

Zeitschrift: Schweizer Pioniere der Wirtschaft und Technik
Herausgeber: Verein für wirtschaftshistorische Studien
Band: 37 (1983)

Artikel: Franz Carl Weber : Wegbereiter zum europäischen Spielwarenfachhandel
Autor: Frick, Felix
Kapitel: Nachkriegszeit (1946-1973)
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1091089>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nachkriegszeit (1946–1973)

Schon bald nach dem Kriege setzte die Expansion bei Franz Carl Weber wieder ein, und mit dem Eintreffen immer neuer Spielwaren aus dem Ausland wurden die Platzverhältnisse an der Zürcher Bahnhofstrasse und am Rennweg, von wo aus auch die Filialen zu beliefern waren, immer prekärer. Die alten Häuser am Rennweg platzten vor lauter Ware fast aus den Nähten, in den obersten Bahnhofstrasse-Stockwerken wurde fast jedes Estrichabteil über alle Massen – und wohl entgegen allen feuerpolizeilichen Vorschriften – als Lagerraum ausgenützt. Bereits pendelten Mitarbeiter zwischen verschiedenen Aussenlagern hin und her, die sich zum Teil an der nahen Oetenbachgasse, zum Teil im entfernteren Zürich-Wipkingen befanden.

Da ergab sich im Jahre 1947 die Möglichkeit, dass Franz Carl Weber an der Ecke Rennweg/Fortunagasse das Wohn- und Geschäftshaus «Zum wilden Mann» kaufen konnte. Ausser einem markanten Haupthaus mit hohen Häuserfronten gegen den Rennweg umfasste diese Liegenschaft auch ein grosszügiges Raumangebot gegen die Lindenhofmauer hin. Ein grosser Hofraum war umgeben von Werkstattgebäuden, Autoremissen und einem noch bestehenden Rundturm. Das 765 Quadratmeter messende Grundstück mit fünfgeschossigem Haupthaus wechselte damals für eine runde Million Franken den Besitzer. Es sollte Franz Carl Weber für die geplanten Umbauten an der Bahnhofstrasse und am Rennweg als Ausweichmöglichkeit dienen. Wer hätte damals daran gedacht, dass erst nach einem weiteren Vierteljahrhundert diese Baupläne endlich realisiert werden konnten.

Eckhaus Rennweg/Fortunagasse
«Zum wilden Mann» um 1880.
Heute beherbergt es im Parterre
das erste PIC+ASSO-Geschäft der
Schweiz.



So diente denn das markante Gebäude mitten in der Altstadt hinter verschlossenen Fensterläden als «Lagerhaus», während sich unten im Ladenlokal und in den Hintergebäuden Fremdmieten der zentralen Lage erfreuten. Hier war auch der ganze Wareneingang und Warenausgang für die Filialbelieferung untergebracht. Unter heute fast unglaublichen räumlichen Umständen brachte es die Lagerequipe unter der strengen Leitung von J. Wohlmann fertig, die damals bestehenden Geschäfte mit Ware zu versorgen.

Erst zehn Jahre später, nach dem Bau des eigentlichen Lagerhauses, konnte die Franz Carl Weber-Zentralverwaltung mit ihren Büros an die Fortuna-gasse ziehen, und das Haus «Zum wilden Mann» entwickelte sich zum zentralen Sitz der Firma. Heute noch sind dort die Büros der Franz Carl Weber-International AG untergebracht.

Im Jahre 1948 starb der Firmengründer Franz Carl Weber-Rebmann. Dies brachte einige Änderungen in der obersten Firmenleitung. Sein ältester Sohn, Karl Weber-de Grada, übernahm das Amt des Verwaltungsratspräsidenten. Delegierter des Verwaltungsrates wurde sein Bruder Paul, während zum neuen Mitglied des Verwaltungsrates der bisherige Protokollführer Franz Carl Weber (F. C. Weber) als Vertreter der dritten Generation gewählt wurde. Der junge Weber war damals gerade vierundzwanzig Jahre alt!

