Schaufenster sehen Dich an!

Früher konnte mancher Uhrmacher sein Schaufenster nicht groß genug haben, um ein Warenangebot zu zeigen, an dem alles dran war. Und oft war trotz großer Raummaße noch nicht einmal Platz für ein bescheidenes Plakat vorhanden, das wenigstens zur einfachsten Andeutung einer Schaufenstergestaltung notwendig gewesen wäre. Die gehäufte Fülle der ausgestellten Waren, das nichtssagende Bild eines Massenangebotes, wurde nur zu oft als zugkräftiges Schaufenster angesehen. Gewiß, in Zeiten größter Auswahl soll auch ein ausreichendes Angebot gemacht werden, aber doch mit Maßen, damit man auch die Möglichkeit hat, einen Warenaufbau zu machen, der die Bezeichnung „Schaufenstergestaltung" verdient.

Der Reichsinnungsverband hat schon immer Vorschläge und Skizzen geboten, wie man zu einer befriedigenden Schaufenstergestaltung kommen kann. Nun haben die Zeitereignisse eine Wareneinschränkung zur Folge, die uns zwangsläufig zu einer neuzeitlichen Schaufensterdekoration hinführt. Jedoch fehlt jetzt wieder die Zeit, sich mit den großen, leergewordenen Schaufenstern zu befassen.

Was tun? Leer stehen lassen kann man die Schaufenster nicht, das widerspricht jedem gesunden Geschäftssinn. Also müssen wir die Schaufenster verkleinern. Wie man das macht, wurde in der Fachpresse schon öfter besprochen. Heute zeigt eine Abbildung noch einmal, wie günstig eine solche Maßnahme sich auswirken kann:

1. in Vitrinen lassen sich Uhren und Schmuck günstig auslegen;
2. das Auge kann das Gesamtbild erfassen;
3. der Blickfang ist ein Hauptteil der Dekoration geworden;
4. die Aufbauten sind einfach und klein;
5. Sie benötigen wenig Ausstellungswaren;
6. der ganze Aufbau nimmt wenig Zeit in Anspruch;
7. das Schaufenster macht einen zufriedenstellenden Eindruck.

Als Aufbauten benötigen wir einige Rahmen aus etwa 5 cm hohen gehobelten Dachlatten, auf welche 5 mm starke Dekorationspappe genagelt wird. Es entstehen etwa 6 cm hohe Stufen verschiedener Abmessungen, deren Größe sich nach dem verkleinerten Schaufensterraum richtet. Diese Dekorationsstufen werden sorgfältig mit Velourpapier (stoffartiges Papier) bezogen, und dann fällt die Schaufenstergestaltung an Hand unserer Skizzen nicht mehr schwer. Dabei werden die neuen Photoplakate „Uhrmacher am Werktisch" und auch andere neue Plakate wirkungsvolle Verwendung finden.

Auch Schaukästen kann man in ihren Ausmaßen begrenzen und richtet sich dabei mit der Verkleinerung nach dem Schaufenster, damit bei beiden die Ober- und Unterkante der neuen Fensteröffnungen übereinstimmt.

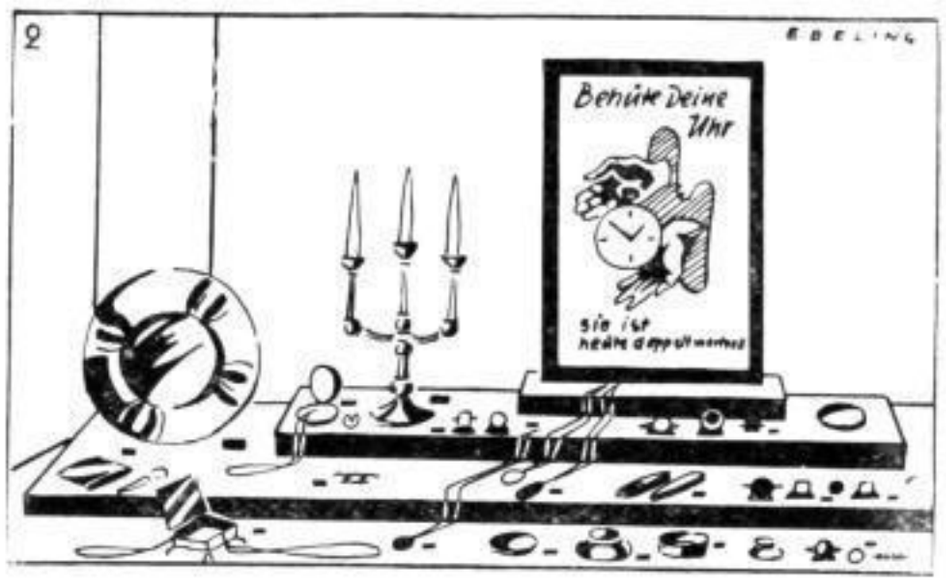
Dekorationsvorschlag 1 zeigt die Verwendung von SP 78 und 80. Es genügt auch ein Plakat. Sie können jedoch auch die ganze Serie auf einmal zeigen.

