

schuldig, mit einer großartigen Dekoration zu repräsentieren. Man hat vielmehr die Erfahrung gemacht, daß man mit einem wahrheitsgetreuen Schaufenster, das deswegen nicht weniger geschmackvoll zu sein braucht, auch beim Kunden am besten fährt und am wenigsten Schwierigkeiten hat. So ist im allgemeinen das Schaufenster schon zum Kriegsschaufenster geworden; es ist dem Einzelhandel dabei sicherlich nicht leicht gewesen, zwischen dem Anspruch des Kunden auf Schaufensterwahrheit, dem knappen Warenangebot und der Forderung nach einer gepflegten Dekoration den richtigen Ausgleich zu finden. In vielen Fällen ist also die Aufgabe gelöst worden.

Dennoch kann sie überhaupt nicht ganz ohne einen Rest gelöst werden. Auch in der grundsätzlichen Anweisung der Wirtschaftsgruppe heißt es deswegen, daß „in der Regel“ nur solche Waren ausgestellt werden dürfen, die verkäuflich oder vorrätig seien. Die übrigbleibenden Fälle, in denen die Regel nicht anwendbar ist, sind aber gerade das umstrittene Gebiet. Was geschieht, wenn zwar vorrätige Waren ausgestellt wurden, aber der Vorrat nach wenigen Tagen ausverkauft ist? Was geschieht, wenn das Lager geräumt ist, neue Lieferungen während des Krieges zunächst nicht zu erwarten sind und das Geschäft sich etwa nur noch mit Reparaturen befaßt oder Ersatzteile liefert? In diesen beiden Fällen braucht nach der Mitteilung der Wirtschaftsgruppe nicht aus dem Schaufenster verkauft zu werden. Es wäre nicht ausgeschlossen, daß infolge der von jedermann als notwendig anerkannten Einschränkung der Zivilerzeugung diese beiden Fälle an Zahl sogar noch zunehmen und daß damit auch die Bedeutung dieses Problems wüchse. Für den Fall, daß in gewissen Spezialgeschäften das Lager geräumt und nicht mehr aufgefüllt wird, können nach den Richtlinien „lediglich zur Kennzeichnung des Geschäftes einzelne Gegenstände“ ausgestellt werden, die mit dem Schild „Ausstellungsmuster“ vor Nachfrage geschützt werden. Der Käufer wird hier also überhaupt nicht erst in den Laden gehen. In den anderen Fällen, in denen der Vorrat ausverkauft, die Ware aber von der letzten Dekoration her noch im Schaufenster steht, soll der direkte Verkauf aus dem Schaufenster nicht verlangt werden können. Vielmehr muß der Reflektant bis zum Dekorationswechsel warten. Dann darf der Händler ja diese Ware nach den Richtlinien nicht wieder ins Schaufenster stellen, weil sie nicht mehr vorrätig ist; sie wird also dann verkäuflich.

Nur entsteht hier wieder die neue Frage, wer denn nach dem Dekorationswechsel die begehrte Ware aus dem Fenster bekommen soll. Auch dafür hat man einen Ausweg vorgeschlagen; die Wirtschaftsgruppe hat den Einzelhändlern die Anlage eines Vormerkbuches empfohlen, in das die Reflektanten eingetragen werden und das sie sich auch ansehen können. Sie werden beim Wechsel der Auslagen benachrichtigt und können dann das Begehrte kaufen. Das ist zwar ein Ausweg, der dem Drang nach Gerechtigkeit Genüge tut, aber auch nicht verhindern kann, daß die Vormerkbücher hier und da mehr Namen enthalten werden, als das Schaufenster Gegenstände. Deshalb wird auch das Vormerkbuch — es ist übrigens im Regierungsbezirk Wiesbaden amtlich vorgeschrieben — das „Schaufensterproblem“ nicht ohne Rest lösen. Eine volle Lösung wird erst dann möglich werden, wenn auch die Konsumgüterindustrie ihre zivile Produktion wieder in größerem Umfang aufnehmen kann. kn



Die Deutsche Arbeitsfront Fachamt: Das deutsche Handwerk

Hauptfachgruppe Spezialhandwerke, Fachgruppe Uhrmacherhandwerk

Gründung neuer Sozialgewerke

(Fortsetzung)

