

Eine endgültige Regelung zur Schaufenstergestaltung und zum Verkauf aus dem Schaufenster

Die Meinungen derer, die an obigen Problemen interessiert sind, Behörde, Publikum, Geschäftsmann, stimmen durchaus nicht überein. Die Uhrmachergeschäfte haben deshalb auch allerhand Schwierigkeiten zu überwinden. Diese unerwünschten Erscheinungen werden nun durch folgende Anweisung verschwinden, die am 5. Juni 1941 von der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel mit Zustimmung des Reichswirtschaftsministers gegeben wurde:

I.

1. Auch für die Schaufensterwerbung ist im Krieg der Grundsatz bestehen geblieben, daß die Werbung der Wahrheit entsprechen muß. Irreführende Schaufensterwerbung ist unlauter und unter Umständen nach dem Wettbewerbsgesetz sogar strafbar. Es dürfen daher in der Regel nur solche Waren ausgestellt werden, die verkäuflich und vorrätig oder (namentlich bei branchenüblichem Verkauf nach Muster) in absehbarer Zeit lieferbar sind.

Die Verwendung von Schildern „Verkauft“, „Unverkäufliches Dekorationsstück“ usw. ist nicht statthaft.

2. Eine Ausnahme von dem Grundsatz, daß nur verkäufliche und vorrätige Waren gezeigt werden sollen, gilt für Spezialgeschäfte, deren Schaufenster der Repräsentationswerbung dienen und einen bestimmten Ausstellungsgedanken verkörpern sollen. Wer nur Spezialwaren führt (z. B. Möbel, Klaviere, Radioapparate, Kühlschränke, Maschinen, Teppiche usw.) und wegen Warenmangels die Art seines Geschäfts in der Dekoration kenntlich machen will, kann auch einen Gegenstand ausstellen, der heute nicht mehr regelmäßig zu haben ist. In diesen Sonderfällen ist gegen einen Hinweis „Ausstellungsmuster“ nichts einzuwenden. Es geht aber nicht an, etwa eine ganze Anzahl derartig gekennzeichnete Radiogeräte, Photoapparate oder Stapel von Warenpackungen und -behältern ins Schaufenster zu stellen, wenn schon wenige oder gar ein Stück ausreichen, um den gewollten Zweck zu erfüllen. Vorzuziehen ist in jedem Fall die Ausstellung von Gegenständen, die noch erhältlich sind.

3. Im Schaufenster können auch Nachbildungen (Attrappen), Plakate, Schilder u. dgl. belassen werden, die ersichtlich nur Dekorationszwecken dienen oder zur Dauerwerbung, z. B. für Markenware, bestimmt sind. Aber auch dabei muß, was den Umfang der Werbung und die Zahl der ausgestellten Gegenstände an-

langt, Zurückhaltung beobachtet werden. Keinesfalls darf durch die Ausstellung von Attrappen und anderen Dekorationsstücken ein falscher Eindruck über die Liefermöglichkeit und Leistungsfähigkeit des Geschäfts entstehen.

Schaupackungen sind keine Attrappen und können deshalb nur mit den oben festgelegten Einschränkungen gezeigt werden, also wenn die Waren vorrätig oder in absehbarer Zeit lieferbar sind oder wenn sie die Art des Geschäfts kennzeichnen sollen.

II.

Wenn der Kaufmann diese Grundsätze beachtet, werden nur noch ausnahmsweise Waren im Schaufenster stehen, die der Kunde nicht erhalten kann, etwa wenn eine Ware ausverkauft ist und das Schaufensterstück das letzte Stück darstellt. Man kann vom Kaufmann nicht verlangen, dieses letzte Stück aus dem Schaufenster zu verkaufen, weil dies ein zu häufiges Umdekorieren der Auslagen nötig machen würde. Bei dem bekannten großen Mangel an Arbeitskräften würde der Zwang zu einer häufigen Neugestaltung des Schaufensters den Kaufmann vor die größten Schwierigkeiten stellen. In vielen Fällen wäre aus diesen Gründen eine Neudekoration praktisch gar nicht möglich. Eine rechtliche Verpflichtung zum Verkauf aus dem Schaufenster besteht außerdem nicht.

Es empfiehlt sich, Kaufinteressenten im Verkaufsgespräch darauf hinzuweisen, daß Schaufensterstücke erst bei Dekorationswechsel verkauft werden. Etwaige Kaufwünsche können vorgemerkt und später kommende Interessenten an Hand eines Vormerkbuches unterrichtet werden.

III.

Zu widerhandlungen gegen diese Anweisung werden vom Leiter der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel verfolgt und geahndet.

IV.

Diese Anweisung wird im „Ministerialblatt des Reichswirtschaftsministeriums“ veröffentlicht.

Der Leiter der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel.
gez. Dr. Franz Hayler.