Das sehr gute Weihnachtsgeschäft 1947 ermöglichte es dem Verwaltungsrat, im Jahre 1948 den geplanten Umbau im Inneren der Liegenschaft Bahnhofstrasse und Rennweg in grösserem Umfang an die Hand zu nehmen. Viele Verhandlungen mit der Baupolizei, mit Nachbarn und mit den Architekten Knell und Joos waren notwendig, bis endlich mit den Bauarbeiten begonnen werden konnte. Es entstand im dritten Stock der Häuser an der Bahnhofstrasse eine grosszügig konzipierte Puppen-Abteilung. Im vierten Stock wurden Büroräumlichkeiten eingebaut, und 1949 gelang es sogar, die beiden Häuser Bahnhofstrasse 60 und 62 zu einer einzigen Liegenschaft zusammenzufügen.

Im fünften Stock schliesslich waren hinfert neben dem Büro des Verwaltungsratspräsidenten auch die Werbeabteilung, das Grafikeratelier, ein Fotostudio für Katalogaufnahmen sowie eine grosszügige Kantine samt Küche für das Personal untergebracht. Die Mitarbeiter verfügten über einen eigenen grossen Dachbalkon, wo sie ihre Pausen- und Mittagszeit verbringen konnten.

Auf sozialem Gebiet tat sich in diesen Jahren einiges. In den Stiftungsrat des Wohlfahrtsfonds der Firma Franz Carl Weber wurde neben den Familien-

Franz Carl Weber an der Zürcher
Bahnhofstrasse kurz nach dem Zweiten
Weltkrieg.



angehörigen Karl und Paul Weber auch eine langjährige Mitarbeiterin als Vertreterin des Personal gewählt, es war dies die «Erste Verkäuferin» Helene Schulz. Bereits ein Jahr später erfolgte der Ausbau der Pensionskasse durch einen Gruppenversicherungsvertrag mit der Schweizerischen Lebensversicherungs- und Rentenanstalt in Zürich. Gleichzeitig wurde ein neues Pensionskassenreglement gedruckt und verteilt, das die Wohlfahrtsstiftung aus dem Jahre 1920 ergänzte. Franz Carl Webers «Zweite Säule» der Sozialversicherung bestand also schon anfangs der fünfziger Jahre.

Das Zentrallagerhaus entsteht

F. C. Weber hatte schon lange mit dem Gedanken gespielt, irgendwo in der Agglomeration von Zürich ein zentrales Lagergebäude zu erstellen. Für seine Expansionspläne mit Filialen in der ganzen Schweiz brauchte er die entsprechende Infrastruktur an der Basis. Seine Suche hatte Erfolg. Im Herbst 1952 fanden die ersten Verhandlungen über einen Landparzellenkauf vor den Toren der Stadt an der Hermetschloostrasse (sie existierte damals noch nicht) in Zürich-Altstetten statt. Das Land befand sich inmitten von Schrebergärten, aber ganz nahe an der Bahnlinie Zürich-Bern. Am 4. Juli erhielt die Firma nach einer intensiven Planungsphase die Baubewilligung für das neue Franz Carl Weber-Lagerhaus. Es charakterisiert wohl das Temperament des jungen F. C. Weber, dass mit dem Aushub bereits am 11. Mai begonnen worden war und dass man am 13. Dezember des gleichen Jahres Aufrichte feiern konnte. Der für die Spielwarenbranche damals absolut einzigartige

Bau umfasste eine Länge von mehr als 55 Metern, eine Breite von 24 Metern und Seitenflügel von je 20 Metern Höhe. Mit einem Inhalt von 24 300 Kubikmetern erreichte man eine Lagerfläche von 5 420 Quadratmetern.

Im Jahre 1955 konnte der Lagerhaus-Neubau seinen Vollbetrieb aufnehmen. Einige Flächen vermietete man noch an Drittfirmen, da man glaubte, weit in die Zukunft gebaut zu haben. Dies sollte sich schon nach wenigen Jahren als Trugschluss erweisen. Im Tessin wurde nämlich bereits 1952 in Locarno die zweite Filiale jenseits der Alpen eröffnet, und 1954 folgten Geschäfte in Biel und St. Gallen.

