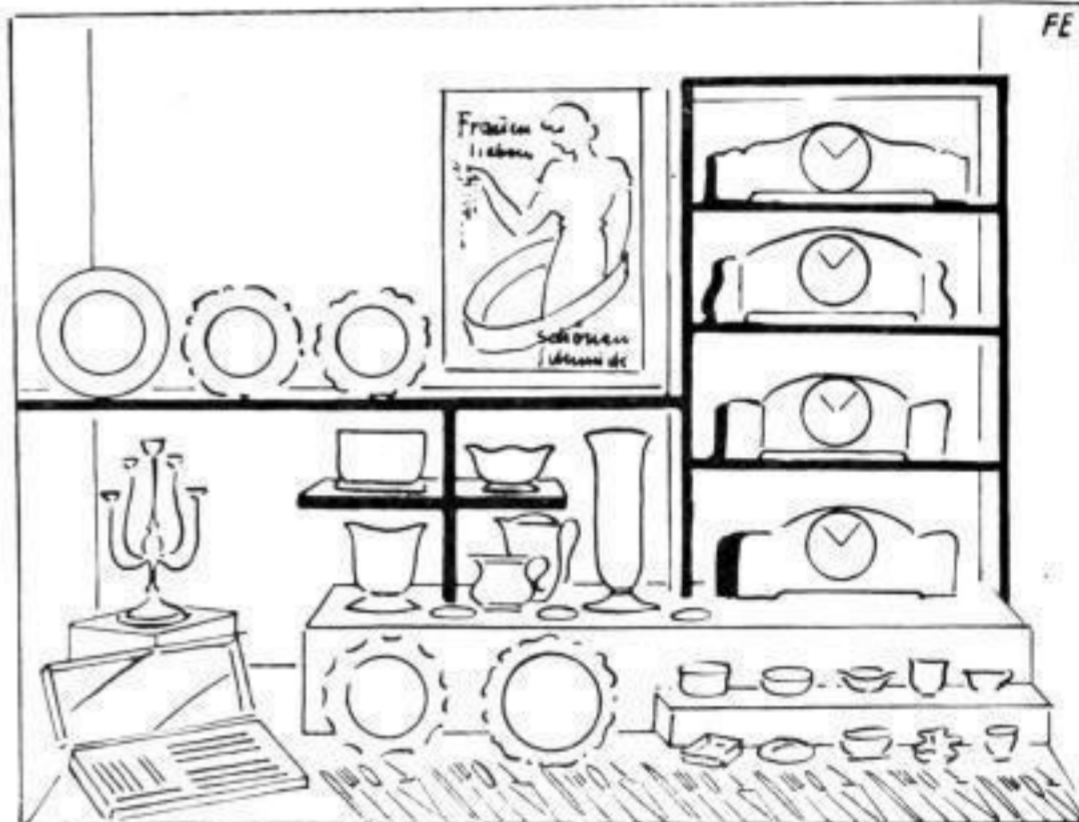
Was wir immer beachten sollen, das wollen wir aber gerade jetzt, zur kommenden Osterzeit, in besonderem Maße tun.

Die Vorahnung des Frühlings macht die Menschen froh und viel eher geneigt, einer freundlichen Aufforderung zum Kauf Folge zu leisten, als das sonst der Fall ist. Und da wollten wir gleichgültig und frühe dabei stehen? Wir und unser Fenster?

Nein! Darum befehligen Sie sich einer heiteren Lebensauffassung und schaffen Sie sich für Ihr Fenster auch einen heiteren Blickfang an, damit der Kunde gern zu Ihnen kommt.

Der Schaufensterdienst des Reichsinnungsverbandes erfüllt diese Aufgabe in vortrefflichem Maße. Die Berufskameraden, die ihn besichtigen, werden mit Freuden feststellen, daß Ihre Schaufenster einen gewinnenden Eindruck machen.

In zahlreichen Zuschriften bringen die Berufskameraden rückhaltlos ihre Anerkennung für die Werbung des gelehrten Uhrmachers zum Ausdruck.



Speziell für das Osterfenster gehört zu dem Photo-Blickfang „Uhrmacher und Käufer“ ein aufsteckbares Ostermotiv, das auf diese Weise einen plastischen Eindruck vermittelt. Die einheitliche Ausrichtung des ganzen Schaufensters auf das Osterthema wird erreicht durch die Verwendung der 25 Textschildchen, die das gleiche Ostermotiv zeigen und die ausgestellte Ware kurz und anregend beschreiben. Eine schicke Ergänzung bilden dann die großen und kleinen Preisschildchen.

Überlegen Sie auch einmal, wie Sie den Gesamteindruck Ihres Fensters verändern können! Wir bringen Ihnen hier zwei außerordentlich markante Vorschläge, die Ihnen einen Anreiz geben sollen, es einmal anders als sonst zu versuchen.

Das kleine Schaufenster ist bemüht, durch einen sehr eigenwilligen, strengen Aufbau eine ganz neue Note in das Uhrmacherschaufenster zu bringen und die Gruppierung der ausgestellten Ware zu geschlossenen Ausstellungen zu erleichtern.

Das große Fenster ist besonders für Geschäfte mit vielfälligem Warenlager gedacht, die darauf angewiesen sind, von jeder Warengruppe eine Auswahl in das Fenster zu bringen und demzufolge sehr viel Platz benötigen. Bei dieser Lösung ist darauf Bedacht genommen worden, daß unten Korpusware und Bestecke, darüber Schmuckwaren und ganz oben Uhren gruppiert werden können.

Beide Entwürfe sollen dem Beschauer die Auswahl aus der Ausstellung erleichtern und vor allem das Auffinden der gewünschten Gruppe bequem machen.

„Kauft Uhren vom gelehrten Uhrmacher“ heißt unsere Parole. So herausgestellt, wird unser Schaufenster ihr den lebendigen Nachdruck geben.

(1/2159)