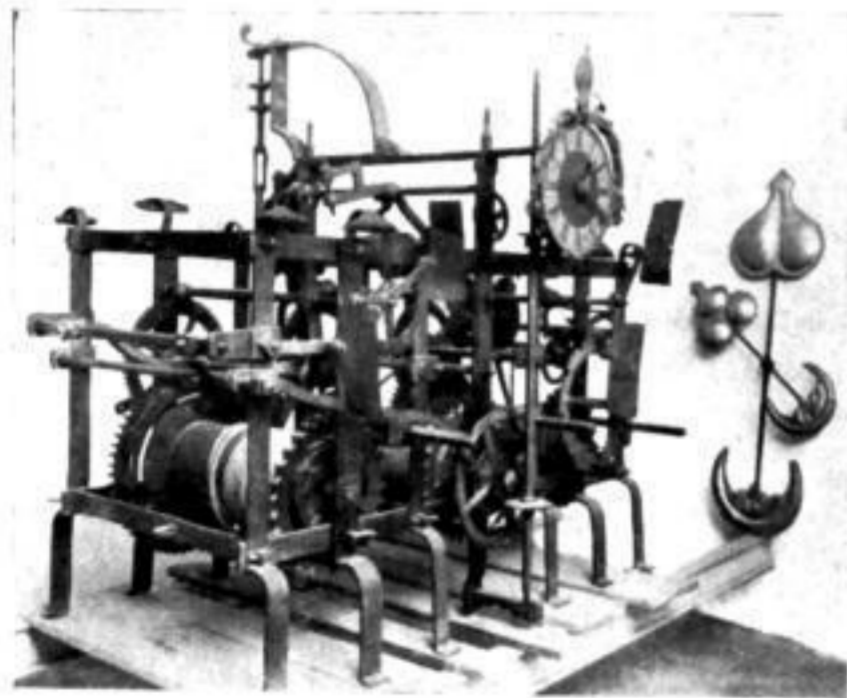
Für die Uhrmachergeschäfte wäre daraus folgendes zu entnehmen:

1. Vorzugsweise Ware ausstellen, die auch im Laden verkäuflich ist, das wäre also in Schmucksachen, Geschenkartikeln in Silber und Gold möglich, von Uhren bei den meisten Uhrmachern wahrscheinlich nur die goldenen, weil hier der Anlieferungszwang nicht so schnell zum restlosen Verkauf führt.
2. Schilder „Verkauft“ oder „Unverkäufliches Muster“ müssen verschwinden.
3. Eine Ausnahme nur für Uhrenspezialgeschäfte: Unverkäufliche Muster im Schaufenster zur Kennzeichnung des Geschäftscharakters sind in geringer Zahl gestattet.
4. Plakate und Schilder als Dekoration in zweckmäßiger Anzahl. Plakate mit Verkaufswerbung nur für Waren, die noch vorhanden oder in absehbarer Zeit wieder erhältlich sind.
5. Ein Verkaufszwang aus dem Schaufenster besteht rechtlich nicht, doch wird verlangt, daß man davon nur Gebrauch macht, wenn es sich um „letzte“ Stücke handelt.
6. Ein Verkauf aus dem Schaufenster bedeutet nicht sofortige Herausnahme, sondern Vormerkung bis zum nächsten Dekorationswechsel.
7. Dekoration ist die Ordnung der ausgestellten Ware unter einem Dekorationsgedanken. Beachten Sie darum unsere Dekorations-skizzen in der „Uhrmacherkunst“.
8. Die Einführung eines Vormerkbuches wird manchen eigenwilligen Käufer davon überzeugen, daß er nicht sofort berücksichtigt werden kann.

Diese Auslegung der oben erwähnten Anordnung ist an sich nicht neu, da aber „Zu widerhandlungen verfolgt und geahndet“ werden, ist es schon besser, sie auch wirklich zu beachten und durchzuführen, wobei Ihnen die „Geschäftsberatung“ mit Vorschlägen und Auskünften gern zur Seite stehen wird.

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

Zeugen handwerklicher Kunst:



Große,
schmiedeeiserne
Turmuhr vom
Kloster der
Barmherzigen
Brüder
im Wiener
Uhrenmuseum

Aufn.: Dr. Koszella

Als mich Professor Kaftan, der Wiener Mathematiker, Schöpfer und Gründer des Wiener Uhrenmuseums, in den Ausstellungsraum seiner Turmuhren führte, sagte er echt wienerisch: „Schauen's, das ist d' Folterkammer. Die großen Werke hab i fast alle auf den Türmen auseinand'genommen und hier zusammengebaut.“

Da erkannte ich den Fanatismus dieses bedeutenden Uhrensammlers, der in den tausend Winkeln und Winkelchen seines alle Arten Uhren umfassenden Museums selbst Ordnung hält. In ihm verkörpert sich die feine Kultur der von ihm betreuten Kunstuhren, er ist die mit den Uhren lebende Seele dieses Museums.