

durch Wasser getrieben. Die Sackuhren des 16. Jahrhunderts entstanden in merkwürdigsten Formen: als Gebetbuch und Kreuz, rund oder achteckig, in Form von Äpfeln und Birnen, in Muschelform, als Miniaturgebilde in der Größe von Eicheln und Mandeln. Stutzer brüsteten sich mit Uhren in Vogelform, etwa aufklappbaren Adlern oder Schwänen. Später haben sich die Schwarzwälder zu Uhrenbastlern von zuweilen merkwürdigem Geschmack entwickelt. Es ist ganz erstaunlich, was sie in ihre Uhren alles hineinzubauten. Sie bauten Uhren mit glockenläutenden Eremiten, auf und ab marschierenden Schild-

wachen, übers Seil tänzelnden Seilkünstlern, Trompeteruhren bliesen nach jedem Stundenschlag ein Trompetensolo.

Uhren sind Wunderwerke. Und so verwundert es kaum, daß einer der ersten Uhrenbauer zu seiner Zeit im Ruf eines Hexenmeisters stand. Auch uns Kindern einer technisch so entwickelten Zeit bleibt oft nur das Staunen über die Meisterwerke und Kuriositäten unseres Handwerks.

Das Schaufenster im Kriege

Beantworten Sie sich doch einmal selbst die Frage: Wie sieht mein Schaufenster jetzt im Kriege aus? Eine sehr unbequeme Frage, nicht wahr?

So mancher Geschäftsmann wird nur ein Achselzucken oder ein verlegenes Lächeln als Antwort haben. Man weiß nämlich ganz genau, daß mit dem Schaufenster verschiedene wichtige Forderungen zu erfüllen sind:

1. Auch im Krieg wird noch ein Angebot gemacht.
2. Trotz vorhandener Einschränkungen wird die Bedarfsdeckung aufrechterhalten.
3. Anregungen, Hinweise und Aufklärungen geben dem Verbraucher die richtige Einstellung zu den Erfordernissen der Kriegswirtschaft.
4. Der Welt wird bewiesen, daß der deutsche Geschäftsmann seine Aufgaben auch unter schwierigen Umständen erfüllt.
5. Der kulturelle Wert einer Schaufensterdekoration geht auch im Krieg nicht verloren.

Man könnte noch andere Faktoren zusammentragen, aber schon hier zeigt sich, welche Wichtigkeit die Betreuung des Schaufensters unter den vielen Aufgaben einnimmt, die heute der Geschäftsmann zu übernehmen hat.

Wenig Ware, wenig Dekorationsmittel und noch weniger Zeit lassen manchen guten Vorsatz nicht zur Ausführung kommen. Trotzdem sind auch berechtigte Gründe keine Entschuldigung für ein solches Verhalten. Jeder muß heute versuchen, Schwierigkeiten zu überwinden.

Je weniger Fenster ein Uhrmacher hat und je kleiner diese Fenster sind, desto geringer dürften auch die Schwierigkeiten sein, sie anständig zu dekorieren. Allein die Verwendung eines guten Schaufensterplakates wirkt ebenso raumfüllend wie belebend. Ebenso werden einige Aufbauten die Bodenfläche günstig unterteilen.

