

MANGELWARE?

Ein Beitrag zur Schaufensterwerbung im Kriege

Und trotzdem reichte die unnütz vertane Zeit aus, um dem eigenen Geschäft zu einer zeitgemäßen Schaufensterdekoration zu verhelfen. Die erlassenen Vorschriften fordern Wahrheit und Klarheit in der Schaufensterauslage. Kann man keine Ware anbieten, so muß man in anderer Weise zur Kundschaft sprechen. Ist das Fenster für die heutigen Verhältnisse zu geräumig, so hilft uns die Verkleinerung des Schaufensters. Wie man das macht, wurde verschiedentlich in der „Uhrmacherkunst“ geschildert. Und dann kommt das Wesentlichste: Man legt der ganzen Schaufenstergestaltung eine Idee zugrunde, d. h. man denkt sich etwas dabei. Sind Ideen auch Mangelware?

Nun, wir brauchen nur aus den Erfahrungen mit unseren Kunden schöpfen. Sagen Sie ihnen, was sie noch nicht wissen, und das ist unserem Handwerk noch unerschöpflich viel.

Immer wieder müssen wir zeigen, wie schwierig und vielseitig die Arbeit des „Uhrmachers am Werkisch“ ist, immer wieder das Verständnis des Kunden für die Erhaltung und Pflege seiner eigenen Uhr wecken, ihm den Unterschied zwischen einer brauchbaren und einer unbrauchbaren Uhr beibringen. Die Plakate des Reichsinnungsverbandes machen die Gestaltung solcher Schaufenster leicht.

In wirklich vorbildlicher Weise hat ein Wiener Uhrmachergeschäft seine Schaufenster aufgebaut. Uhrmachermeister Bartholomäus Schmid hat schon von Anfang an die Solidität, Gediegenheit und Verlässlichkeit seines Geschäfts durch eine ebenso sorgfältig durchgeführte wie ausgeführte Schaufensterwerbung zum Ausdruck gebracht. Dabei ist es gleich, ob man alles selbst macht oder noch einen „Fachmann“ findet.

Aber schauen wir uns doch einmal die hier abgebildeten Fenster an. Sie sind grundverschieden voneinander und haben trotzdem immer dieselben Gestaltungselemente: den immer gleichbleibenden Hintergrund, einige verschieden hohe Kisten, die mit wenig Stoff oder Dekorationspapier bezogen sind, etwas Samt oder anderen Stoff ohne Muster, Gardinstoff, einen kleinen Teppich, einige Decken, Blumen und Vasen in Vasen oder Töpfen, Bilderrahmen in beliebiger Größe, ein oder zwei Dinge, welche die Gattin für einige Zeit aus ihrem Haushalt abbehren kann. Auch ein altes Möbelstück zur alten Uhr kann gut verwendet werden, sofern beide stilschön sind.

Brauchen wir zur Erklärung unserer Fenster Textschilder, so läßt sich doch immer ein Schriftkundiger auftreiben, und wenn es der Lehrling ist, so ja in der Fachklasse seine Zeichnungen mit der Redis-Feder befehlen muß.

Da man heute solche Sachen nebenbei machen muß, trifft man seine Vorbereitungen auf lange Sicht. Erst wenn alles zusammengetragen ist, wird das Schaufenster aufgebaut. Welch interessante Möglichkeiten dabei hat, zeigen die Abbildungen.

Abb. 1: Eine schöne alte historische Uhr (es braucht nicht unbedingt eine Weltzeituhr zu sein) wird erklärt.

Abb. 2: Gedenkfenster für Peter Henlein, den Erfinder der tragbaren Uhr.

Abb. 3: Eine positive Kriegswerbung.

Abb. 4: Die Entwicklung der Uhr im Laufe der Jahrhunderte. Dabei wird auf dem Textschild unter der modernen Uhr geschickt angedeutet, daß man erst nach dem Kriege eine Uhr kaufen kann.

Abb. 5: Ein erzieherisches Weihnachtsfenster mit Verzicht auf Verkaufsware.

Abb. 6: Eine Festdekoration zum Geburtstag des Führers.

Wir sind überzeugt, daß auch die kommenden Fenster dieses Geschäftes die gleiche Werbekraft ausstrahlen und das Interesse des Vorübergehenden auf sich ziehen. Dieser Uhrmachermeister kommt seiner Pflicht als gewissenhafter Geschäftsmann, aktiver Staatsbürger und erzieherisch wirkender Volksgenosse in vorbildlicher Weise nach.

Lieber Leser! Wir wollen uns nicht darüber streiten, ob Sie die gleiche Aufgabe in derselben Weise erfüllen können oder nicht. Not macht erfinderisch, und auch Sie werden Mittel und Wege finden, um zu einem guten Resultat zu kommen.

Vertiefen Sie sich in die Einzelheiten der hier gezeigten Dekorationen. Es lohnt sich. Werbung bedeutet nicht, viel Ware zu zeigen oder dicke Töne zu reden. Man kann den Kunden leise, aber mit Überzeugung ansprechen, und die Sorgfalt, die Sie auf Ihre Schaufensterdekoration verwenden, vermutet der Kunde auch bei Behandlung seiner vorgetragenen Wünsche. Bitte versuchen Sie es selbst noch heute, und Sie werden das erreichen, was Sie bisher durch Vernachlässigung der Schaufensterpflege einzusparen hofften, nämlich Zeit und Nervenkraft. Gute Schaufenstergestaltung ist für jeden Uhrmacher:

die Erfüllung einer volkswirtschaftlich wichtigen Aufgabe durch Erziehung des Kunden zur Käuferdisziplin;

die Festigung des Vertrauens der Kundschaft, das man sonst durch die Verkaufsbeschränkung und Arbeitsüberlastung leicht verlieren kann;

die Überwindung nutzloser Streitigkeiten mit Kunden und Behörden durch korrektes Verhalten als Geschäftsmann im Kriege;

eine Ersparung kostbarer Zeit und Nervenkraft durch interessant wirkende Schaufensteraufklärung;

die Brücke zur aktiven Wirtschaftswerbung nach dem Kriege, wenn wieder alles da ist und wir uns auf unsere Kunden besinnen müssen;

ein Grund zur Feststellung, auch im Kriege verantwortungsbewußter Uhrmacher zu sein.

Sämtliche Photos: Karl Meyer, Wien.

