

# Die Uhrmacher-Woche

**Verlag und Schriftleitung:** Leipzig O 5, Breite Straße 7.  
Fernruf: 68100 und 68101. Telegramm-Adresse: Uhrmacherwoche Diebener Leipzig. — Bank-Konten: Allg. Deutsche Credit-Anst. Becker & Co., Leipzig — Deutsche Bank u. Diskonto-Ges., Leipzig — Reichsbank-Girokonto. Postscheck-Konto: Wilhelm Diebener, Leipzig Nr. 4107.  
**Geschäftsstellen:** Pforzheim, Simmlerstraße 4. Fernruf: 7621. — Berlin-Steglitz, Franz Prenzlau, Albrechtstraße 63. Fernruf: G. 9 (Albrecht) 7205 — New York, U. S. A., Hermann Malz, 65 Fifth Avenue.



**Bezugspreis für Deutschland** vierteljährlich 4,75 R.-M. (einschließlich 0,43 R.-M. Überweisungsgebühr.)

**Anzeigenpreis:** Raum von  $\frac{1}{100}$  Seite (= 10 mm hoch, 46 mm breit) 2 R.-M.,  $\frac{1}{2}$  Seite 200 R.-M. Berechnung der Seitenteile entsprechend. Bei Wiederholung Rabatt. Stellenmarkt  $\frac{1}{100}$  Seite 1,50 R.-M. Platzaufschläge nur bei bindender Vorschrift nach Tarif. Erfüllungsort Leipzig.

**Ausgabetermin:** Jeden Sonnabend. Annahmeschluss für kleine Anzeigen: Donnerstag mit der Frühpost unverbindlich.

44. Jahrgang · Nr. 48

Verlag Wilhelm Diebener, Leipzig O 5, Breite Straße 7

27. November 1937

Unbefugter Nachdruck aus dem gesamten Inhalt ist verboten.

## Wettbewerbsfragen bei der Weihnachtswerbung

Von Dr. jur. W. O. Schmitt, bei der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs

Zu keiner Zeit des Jahres strengt man sich so an, Käufer in den Laden zu bekommen, wie in den Wochen vor Weihnachten. Das hat seine volle Berechtigung. Die Käuferschaft ist bereit, mehr auszugeben als sonst; sie ist auf der Suche nach Dingen, die sich als Weihnachtsgeschenke eignen.

So muß sich auch der Uhrmacher angelegen sein lassen, diese günstige Verkaufszeit durch verstärkte und wirkungsvolle Werbung auszunutzen. Aber auch die Weihnachtswerbung muß den Richtlinien des Werberats der deutschen Wirtschaft entsprechen. Bekanntlich darf nach der 2. Bekanntmachung des Werberats die Werbung nicht das religiöse, sittliche und vaterländische Empfinden verletzen. Ferner muß sie sich vor geschmacklosen Entgleisungen hüten. Nach den Richtlinien der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel soll die Weihnachtswerbung geschmackvoll sein und sich bei Verwendung sakraler oder völkischer Symbole Zurückhaltung auferlegen. Selbstverständlich soll gegen die Ausschmückung der Schaufenster mit Tannengrün, Lametta und sonst üblichem Weihnachtsschmuck nichts einzuwenden sein. Es ist auch nicht beabsichtigt, den Weihnachtsbaum mit brennenden Kerzen aus der Weihnachtswerbung auszuschalten.

Die Auslage oder Schaufensterausschmückung darf nicht dazu angetan sein, beim Publikum eine irrige Auffassung hervorzurufen. Alle Angaben über den Preis der ausgestellten Waren müssen den Tatsachen entsprechen. Jede Verschleierung eines tatsächlichen Preises ist unzulässig.

Die Werbeform, von der man in der Öffentlichkeit am meisten sieht und die als einer der besten Verkaufshelfer auch für Uhrengeschäfte angesprochen werden kann, ist die Zeitungsanzeige. Auch hier gelten die obengenannten Grundsätze. Es ist streng darauf zu achten, daß nicht irgendwelche Verstöße gegen die gesetzlichen Bestimmungen, wie Wettbewerbs- und Rabattgesetz usw. vorkommen.

