

Wochenschau der „U“-Kunst

Typung und Normung im Uhrenbau

In der Beilage „Industria“ der „Frankfurter Zeitung“ vom 18. Dezember 1941 befinden sich sehr interessante Ausführungen des Geschäftsführers der Fachgruppe Uhrenindustrie über „Die deutsche Uhr der Welt“. Der Geschäftsführer der Fachgruppe Uhrenindustrie kommt in dem Artikel auch auf die Typung und Normung zu sprechen und bemerkt hierzu folgendes:

„Die deutsche Uhrenindustrie wird nach Beendigung dieses Krieges in neues, weites Feld ihrer fachlichen Aufgaben gestellt finden in dem von ihr selbst immer dringlicher empfundenen Bedürfnis nach einer Normung der Fertigungsteile und einer Typisierung ihrer Fertigerzeugnisse. War die Anpassungsfähigkeit der deutschen Uhrenindustrie an die vielgestaltigen Wünsche des Auslandes auch ihre Stärke, so erbruchs ihr aus dieser Fähigkeit aber auch eine besondere Belastung. Die manchmal übersteigerten Anforderungen der Exportkundschaft auf Spezialisierung der für sie bestimmten Lieferungen hatten zu teilweise recht unguten Verhältnissen nicht nur fabrikationstechnischer, sondern auch wettbewerblicher Art geführt. Der Krieg hat hier nun zu einem raschen, es darf wohl gesagt werden, von der Industrie selbst als durchaus wohltuenden Wandel im Sinne eines recht weitgehenden Abbaues der allzu buntscheckigen Exportmusterkarte geführt. Es wird Sache der deutschen Uhrenindustrie und des gesamten deutschen Uhrengewerbes sein, diesen durch den Zwang der Kriegsverhältnisse angeleiteten Bereinigungsprozeß durch rechtzeitige Aufstellung einer Fertigungsplanung nicht abreißen zu lassen und durch bewußte Weiterentwicklung des Gütegedankens Ausgleich für die zahlenmäßig verringerten Ausfuhrkollektionen zu schaffen und auf diese Weise das Vertrauensmonopol, das die deutsche Uhr in der Welt genießt, zu festigen und zu mehren.“

Abrundung bei der Gewinnabführung nach § 22 KWVO.

Ein Erlaß des Reichskommissars für die Preisbildung (A — 11 — 5612/41 vom 14. Dezember 1941) stellt fest, daß die Abrundung auf volle tausend Reichsmark sich nur dann als praktisch erweist, wenn es sich um Beträge über 100 000 RM handelt. In diesen Fällen kann einheitlich bei allen Beträgen des Formulars abgerundet werden. In den übrigen Fällen soll auf volle 100 RM einheitlich abgerundet werden. Wenn die Unternehmen von sich aus die Beträge nach vollen Reichsmark einsetzen, wie das vielfach geschieht und bei den Kleinbeträgen auch durchaus richtig ist, ist nichts dagegen einzuwenden.

Abführungsbeträge, die die Betriebe nach vollen Reichsmark eingesetzt haben, sind im Abführungsbescheid auch nach vollen Reichsmark anzufordern. Wenn die Preisbehörde von dem Abführungsbetrag des Unternehmens abweicht, soll er bei kleineren Abführungsbeträgen auf volle 500 oder 1000 RM, bei größeren Beträgen auf volle 1000 RM lauten. Die Unterschreitung des vom Unternehmen für abführungspflichtig erklärten Betrages infolge einer Abrundung wird nach dem Gesagten nicht vorkommen.

Preisauszeichnungspflicht für Markenartikel

Regierungsrat Bohrmann behandelt im „Markenartikel“, Heft 12 (1941), den Preisdruck bei Markenwaren. Diese Ausführungen verdienen auch Beachtung in der Uhrenwirtschaft. Von besonderer Bedeutung sind folgende Feststellungen¹⁾:

1. Liefert die Großhandlung oder die grossierende Fabrik Uhren mit Preisschildern oder Preisetiketten, auf denen lediglich der Ladenpreis verzeichnet ist, so ist der kenntlich gemachte Preis ein **gebundener Preis** im Sinne der Preisbindungsverordnung.
2. Will der Großhändler oder die grossierende Fabrik Uhren mit empfohlenen Richtpreisen an den Uhrmacher abgeben und entgegenkommend die Ware mit Preisschildern oder Preisetiketten liefern, so muß auf dem Schild oder Etikett **neben dem Preis klar der Zusatz „unverbindlicher Richtpreis“ aufgedruckt werden.**

Will der Uhrmacher von diesem unverbindlichen Richtpreis nach oben oder nach unten abweichen, immer vorausgesetzt, daß dieses Verhalten mit der Preisstop- und Kriegswirtschaftsverordnung vereinbar ist, so muß der Uhrmacher neben den empfohlenen Ladenpreis **seinen Ladenpreis** schreiben.

Dieses Verfahren hat für die Uhrmacher fast nur theoretische Bedeutung, denn wenn sie wirklich von dem unverbindlichen Richtpreis abweichen wollen, werden sie auf die Benutzung des gelieferten Etiketts verzichten und eigene Schilder oder Etiketten verwenden.

3. Den Herstellern von Markenartikeln wird nahegelegt, die Markenware mit Preisdruck zu liefern. Dadurch wird den Wiederverkäufern die Preisauszeichnungsbearbeitung erheblich erleichtert, weil die so ausgezeichnete Ware als „ordnungsmäßig ausgezeichnete Ware“ im Innern des Geschäfts ausgelegt werden kann.