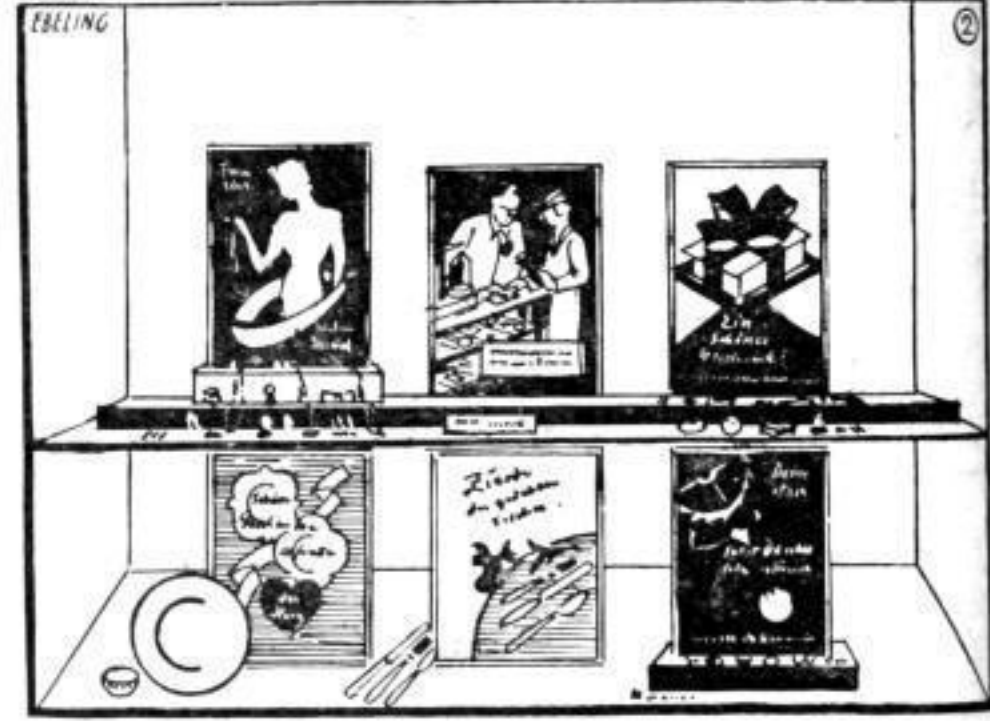
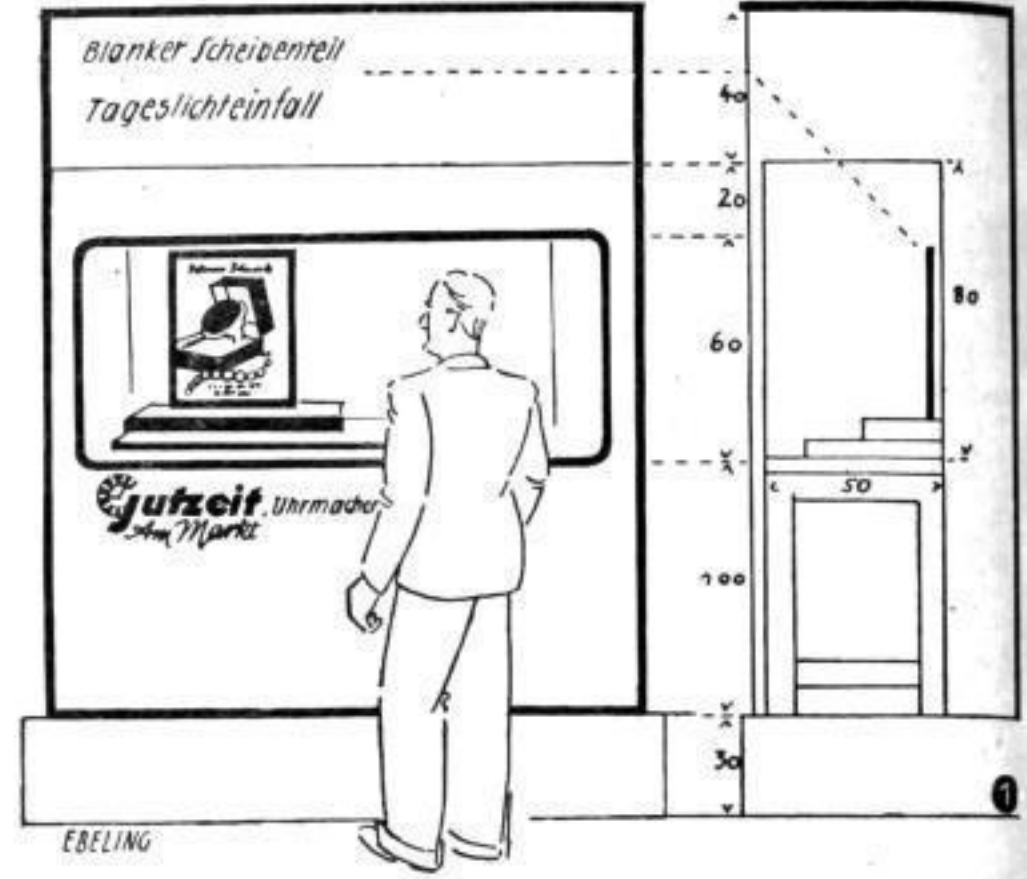
In einem Schaufenster mittlerer Größe kann man geschickt mit mehreren Plakaten arbeiten. Jedes Plakat ist für eine andere Warengruppe bestimmt und trägt dazu bei, die noch verkäufliche Ware aus der Gesamtdекoration herauszuheben.

Große Fenster waren ja früher dazu bestimmt, auch große Warenmengen aufzunehmen. Die Besitzer solcher Fenster sind auch heute noch geneigt, an dieser Auffassung festzuhalten. Um so schwieriger ist für sie nun eine zeitgemäße Lösung der Dekorationsfrage.

