

## Darf man sich das Weihnachtsfenster ersparen?

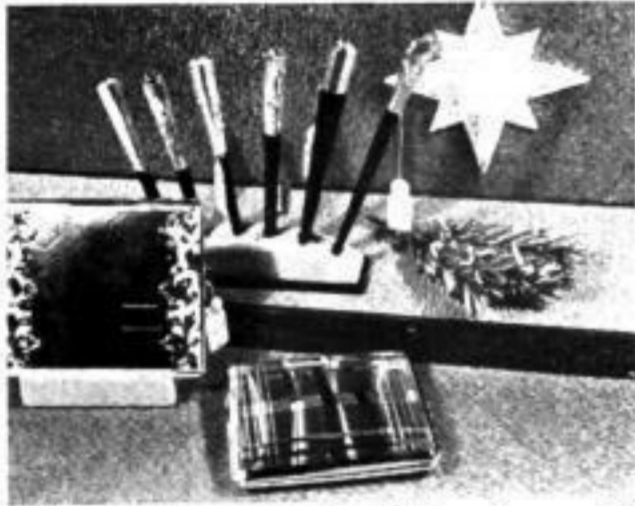
Die Frage, ob man ein Weihnachtsfenster machen soll, wird jetzt schon beantwortet durch unsere großen Mitbewerber, die Warenhäuser. Sie haben eine kleine Generalprobe für die Kinder in den Schaufenstern inszeniert, und groß und klein drängt sich davor. Auch in den großen Lichthöfen ist ein lebendiger Reigen aus dem Wunderland kindlicher Phantasie aufgebaut.

Diese Unternehmen wissen, daß sie durch die Wunschweckung im Kinde auch die Erwachsenen zur Aufnahme-freudigkeit der Weihnachtsstimmung anregen. Verkaufspsychologie!

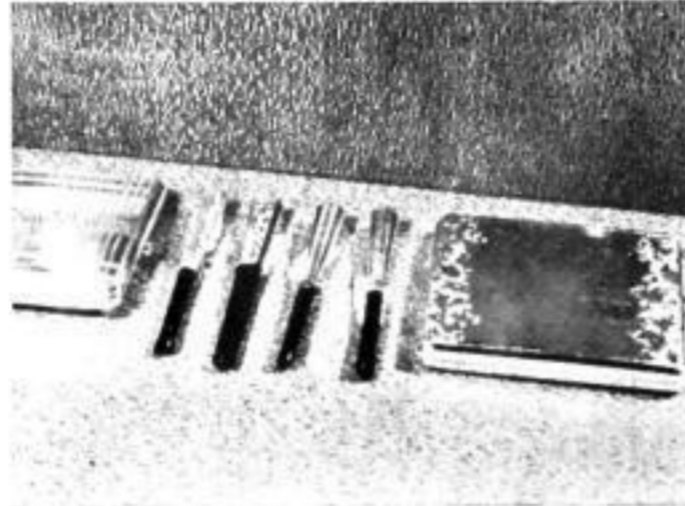


Alle Aufnahmen: Uhrmacherkunst

Wer nicht sein ganzes Schaufenster weihnachtlich gestalten will, versäume nicht, wenigstens in einer Ecke oder in der Mitte eine Geschenkgruppe aufzubauen. In Verbindung mit einem Weihnachtsblickfang und anderen Zeichen — Sterne, Tannenzweige, Weihnachtspreisschilder — erhält das Fenster sofort festliches Gepräge!



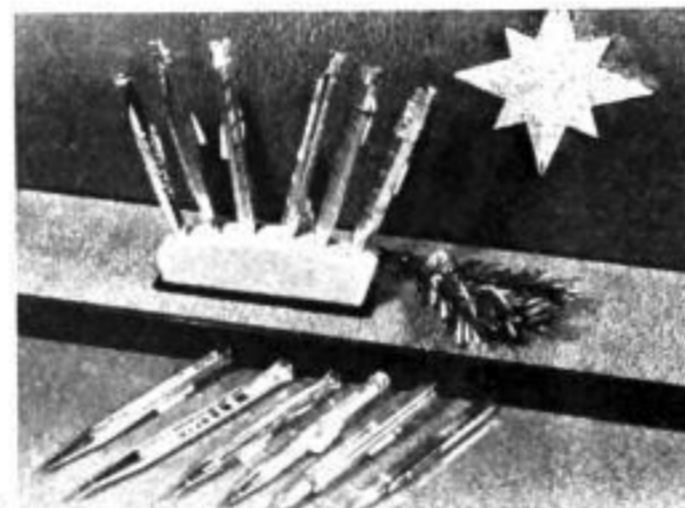
Wie festlich sieht eine kleine Gruppe Zigarettenspitzen mit Etais aus, wenn sie in geschmückter Umgebung stehen.



