

Ein Wiener Uhrmacher

Der Wiener Uhrmachermeister Bernhald Schmid hat bei der Einrichtung seines Geschäftes ein besonderes Stilempfinden bewiesen und gezeigt, daß er die Schaffung guter Arbeitsverhältnisse als erste nationalsozialistische Pflicht eines Betriebsführers betrachtet. Die Möglichkeiten, die hier genützt werden, sind oft vorhanden. Berufskamerad Schmid versicherte uns, daß sich Mühen und Kosten gelohnt haben, Umsatz und Werkstattleistung sind ein Beweis dafür!

(Die Schriftleitung.)

Nach Übernahme des jüdischen Geschäfts im Herbst 1938 fand ich ein vollkommen verwahrlostes Unternehmen vor. Schon auf den ersten Blick mußte man sagen, daß ein Fachgeschäft so niemals aussehen darf. Der Jude war als reiner Händler nur auf Profit bedacht. Meine Hauptarbeit sah ich zunächst darin, alles zu entfernen, was irgendwie jüdischer Initiative entsprang oder jüdische Aufmachung hatte. Ich wollte ein solides deutsches Uhrengeschäft aufbauen. In der äußeren Aufmachung sollte das Geschäft einen ruhigen und klaren Eindruck erwecken. Ich wollte auf jede Effekthascherei und jede marktschreierische Wirkung oder Propaganda verzichten. Die äußere Front sollte so gestaltet werden, daß sie der kommenden Außenwandflächenwerbung Rechnung trägt. Damit verzichtete ich bewußt auf jede in den Straßenzug hineinragende Werbung. Gerade in der Straße, in der sich mein Geschäft befindet, sind leider noch viel zuviel Fassadenwerbe-

mittel, die bis zu 5 m auf die Straßenfront hinausgehen. Mein Firmenschild sollte einfach und klar sein. Auf jedes schmückende Beiwort wollte ich verzichten. Mir lag es gar nicht daran, herauszustellen, daß ich Gold-, Silberwaren und Uhren vertreibe. Ich wählte einen typischen Namenszug. Früher hatte ich einmal die Firmenbezeichnung „Uhren-Schmid“. Das gefiel mir nicht. Ich wollte meinen Beruf als Uhrmacher herausstellen, darum schrieb ich an die Front meines Geschäfts: „Uhrmacher Schmid.“

Ich entfernte nun die gesamte jüdische Einrichtung. Die Rückwandenteilung für typische Massendekoration war vollkommen falsch am Platz. Ich verwirklichte meine Gedanken über die Schaufenstereinrichtung; sie begegneten den auf der Reichstagung des Uhrmacherhandwerks in Wien gezeigten Schaufenstervorschlägen. Ein dort gezeigtes Schaufenster übernahm ich für mein Geschäft. Die Dekoration wird so gehalten, daß jedes Einzelstück wirklich zur Geltung kommt. Zu besonderen Anlässen mache ich natürlich Sonderdekorationen, z. B. am Muttertag. Die schöne Porzellanplastik „Mutter und Kind“ nach Professor Nick steht dann im Mittelstück des Dekorationsaufbaues. Um das Mittelstück gruppieren sich einfache, schlichte Geschenkartikel für die Frau und die Mutter. Selbstverständlich werden auch Blumen im Schaufenster verwandt.

Das Schaufenster soll betont einfach sein und die Werbeabsicht nicht verraten. Ein anderes Beispiel: Geburtstag des Führers.

Ich verzichte bewußt auf jede Warenausstellung. Das Fenster wird ausgeräumt und lediglich mit Blumen geschmückt. Eine Führerbüste steht in der Mitte des Schaufensters. Das letzte Mal brachte ich im Schaufenster eine graphische Darstellung der politischen Erfolge des Führers. Die graphische Darstellung war künstlerisch wertvoll. Sie war als Sonderanfertigung bestellt worden. Diese Art einer stilvollen Dekoration ist nicht nur politische Pflicht, sondern auch eine Empfehlung für das Geschäft. Nichts ist unschöner, als wenn die Führerbüste oder das Führerbild von Waren umringt ist.

Das Prinzip der Innenausstattung ist das gleiche wie bei der Einrichtung und Dekoration des Schaufensters. Ich verzichte auf jede Massendekoration. Auf der rechten Seite des Ladengeschäfts zeige ich Uhren, auf der linken Schmuckwaren. Durch gleich hohe Fassadenführung und dunkelrote Deckenbespannung versuche ich, einen behaglichen, ausgeglichenen, warmen Eindruck zu erwecken. Jede einzelne Uhr kommt so zur Geltung, und zwar so, daß wirklich in dem Besucher ein mehr oder weniger starker Kaufwunsch ausgelöst wird. Sämtliche Wecker und Stiluhren sind hinter Glas in beleuchtbaren Vitrinen.

Der von den Vitrinen freigelassene Raum der Wände ist mit einer verspannten Holzwand versehen, der mit Rahmenleisten so abgespart ist, daß jede zur Schau gestellte Uhr in ihrem Feld zur Wirkung kommt. Zum Kontrast der dunkleren Holzfarbe und der roten Bespannung sind die übrigen Wände und Flächen in abgestimmter heller Farbe. Außerdem war ich bestrebt, für die Wartenden oder für die noch zu beratende Kundschaft eine besondere Sitzgelegenheit zu schaffen.

Abschließend sei über die Anlage des Verkaufsgeschäfts gesagt, daß ich von der Absicht ausgegangen bin, einen möglichst vornehmen und ruhigen Eindruck zu erzielen und jede Überladung durch ein Zuviel an Warenausstellung zu vermeiden, dafür aber den Kunden durch wenige, aber ausgewählt schöne Uhren zu beeindrucken. In der konsequenten Verwirklichung dieser Idee verlegte ich, nachdem mir im Parterre

an das Geschäft angrenzende Räume fehlten, die Werkstatt mit Büro und einen weiteren Verkaufsraum für Großuhren in den dritten Stock des gleichen Hauses. Kunden, die im Straßenlokal nicht die gewünschte Ware finden, werden mit dem Lift in den oberen Ausstellungsraum gebracht. Der Zeitraum, der auf dem Weg in den dritten Stock ge-



Mit dem Wort „Uhrmacher“ kennzeichnet sich die Unlösbarkeit von gutem Uhrmachergeschäft und Uhrmacher

