

Haben Sie ein genügend großes Schaufenster, so soll es einen Scheinwerfer haben, möglicherweise einen Scheinwerfer mit wechselnden Farben, wie ihn jedes große Theater besitzt.

Mit einem Wort, wenn Sie Beleuchtung verstehen wollen, gehen Sie in ein Theater — besuchen Sie den Bühnenraum und Sie werden da mehr lernen, als in irgendeinem Laden.

Nie hat ein Kaufmann Beleuchtung so studiert wie irgendein Bühnenmeister oder ein guter Theaterdirektor.

Die einzigen Kaufleute, die etwas von Beleuchtung verstehen, scheinen die Kunsthändler zu sein. Sie beleuchten jedes Bild für sich — immer jenes gesondert, das gerade zur Versteigerung kommt; und sie beleuchten es mit verborgenem Licht, das unter einem Schirm am oberen Rande des Rahmens angebracht ist.

Bei einer Versteigerung von Gemälden sitzt das Publikum in einem verdunkelten Raum und konzentriert seinen Blick auf das eine Bild, welches von dem Licht unsichtbarer Lampen überströmt ist. Das ist vermutlich einer der Gründe, warum Ölgemälde zu solch ungeheuren Preisen verkauft werden.

Vor kurzem wurde das Bild einer Kuh um 11000 £ verkauft, während die Kuh selbst unzweifelhaft um 20 £ hätte gekauft werden können. Aller Wahrscheinlichkeit nach ist viel von der Begeisterung und der Hingabe, mit der Leute Bilder kaufen, auf deren tadellose Beleuchtung zurückzuführen. Würde das Bild der Kuh in einem Durchschnittsladen voll Blendern und Schatten versteigert worden sein, so hätte es voraussichtlich nicht halb den Preis gebracht.

Von zwei Dingen wendet sich das Auge stets ab, von Blendung und Dürsterkeit. Wollen Sie also die

Leute zum Stehen und Schauen bringen, so dürfen Sie keines von beiden bei sich dulden.

Das Schaufenster sollte die bestbeleuchtete Stelle in einem Laden sein. Es ist das Auge des Ladens und es soll leuchtend sein. Nach dem Sprichwort: „Leuchtende Augen sind gesund“, sollten Sie einen Laden mit leuchtenden Augen haben.

Wenn Sie Schundware verkaufen, dann ist Dürsterkeit für ihren Zweck besser geeignet; verkaufen Sie aber hochwertige Waren, dann beleuchten Sie sie. Das Licht zeigt die Qualität.

Sie hängen nicht von einem Sachverständigengutachten ab, um zu wissen, ob Sie genug Licht haben. Es gibt jetzt einen Lichtmesser, mittels dessen Sie das Licht messen und mit dem Tageslicht vergleichen können.

Vor kurzem wurde in Chicago ein Versuch gemacht, um zu sehen, wie viele Geschäfte gut beleuchtet sind. Von 1000 Läden hatten nur ungefähr 300 genügend Licht.

Zwei Lichtläden mit einigen Blendungen im Fenster — das findet man für gewöhnlich —, und hier ist einer der Gründe, warum so viele Geschäfte zugrunde gehen. Ein fortschrittlicher Geschäftsmann, der plötzlich den Wert vollkommener Beleuchtung schätzen lernte, entdeckte, daß seine Verkäufe sich um 20 % vermehrt hatten.

Wenn Sie sich an das Auge wenden, müssen Sie in Erwägung ziehen, was dem Auge wohl tut.

Das ist das Prinzip der Schaufensterbeleuchtung. Sie müssen es dem Auge leicht und angenehm machen, zu sehen.

Viele Geschäfte bringen ihre Schaufensterlichter hoch an, um die Blendung zu vermeiden. Das ist zwar eine Verbesserung, aber nur eine halbe Maßregel. Der richtige Weg ist: sein Schaufenster indirekt zu beleuchten.