Wie kalt und lieblos sind dagegen diese „Festgeschenke“ ausgelegt.



Der richtige Ständer rückt die Armreifen in das rechte Licht — wie wenig kommen sie vorn zur Geltung.



Auch hier ist es der praktische Block, der die Bleistifte in voller Größe zeigt — vorn liegend wirken sie bei weitem nicht so gut.



Alle die Schmuckwaren, die wir oft einzeln ausstellen, werden zweckmäßiger auf einem Sammelständer untergebracht . . .



. . . damit sie nicht in Unordnung geraten können und außerdem mit einem Griff zusammen vorgelegt werden können.



Die kleinen Geschenkgruppen „Alles für den Herrn“ oder „Alles für die Dame“ sind wertvolle Geschenkberater für die Kundschaft.



Jeder Artikel wird zusammen ausgestellt, damit der Kunde sofort sieht, welche Hauptformen in Betracht kommen.

Auf den Einwand: „Die können das auch, die haben ja viel mehr Ware als wir“, muß festgestellt werden: es bleibt alles im gleichen Verhältnis, mit Vorteilen und Schwierigkeiten, der Warenbeschaffung und des Verkaufs. Also bleiben auch die gleichen Voraussetzungen zur Schaufensterwerbung, und selbst das kleinste Geschäft darf sich nicht gestatten, auf Schaufensterwerbung zu verzichten.

Wer behauptet: es hat ja keinen Zweck, die Ware werden wir trotzdem los, der hat zu anderen Zeiten ebenso behauptet: es hat ja keinen Zweck, die Ware werden wir doch nicht los. Er meinte dabei nur seine eigene Trägheit, die ihm nicht gestattet, seine Pflicht gegenüber dem kaufenden Publikum zu erfüllen.

Und gerade jetzt kommt es darauf an zu beweisen, daß man sich in dieser Zeit ganz besonders als Treuhänder seiner Kunden fühlt. Es soll später keinem Uhrmacher nachgeredet werden: das ist auch so einer, der es nicht nötig hatte. Das Publikum vergißt nicht so leicht und kann sehr nachfragend sein. Also wollen wir den Tugenden des guten Geschäftsmannes die anständige Gestaltung des Schaufensters voranstellen und lassen uns die hier wiedergegebenen Skizzen zur Anregung dienen.

Hat es auf die moderne Forderung des Schaufenstergestalters: wenig Ware ins Fenster, an Einwänden nicht gefehlt: wir verkaufen nur das, was wir im Fenster zeigen, so ist jetzt eine weise Beschränkung der Warenauslage durchaus am Platze. Der Verkauf aus dem Schaufenster heraus muß wirklich einmal aufhören, noch dazu, wo es die frühe Dunkelheit gebietet. Welche überzeugenden Wirkungen entstehen, zeigt Ihr eigenes Schaufenster am besten selbst, wenn Sie diese Anregungen auswerten. „Weihnachten“ heißt das Thema und es muß auch überzeugend zum Ausdruck kommen. Sie können dem täglich Vorübergehenden nichts vormachen, wenn zwischen der ewig bekannten Auslage ein paar Glimmersträußchen liegen oder in einer Ecke ein Tannenzweig mit Lametta und drei Silberkugeln angebracht wird.

Machen Sie aus Ihrem Schaufenster den Gabentisch für die verschiedenen Familien, geben Sie Anregung durch kleine Zusammenstellungen: „Alles für den Herrn“, — „Alles für die Dame“, — „Alles für das Kind“. Das ist gewiß keine neue Idee, doch wird meistens bis auf die Überschrift nichts weiter gemacht. Also dieses Mal das Weihnachtsfenster auch wirklich gestalten!

Mangel an Zeit und die viele, viele Arbeit sind keine Begründung dafür, auf ein Weihnachtsschaufenster zu verzichten. Der großen Familie des kaufenden Publikums haben die Geschäftsleute die Weihnachtsstimmung durch ein geschmücktes Schaufenster zu erhalten und zu steigern. Wer es nicht tut, stellt sich selbst aus der Reihe derer, denen allseitige Sympathie entgegengebracht wird. Es geht hier nicht nur um die Ware, sondern auch um die Dekoration. Es ist eine lang wirkende Erinnerungswerbung, wenn gesagt wird: Uhrmachermeister Müller hat aber ein schönes Weihnachtsfenster!

Ebeling.