Es ist ganz klar, daß in solchen Fällen die besten Vorschläge nichts nützen, wenn sie nicht verwendet werden. Selbstverständlich ist das nicht allein bei uns Uhrmachern so, sondern auch in anderen Branchen, und es hat an Vorschlägen nicht gefehlt, auf einfache Weise den Dekorationschwierigkeiten Herr zu werden. Dazu gehört auch der Vorschlag der Schaufensterverkleinerung.

Wir sind uns auf jeden Fall darüber einig, daß ein Schaufenster der Ausdruck der Leistungsfähigkeit und des guten Willens eines Geschäfts sein und bleiben muß und dementsprechend in seinen vollen Raummaßen zur Wirkung gebracht wird. Wo aber infolge zwingender Umstände die Trostlosigkeit der Schaufenster zum Dauerzustand wird, da kann man sich schon lieber zu einer Verkleinerung des Schaufensters entschließen. Es ist klar, daß eine solche Maßnahme nur eine Einzelerscheinung bleiben muß; wo sollten wir hinkommen, wenn alle Geschäfte ihre Schaufenster auf Schaukastengröße bringen würden.

Aber eine Bitte an alle, die sich dazu entschließen: Nicht improvisieren, nicht halbe Arbeit machen. Alles muß in einer technisch und ästhetisch befriedigenden Weise gelöst werden. Die Schaufensterscheibe wird von einem Fachmann mit einer hellen Farbe getupft. Die Größe des Ausschnittes steht im Verhältnis zur Gesamtgröße der Scheibe. Er darf nicht zu klein werden. Die richtige Höhe für den Betrachter wird beachtet. Name, wenn möglich als Firmenzug, und Berufsstand werden geschickt wie eine Visitenkarte beigefügt. Der eingesetzte Schaukasten besteht aus einer Grundfläche, zwei Seitenwänden und einer auswechselbaren bzw. aufklappbaren Rückwand. Die Wände müssen 20 cm höher sein als die Schaufensteröffnung, damit die Personen vor dem Schaufenster nicht in den leeren Schaufensterraum hineinschauen können. Das Ganze steht auf einem soliden Ständer und muß mit dem freigelassenen Schaufensterausschnitt genau abschließen. Der Kasten ist oben offen, so daß das Tageslicht nicht nur von vorn, sondern auch von oben hereinfallen kann, vorausgesetzt, daß man das



Erklärung der Abbildungen:

- 1 Verkleinerung des Schaufensters. Vorderansicht und Seitenriß zeigen, wie man es machen kann. Die Zahlen bedeuten Maße in Zentimeter. Diese verändern sich entsprechend der Verschiedenheit der Schaufenster.
- 2 Bilderfenster großen und mittleren Formats. Hier handelt es sich um ein Fenster mit einer festen Etage, bei dem der Aufbau nicht sehr unterschiedlich sein kann. Vor jedem Plakat liegen die dazugehörigen Warengattungen: Schmuckplakat mit entsprechenden Schmucksachen, Goldankaufsplakat mit goldenen Uhren und dem Schildchen „Uhrenverkauf“, Plakat „Schöne Geschenke“ mit kleinen Silbergegenständen, zum Plakat „Schöne Geschenke erfreuen das Herz“ wird Korpusware gestellt. Zum Thema „Gedeckter Tisch“ gehören Bestecke, und endlich wird in einem Plakat darauf hingewiesen, daß man seine Uhr nicht selbst reparieren darf, dazu ist der Uhrmacher da. Die Plakate, Text- und Preisschildchen erhalten Sie durch die Geschäftsberatung des Reichsinnungsverbandes, Berlin W 8, Markgrafenstraße 35.

obere Drittel der Schaufensterscheibe zu diesem Zweck blank gelassen hat. Mit der Verkleinerung des Fensters verringert sich natürlich auch die Tiefe.

Das Schaufenster hat nunmehr die Form einer Schauvitrine bekommen, in der man zierlich und nett mit wenig Ware und kleineren Plakaten gefällige Dekorationen aufbauen kann, ohne wesentlich viel Zeit für Vorbereitung und Ausführung zu benötigen. Sparen Sie nicht mit Plakaten, die, in einem Rahmen gebracht, immer einen anregenden, schmucken Kontrast zur Ware bilden. Ebenso sollen die Preisschildchen für auszeichnungspflichtige Waren dekorativ gehalten sein, so daß sie eine notwendige Ergänzung des Gesamteindruckes darstellen.

Anregungen, wie die Berufskameraden ihre Fenster auch während des Krieges gestalten sollen, werden Sie in der Fachpresse immer finden. Es liegt an Ihnen, sich von dem Vorwurf freizumachen: Der Uhrmacher hat eine mangelhafte Schaufensterdekoration.

Geschäftsberatung des Uhrmacherhandwerks,
Berlin W 8, Markgrafenstraße 35.
Ebeling.