Zur Frage einer gesetzlichen Regelung des Zugabewesens

Von Verbandssyndikus Assessor Heßler

Ende dieses Monats erscheint im Verlage der „Uhrmacherkunst“, Wilh. Knapp, Halle (Saale), eine von Verbandssyndikus Assessor Heßler verfaßte Schrift „Zugaben und unlauterer Wettbewerb“. Das Zugabewesen gehört zu den aktuellen Problemen des Wettbewerbsrechtes. Es wird vom Verfasser sehr eingehend behandelt und mit anerkannter Objektivität gewürdigt. Mit seiner Einwilligung entnehmen wir folgende Ausführungen der interessanten Broschüre.

Die Schriftleitung.

Der Kampf gegen die Zugabe ist nicht überall ein Kampf um ein gesetzliches Verbot. So hat sich beispielsweise der Reichsverband des Deutschen Handwerks bislang zu einer Unterstützung der Bestrebungen auf Herbeiführung eines gesetzlichen Verbotes des Zugabewesens nicht entschließen können. Mitglieder der Handelskammer Leipzig vertraten in der Gesamtsitzung am 11. März 1929 den Standpunkt, daß eine gesetzliche Regelung der Zugabenfrage durchaus nicht notwendig erscheine. Die Schriftleitung des Verlages „Der Organisator“ spricht sich grundsätzlich gegen jede gesetzliche Regelung im Kaufmannsberufe aus, die immer unzulänglich bleiben müsse. Die „Frankfurter Zeitung“ schreibt am 17. März 1929: „... Man kann im Zweifel sein, ob es nicht möglich wäre, auch ohne Eingriff des Gesetzgebers zu einer Beschränkung des Zugabewesens zu gelangen. So wünschenswert die Beseitigung des Zugabewesens ist, eine allzu starke Einschränkung der Wettbewerbsfreiheit sollte nach Möglichkeit vermieden werden.“ An anderer Stelle befinden sich folgende, vor Überstürzung warnende Ausführungen: „... Mit Recht wirft das geschäftsführende Vorstandsmitglied des Reichsbundes des Textileinzelhandels Dr. Deite in seinem auf der Nürnberger Reichsbundtagung erstatteten Geschäftsbericht die Frage

auf, ob der von der Verwirklichung einer Änderung des Wettbewerbsgesetzes zu erwartende Gewinn im Verhältnis zu dem Risiko stehe, das mit jeder gesetzlichen Vorlage verbunden ist, das aber hier besonders groß erscheint. Ein kleiner Fehler, der jetzt gemacht wird, kann sich so furchtbar rächen, daß man sich zu dem früheren Zustande geradezu zurücksehnen dürfte. Das geänderte Wettbewerbsgesetz kann aber auch zwei Jahrzehnte alt werden, die bekanntlich das jetzt geltende Gesetz schon fast erlebt hat.“

Die Forderung nach einer gesetzlichen Regelung findet also keinesfalls eine allgemeine und unbedenkliche Anhängerschaft in den Kreisen ehrbarer Kaufleute, die an sich einmütig die Gewährung von Zugaben unter dem Gesichtspunkt wettbewerblicher Sittenwidrigkeit ablehnen. Während ein Teil hofft, daß durch weitreichende Aufklärungsarbeit und tatkräftige Selbsthilfe eine Einschränkung des Zugabewesens herbeigeführt werden kann, ist ein anderer Teil der Überzeugung, daß die Wirtschaft von sich aus nicht in der Lage sei, die Mißstände zu beseitigen.

Wie wir schon an anderer Stelle erwähnt haben, ist die Frage entscheidend, ob von der Rechtsprechung zu erwarten sein wird, daß sie das Wettbewerbsgesetz auf die Gewährung von Zugaben so anwenden wird, wie es der Auffassung der ehrbaren Kaufmannschaft entspricht. Daß juristisch dazu die Möglichkeit gegeben ist, steht fest. Ein besseres Gesetz, als es § 1 UWG. ist, kann nicht geschaffen werden. Diese Bestimmung erhebt einen Kern- und Leitsatz zum Gesetz, sie spricht den zentralen Gedanken aus, verkündet den Geist, der im Wettbewerb