Im Gau:	Ort:
Baden	Emmendingen, Villingen, Breisach, Bruchsal, Eschelbronn, Freiburg i. B., Ihringen, Karlsruhe, Konstanz, Lörrach, Mannheim, Wolfenweiler.
Berlin	Berlin, Kreis III, Kreis IV, Kreis V, Kreis VIII.
Düsseldorf	Solingen-Wald, Wuppertal, Gräfrath, Krefeld, Mettmann, M.-Gladbach, Opladen, Remscheid, Rheydt.
Halle-Merseburg	Hettstedt, Ammendorf, Eisleben, Torgau.
Magdeburg-Anhalt	Bernburg, Dessau-Roßlau, Jeßnitz, Oranienbaum, Oschersleben, Quellendorf, Raguhn.
Mark Brandenburg	Cottbus, Guben, Kirchhain, Landsberg, Templin, Berlinchen, Bernau, Erkner, Fürstenwalde, Finsterwalde, Luckau, Müncheberg, Oranienburg, Soldin, Schwiebus, Storkow, Züllichau.
Mecklenburg	Bad Doberan.
Ostpreußen	Goldap, Heiligenbeil, Heilsberg, Lötzen, Osterode.
Pommern	Neustettin, Schönlanke, Deutsch-Krone, Greifenberg, Greifenhagen, Treptow.
Sachsen	Lugau, Oelsnitz (Erzgeb.), Seiffen, Stollberg, Thalheim, Mülsen-St. Jakob, Zwönitz, Borna, Geithain, Grotzsch, Pegau, Rötha, Schöneck (Vogtl.), Großenhain, Riesa, Radeburg.



Reichsinnungsverbands- Nachrichten

Verantwortlich:
Assessor Hans Natorp, Berlin W 8

Die Handwerkskammer Salzburg bestellte am 12. September 1941 Uhrmachermeister Hermann Siegl in Salzburg, Griesgasse 7, zum Obermeister der Uhrmacherinnung Salzburg.

Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks.
Flügel, Natorp,
Reichsinnungsmeister. Geschäftsführer.

Plakate, die wir jetzt brauchen!

Das Schaufensterplakat wird immer mehr zum dominierenden Ausstellungsstück, so daß der Bedarf an Blickfängen wesentlich größer ist als bisher. Auch Berufskameraden, die grundsätzlich keine Plakate in ihr Schaufenster stellten, sind jetzt anderer Meinung geworden. Hoffen wir, daß sie den Wert eines Blickfanges auch dann erkennen, wenn eine friedensmäßige Zeit wieder gestattet, genügend Ware ins Fenster zu legen.

Waren die kürzlich gezeigten Photoplakate durch ihre Sachlichkeit überzeugend, so baut sich bei diesen drei hier abgebildeten Plakaten

die Wirkung auf wesentlich anderen Faktoren auf. Sie sind stimmungsmäßig zu werten und geben im Gegensatz zu den einfarbigen Photos durch ihren bunten Eindruck den Schaufenstern ein lebhaftes Gesicht.

Trotzdem für diese handwerklich hergestellten Blickfänge farbiger Plakatkarton verwendet wird, der eine stilisierte und vereinfachte Form der gezeigten Themen voraussetzt, so ist doch gelungen, durch eine Bereicherung der Einzelheiten und Erzielung plastischer Wirkungen den Anschauungswert dieser Plakate wesentlich zu steigern. Das, was sie sagen, entspricht der heutigen Zeit. Ihr Preis ist 6,— RM (Größe 34 × 48 cm) und 6,50 RM (Größe 48 × 68 cm).

Zahlreiche Dekorationsbeispiele für das Schaufenster, die wir in letzter Zeit gegeben haben, werden verhindern, daß die Plakate ohne Beziehung zu ihrer Umgebung nutzlos im Schaufenster herumstehen.

Wo es das Thema gestattet, sollen Schaufensterwerbung und auch Lichtbildwerbung übereinstimmen. Wir haben das vorgesehen für Plakat 75. Das Dia mit dem gleichen Bildthema trägt die Nr. 65. Zum Plakat 76 gehört dann das Diapositiv Nr. 66.

Diese Diapositive stehen ebenso zur Einzelbestellung als auch für das Dia-Leihabonnement des Reichsinnungsverbandes zur Verfügung.

Betriebsberatung des Reichsinnungsverbandes
des Uhrmacherhandwerks.

Berlin W 8, Markgrafenstraße 35.

Ebeling.



Plakat SP 74



Plakat SP 75

Dia Nr. 65



Plakat SP 76

Dia Nr. 66