Zu jener Zeit wurde noch für jede Filiale ein richtiges Eröffnungsfest organisiert. Neben offiziellen Empfängen mit Behördemitgliedern, Umzügen von Stadtmusiken wurden auch Kinderfeste mit Wettbewerben und Spielen durchgeführt. Zwischenhinein wurden bereits bestehende Filialen immer wieder renoviert. F. C. Weber war der festen Überzeugung, dass nur modern ausgebaute Geschäfte den Rahmen für die sich stets rascher entwickelnden Spielwarensortimente abgeben konnten.

Es kamen weitere Neueröffnungen dazu. 1957 wurde das erste Zürcher Vorstadtgeschäft in Zürich-Altstetten eröffnet, 1958 dasjenige von Zürich-Schwamendingen. Dieses Geschäft wurde vor wenigen Jahren zugunsten eines Ladens im neuerstellten Einkaufszentrum «Glatt» wieder geschlossen. Nur ein Jahr später kamen Geschäfte in Winterthur, Zürich-Oerlikon und Baden dazu. Noch im Laufe des Jahres 1960 strahlte das Schaukelpferdsignet auch über den neuen Geschäften von St. Moritz und Neuchâtel. Mitten in dieser stürmischen Zeit der Expansion hatte die Firma das schöne Alter von 75 Jahren erreicht.



Das Zentrallagerhaus in Zürich-Altstetten im Jahre 1956. Inzwischen wurde der Bau in seiner Grösse fast verdoppelt.

Jubiläumsfest «75 Jahre Franz Carl Weber»



Immer, wenn es bei Franz Carl Weber Feste zu feiern galt, war man eine grosse «Familie». Und, wie hier bei der 75-Jahr-Feier, wurden auch von den Mitarbeitern grosse, meist humorvolle Reden gehalten!

Schon in früheren Jahren scheint ein Teil der Personalpolitik der Firmeninhaber darin bestanden zu haben, zusammen mit den Mitarbeitern Erfolge im Geschäftsbereich zu feiern und jenen den besonderen Dank auszusprechen, die durch jahrzehntelange Treue zur Firma hielten. Oft mag es auch für die Angestellten nicht einfach gewesen sein, jahrelang das Auf und Ab der Saisonspitzen an Weihnachten und die Sommerflauten mitzumachen.

Die 75-Jahr-Feier war wieder einmal einer der ganz grossen Höhepunkte. Die Einladung der Direktion, die an alle Mitarbeiter in den damals existierenden neun Filialen erging, hatte folgenden Wortlaut:

«Die Direktion freut sich, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Jubiläumsfest der Firma Franz Carl Weber anlässlich des 75jährigen Bestehens der Firma am 30. September 1956 ins Waldhaus Dolder in Zürich einzuladen. Diese Zusammenkunft soll zu einem unvergesslichen Erlebnis für die ganze grosse Franz Carl Weber-Familie werden. Möge auch der Geist der Zusammengehörigkeit neu geweckt werden und von diesem Tag an hinaus getragen werden in unsere Geschäfte, damit das Unternehmen durch Mithilfe aller gedeihe!»

Das Festwochenende beinhaltete eine Stadtrundfahrt, den Besuch des Flughafens Kloten und den eigentlichen Festabend mit dem «Variété Franz Carl Weber». Jede der Filialen und auch die Zentrale trugen mit eigenen Variété-Nummern zum guten Gelingen bei. Gleich zwei Orchester mit Rang und Namen wurden in dieser Nacht engagiert: zuerst spielte Bert Grellmann mit seinen Solisten und ab Mitternacht das im Zenith seines Ruhmes stehende Hazy-Osterwald-Sextett.

75-Jahr-Jubiläums-Schaufenster in Lugano. Bereits im Jahre 1956 fanden die ersten antiken Spielwaren des heutigen Zürcher Spielzeugmuseums den Weg in die Schaufenster der Franz Carl Weber-Geschäfte.





Franz Carl Weber
Lugano, eine auch
bei den Touristen
sehr beliebte Filiale.