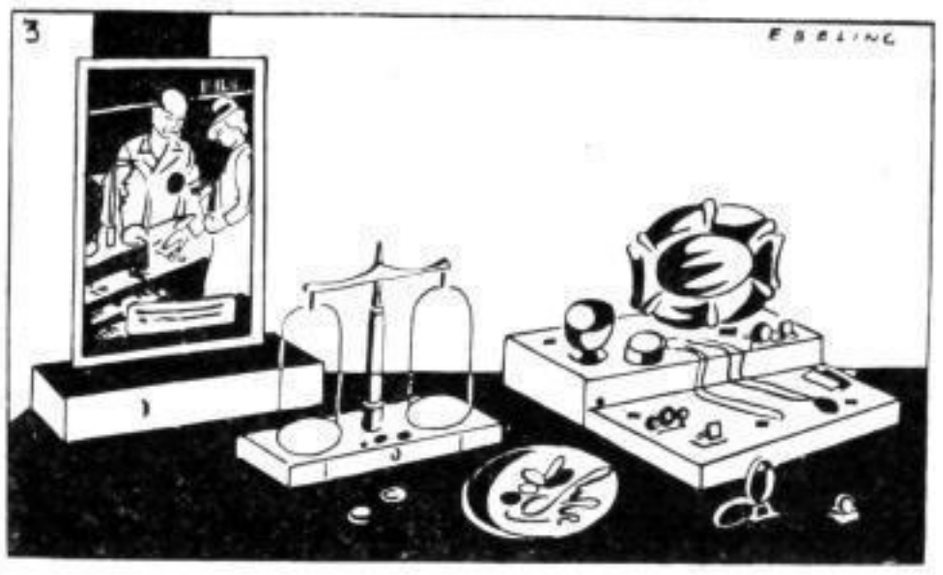
Dekorationsvorschlag 2 verwendet ein aus Buntkarton geklebtes Plakat SP 75, das zeitentsprechend auf die sorgfältige Behandlung der Uhr hinweist.

Dekorationsvorschlag 3 hat das bewährte Edelmetallankaufsplakat SP 15 als Blickfangmotiv. Auch Plakate aus Buntkarton SP 71 und 76 werben für den Ankauf.

Wer mit Erfolg diese Anregungen verwerten konnte, der soll auch einmal ein beständiges Photo seines neuen Schaufenstergesichts einsenden, damit wir es in der Fachpresse allen anderen Uhrmachern zeigen können.

Betriebsberatung des Uhrmacherhandwerks
(bisher Berufsförderung), **Berlin W 8, Markgrafenstraße 35.**
Ebeling.





Wochenschau der „U"-Kunst

Präsident der Seewarte Dr. Spieß 60 Jahre

Der Präsident der Deutschen Seewarte in Hamburg, Konteradmiral a. D. Dr. h. c. Spieß, beging am 28. Oktober seinen 60. Geburtstag. Präsident Spieß kam 1906, nachdem er einige Jahre als Wachoffizier auf der 1. Torpedobootsdivision gefahren und am Offiziersvermessungsjahrgang teilgenommen hatte, zur weiteren Spezialausbildung als Navigations- und Vermessungsoffizier an die Deutsche Seewarte nach Hamburg und führte 1907—1909 Neuvermessungen und ozeanographische Untersuchungen in den deutschen Südseekolonien auf MSM. „Planet" durch. Im Weltkrieg machte er unter anderem als Zerstörerkommandant das Gefecht an der Doggerbank und die Skagerrakschlacht mit. Später leitete Spieß zeitweise die Nautische Abteilung der Marineleitung. Die Leitung der Deutschen Atlantischen Expedition des „Meteor" von 1925 bis 1927 gab ihm Gelegenheit zur vollen Entfaltung seines nautischen und organisatorisch-wissenschaftlichen Könnens. Er erhielt 1929 den Charakter als Konteradmiral und wurde 1934 vom Reichsminister der Luftfahrt zum Präsidenten der Deutschen Seewarte ernannt. Präsident Dr. Spieß erfuhr in Anerkennung seiner großen wissenschaftlichen Verdienste zahlreiche Ehrungen, unter anderem wurde ihm die goldene Ehrenmünze der Hansischen Universität unter gleichzeitiger Ernennung zum Ehrenmitglied verliehen.

Verkauf aus dem Schaufenster

Durch ein Gerichtsurteil ist der „Verkauf aus dem Schaufenster" wieder einmal in den Vordergrund getreten. Wir weisen darauf hin, daß die am 5. Juni 1941 gegebene Anweisung des Leiters der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel über Schaufenstergestaltung nach wie vor Gültigkeit hat. Handeln Sie nach folgenden Grundsätzen:

1. Nur die Ware ins Fenster stellen, die auch verkäuflich ist. Von Uhren vielleicht noch die goldenen, da hier der Goldanlieferungszwang nicht so schnell zum Verkauf führt.
2. Nur so viel Ware ausstellen, wie es der Größe des Angebots bzw. des Lagerbestandes entspricht.
3. Verkauf aus dem Schaufenster nicht grundsätzlich verweigern, sondern Interessenten im Vormerkbuch notieren und bei Dekorationswechsel benachrichtigen.
4. Unverkäufliche Ware, in wenigen Stücken, kann nur durch eine Dekorationsidee vor dem Verkauf geschützt werden, z. B. Gegenüberstellung von historischen und modernen Uhren.
5. Die Bezeichnung „Ausstellungsmuster" ist nur Uhrenspezialgeschäften gestattet, die zur Kennzeichnung ihres Geschäfts einige Uhren ausstellen müssen.
6. Zu leer wirkende Schaufenster auf Vitrinengröße verkleinern und nach den Vorschlägen des Reichsinnungsverbandes dekorieren.

Betriebsberatung
des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks.

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19410100/440