Wenn z. B. eine Uhrenfirma folgendermaßen inseriert:

„Ab heute bis einschl. 24. 12. 1937 auf alle Gold- und Silberwaren 20%“,

so ist eine derartige Ankündigung durchaus unzulässig und als Verstoß gegen das Rabattgesetz vom 25. 11. 1933 anzusehen, da als Preisnachlaß jeder Nachlaß von den Preisen gilt, die der Verkäufer allgemein ankündigt oder fordert. Bekanntlich darf nach § 2 des Gesetzes der Preisnachlaß für Barzahlung 3% des Preises der Ware nicht überschreiten. Die Uhrenfirma hat sich daher auf Grund der obengenannten Vorschriften strafbar gemacht.

Im übrigen führt die in dem Inserat gewählte Ausdrucksweise dazu, beim Publikum den Eindruck einer Sonderveranstaltung hervorzurufen; sie verstößt deshalb gegen die Anordnung des Reichswirtschaftsministers über Sonderveranstaltungen vom 4. 7. 1935. Als Sonderveranstaltung ist kurz gesagt jede Werbung anzusehen, die den Eindruck erweckt, als sei in dem Betrieb vorübergehend „etwas ganz besonderes“ los, d. h. als ob besondere Kaufvorteile während einer zeitlich begrenzten Frist gewährt werden und demnach die angekündigten Preise nur bis zu diesem Zeitpunkt Gültigkeit haben sollen.

Unter denselben Gesichtspunkten wäre auch folgende Anzeige zum Weihnachtsfest unzulässig:

„... Es sind niedrige Weihnachtspreise.“

Die in dem Inserat gewählte Ausdrucksweise führt dazu, beim Publikum den Eindruck einer Sonderveranstaltungsankündigung hervorzurufen und ist deshalb unzulässig.

Zum regelmäßigen Geschäft dagegen gehört nach der Ansicht der Industrie- und Handelskammer Berlin, obgleich gewisse Merkmale der Sonderveranstaltung vorhanden sind, der Weihnachtsverkauf.

Vielfach ist die Frage aufgetaucht, ob Weihnachtsgeschenke, d. h. die Gewährung kleiner Aufmerksamkeiten, wie z. B. Notizbuch, Abreißkalender, Feuerzeug, Füllbleistift usw. an die Kundschaft zulässig sind. Darüber, ob diese Geschenke jetzt verboten sind, herrscht häufig Unklarheit. Sie würden zweifellos dann nicht gestattet sein, wenn hierin eine „Zugabe“ im Sinne der gesetzlichen Bestimmungen über das Zugabewesen zu erblicken wäre. Denn in den meisten Fällen dürften diese Geschenke weder Reklamegegenstände von geringem Wert oder geringwertige Kleinigkeiten, noch handelsübliches Zubehör darstellen.

Nach Ansicht des Einigungsamtes der Industrie- und Handelskammer Berlin entbehren aber derartige Belohnungen des Zugabecharakters, weil die festgekaufte Ware fehlt, und zwar auch dann, wenn das Geschenk bei Gelegenheit eines sonstigen Einkaufs gewährt wird. Sie dienen auch nicht als Vorspann für den Kauf bestimmter Waren, sondern sind lediglich als Belohnung für Dauerkundschaft zu werten. Der Kunde erhält die Gegenstände doch dafür, daß er das ganze Jahr hindurch seinem Uhrmacher die Treue bewahrt hat. Es handelt sich demnach um reine Geschenke für die Dauerkundschaft, worauf die Vorschriften über das Zugabewesen keine Anwendung finden können.

Auch der Werberat der deutschen Wirtschaft hat in seinem Mitteilungsblatt Nr. 5 vom 1. 3. 1934 auf Seite 33

Nr. 48. 1937 · Die Uhrmacher-Woche 595