Im Rahmen des Festes wurde aber auch der Schweizerischen Gemeinnützigen Gesellschaft zuhanden von Kindergärten und Kinderheimen in Berggebieten eine Jubiläumsspende überreicht. Zudem wurde der Wohlfahrtsfonds der Franz Carl Weber-Gruppe reichlich dotiert und erreichte die Summe von rund 360 000 Franken. Zu guter Letzt wurden noch einige langjährige treue Mitarbeiter zu Prokuristen ernannt. Bei dieser Gelegenheit erhielt auch erstmals eine Frau bei Franz Carl Weber die Prokura, es war Helene Schulz.

Da selbst die eindrucklichsten Feste vorbeigehen, kehrte auch in der Firma Franz Carl Weber der Alltag wieder ein, und zwar – wie konnte es anders sein – mit der Eröffnung weiterer Filialen. Es folgten bis 1968 eine ganze Reihe von Geschäften, die fast alle von Anfang an Erfolg hatten. Ausnahmen

gab es auch hier. Franz Carl Weber kam nach Sion, Aarau, Fribourg, Zug, Thun und La Chaux-de-Fonds.

Die Idee der Anschlussgeschäfte

Neben den Franz Carl Weber-Filialen hatte es in der Schweiz Mitte der sechziger Jahre noch Platz für eine ganze Reihe grösserer und kleinerer Spielwarenläden, die meist als Familienbetrieb mit einem anderen Geschäftszweig verbunden waren wie etwa Buchhandlungen, Papeterien, Haushaltgeschäften und Souvenirläden. Nachdem viele dieser Geschäfte immer wieder mit Anfragen an Franz Carl Weber herangetreten waren, ob man einen Teil seiner Artikel zum Wiederverkauf beziehen könne, wurde die Idee der heute noch bestehenden «Partner-Geschäfte» realisiert.

Ausgewählte Geschäfte erhielten die Möglichkeit, sich am Franz Carl Weber-Warensortiment zu beteiligen. Sie profitierten von sonst nur internen Mitteilungen, Hinweisen und Tips. Ja nach Unterzeichnung eines Vertrages, der ihnen geschäftlich die grösstmögliche Freiheit liess, konnten sie sogar das beste Werbemittel mitbenützen, das es auf dem Gebiet der Spielwaren gibt: mit ihrem eigenen Firmen-Aufdruck konnten sie den Franz Carl Weber-Katalog verteilen. Die Spielzeug AG, die als Engrosfirma seinerzeit gekauft worden war, übernahm die Betreuung dieser Partnergeschäfte. Von anfänglich etwa sechzig solcher Geschäfte stieg die Zahl zeitweise auf über hundert an, bis im Laufe der Zeit eine Redimensionierung notwendig wurde. Im Jahre 1982 hatten aber doch noch mehr als dreissig unabhängige Geschäfte in der Schweiz mit Franz Carl Weber einen gut funktionierenden Partnervertrag.

Franz Carl Weber veranstaltete schon damals zentrale Neuheitenschauen für alle eigenen Filialen und die Partnergeschäfte. Es galt, jeweils bereits im Herbst anhand der ausgestellten Muster die Grundbestellungen entsprechend anzupassen und die Leute an der Verkaufsfrent frühzeitig mit den kommenden Neuheiten bekannt zu machen.

Die in diesem Rahmen wohl grösste Spielwarenmusterung, die in der Schweiz je durchgeführt wurde, ging im Jahre 1966 im grossen Kongresshaussaal in Zürich über die Bühne, als weit mehr als 200 Spielwarenspezialisten zusammenkamen, um das Sortiment für das kommende Weihnachtsgeschäft zu begutachten.

Einkaufszentren und PONY-SHOP-Kette

Als in Spreitenbach bei Zürich das erste grosse Shoppingcenter der Schweiz eröffnet wurde, überliess Franz Carl Weber den Platz des Spielwarengeschäftes kampflos einer Einzelfirma, die nicht einmal mit ihm liiert war. Bald setzte der Bauboom der Einkaufszentren im grossen Stil ein, und man musste sich auch bei Franz Carl Weber entscheiden, ob diese «Modewelle» mitgemacht werden sollte.