¹⁾ Diese Feststellungen sind ein sinngemäßer, auf die Uhrenwirtschaft übertragener Auszug.

Papierbewirtschaftung

Der Reichsbeauftragte für Papier und Verpackungswesen hat jetzt umfassende Anweisungen über die Papierbewirtschaftung herausgegeben. Nach der Anordnung Nr. 2 vom 31. Dezember 1941 ist unter anderem die Herstellung folgender Gegenstände verboten worden:

- Attrappen und Schaukartons,
- Dekorationsmittel, geprägt und gestanzt,
- Dekorationspapier,
- Etalagen,
- Etuils, ausgenommen solche für Orden und Auszeichnungen sowie für die optische und medizinische und wissenschaftliche Industrie und Meßwerkzeuge,
- Geschäftskarten,
- Geschenkkartonagen,
- Jubiläumsschriften,
- Kartonagen mit Vorstehändern,
- Luxuskartonagen (d. h. solche, die mit hochwertigen Werkstoffen, wie z. B. Metallpapieren oder Spinnstoffen, ausgestattet sind und üblicherweise nicht in größeren Auflagen angefertigt werden),
- Papierwolle,
- Reklamebuchstaben, -fahnen und -figuren,
- Schaukartons,
- Werbebeilagen (auch Werbekalender),
- Werbeerzeugnisse, soweit gewerbsmäßig im Vervielfältigungsverfahren für andere hergestellt (wie Werbeprospekte, Werbeschreiben usw.).

Verschärfung der Anweisung der Schaufenstergestaltung

Der Leiter der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel hat die bekannte Anweisung über die Schaufenstergestaltung durch Bekanntmachung vom 15. Dezember 1941 wie folgt ergänzt:

1. Sind im Schaufenster Gegenstände vorhanden, von denen die entsprechenden Lagervorräte inzwischen ausverkauft sind, dann muß das im Schaufenster befindliche letzte Stück spätestens einen Monat nach Erschöpfung der entsprechenden Lagerbestände aus dem Schaufenster entfernt werden.

2. Die Schaufensterwerbung muß den Umständen und den Verhältnissen der Kriegswirtschaft entsprechen. In den Schaufensterauslagen darf deshalb keine Warenfülle vorgetäuscht werden, die tatsächlich nicht vorhanden ist. Die Zahl der im Schaufenster gezeigten Artikel ist daher, auch wenn verkaufsvorrätige Artikel gezeigt werden, zu begrenzen.

Vereinfachung der Unfallanzeigen bei Betriebsunfällen

Erleidet ein Gefolgschaftsmitglied während seiner Beschäftigung bei einer nach der Reichsversicherungsordnung gegen Unfall versicherten Tätigkeit einen Unfall, so war bisher der Unfall außer dem zuständigen Träger der Unfallversicherung (z. B. der Berufsgenossenschaft) auch der Ortspolizeibehörde anzuzeigen. Hierin ist eine Vereinfachung erfolgt. Die Anzeige an die Ortspolizeibehörde ist jetzt nur noch dann erforderlich, wenn der Verletzte infolge des Unfalls verstorben ist. In allen übrigen Fällen hat der Unternehmer die Unfallanzeige nur dem zuständigen Versicherungsträger und, bei gewerblichen Betrieben, ein zweites Stück der Unfallanzeige dem zuständigen Gewerbeaufsichtsamt einzusenden.

Tarifordnung für kaufmännische Angestellte in Betrieben des Einzelhandels im Wirtschaftsgebiet Sudetenland

Der Reichstreuhänder der Arbeit für das Wirtschaftsgebiet Sudetenland hat unter dem 25. September 1941 eine Tarifordnung für kaufmännische Angestellte in Betrieben des Einzelhandels im Wirtschaftsgebiet Sudetenland erlassen. Die Tarifordnung ist am 1. Januar 1942 in Kraft getreten. Sie hat Bedeutung für die Uhrmacherbetriebe mit Verkaufsgeschäft, die im Verkaufsgeschäft kaufmännische Angestellte und kaufmännische Lehrlinge beschäftigen. Diesen Betrieben wird empfohlen, sich mit der Tarifordnung, die im örtlichen Buchhandel zu beziehen sein wird, vertraut zu machen.

Regelung der Schaufenstergestaltung im Protektorat

Zur Klärung der bei der Schaufenstergestaltung aufgetretenen Zweifelsfragen hat die Leitung der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel im Protektorat im Einvernehmen mit den zuständigen Protektoratsbehörden eine Anweisung über die Schaufenstergestaltung erlassen, die für den Einzelhandel in Böhmen und Mähren verbindlich ist. In Anlehnung an die im Reich geltende Regelung der Schaufensterwerbung bestimmt auch diese Anweisung, daß in der Schaufensterwerbung Ehrlichkeit, Wahrheit und Klarheit als oberste Grundsätze beachtet werden müssen. Die Kaufleute dürfen deshalb nur solche Waren im Schaufenster zeigen, die sie im Geschäft tatsächlich führen und auch verkaufen können. Es ist also unerwünscht und unerlaubt, mit Waren zu dekorieren, bei denen die Nachfrage der Kundschaft aus den vorhandenen Beständen im Laden nicht mehr befriedigt werden kann. Zur Berücksichtigung örtlicher und fachlicher Sonderverhältnisse werden allerdings einige Ausnahmen von diesem Grundsatz zugelassen, so daß Sonderumstände berücksichtigt werden können.