Verfügten die bisherigen Filialen in den Stadtzentren über ein ausgesprochen breites Sortiment, so hätte dies bei den Platzverhältnissen in den Einkaufszentren zu übermässigen Mietzinsanteilen im Vergleich zu den übrigen Kosten geführt. Aus solchen Überlegungen heraus wurde die Pony-Shop-Idee verwirklicht. Es sind dies Läden, die ein gestrafftes Sortiment führen und sich speziell den Bedürfnissen der Laufkundschaft in den Zentren anpassen.

Doch auch hier zeigte es sich, dass es keine Regeln ohne Ausnahmen gibt. Einige dieser Geschäfte profilierten sich in einer bestimmten Richtung und mussten grössere Sortimentsbreiten abdecken. Je nach Lager hatten diese Läden ein zusätzliches Bedürfnis nach anderen Spielwaren und Freizeitartikeln. Einzelne, zum Beispiel das Geschäft im Einkaufszentrum Glatt bei Wallisellen, überflügelten umsatzmässig bald einmal alteingesessene City-Geschäfte. Im Laufe der Jahre sind es in der Schweiz über dreissig Pony-Shop-Läden geworden, die das Land von St. Margrethen bis Genf-Balexert und von Allschwil bis Chiasso wie ein Netz überziehen.

Mit total über fünfzig Verkaufsgeschäften in der Schweiz erreichte Franz Carl Weber 1982 eine einmalig starke Position auf dem Gebiete des Spielwarenhandels und der Freizeitartikel. Trotz dieser Grösse darf nicht übersehen werden, dass auch die Warenhäuser starke Spielwarenverteiler sind und dass Franz Carl Weber wohl einen ansehnlichen Umsatzanteil hält, aber keineswegs eine absolute Monopolstellung einnimmt.

Während der Expansionsphase der sechziger Jahre gab es in der Firma auch immer wieder Diversifikations-Strömungen. Man wollte vom «Nur Spielzeug» weg. Die Geburtenregelung mittels Pille wurde in den Weberschen Chefetagen schon früh zur Kenntnis genommen, und man rechnete sich aus, dass eines Tages deswegen sogar ein Geschäftsrückgang möglich sein könnte. Auch Weltkrisenerscheinungen wie die Suezkanalaffäre oder der Ungarn-Aufstand im Jahre 1956 wirkten sich immer schlagartig auf die Umsatzzahlen des Spielwarenspezialisten aus.

Eines der über die ganze Schweiz verteilten Franz Carl Weber-Pony-Shop-Geschäfte.



Ein Experiment in dieser Richtung war die Eröffnung eines «Hobby-Centers» an der Zürcher Bahnhofstrasse, das sich vor allem an Erwachsene wandte. Mit einem Sortiment, das bis weit in die Autopflege hineinreichte, hatte man einige Zeit Erfolg. Doch dann zeigte es sich, dass man gewisse Artikel überhaupt nicht bei Franz Carl Weber suchte. Das Sortiment musste redimensioniert werden. Ein starker Ausbau der Jugendbuchhandlung, ebenfalls an der Zürcher Bahnhofstrasse, hingegen blieb bis heute ein dauernder Erfolg.

Kinder-Moden schienen eine weitere verlockende Möglichkeit, sich neben den Spielwaren und Freizeitartikeln zu profilieren. Mit der Unterstützung einer Werbeagentur und mit einer eigens auf die Beine gestellten Einkaufsequipe wurde das Unternehmen gestartet. Die Anfangserfolge waren durchaus zufriedenstellend, aber nicht überwältigend. Mit sehr schönen Kleidchen, Mänteln und Zubehör konnte eine anspruchsvolle Kundschaft erobert werden. Doch dann zeigte es sich, dass der Verkauf von Modeartikeln anderen Gesetzen unterworfen ist als der Spielwarenhandel. Zur fast gänzlichen Auflösung dieser Abteilungen mag auch die Tatsache beigetragen

haben, dass plötzlich eine Änderung in den Bekleidungsgehnheiten eintrat und immer weniger Kinder in Sonntagskleidchen herumspazierten. Das Jeans-Zeitalter hatte die Kindermode abgelöst, und auch Franz Carl Weber verlagerte sich nun auf den Verkauf von T-Shirts.

Solche Markterlebnisse bewirkten aber nicht Resignation. Im Gegenteil, man suchte nach Marktlücken und fand schliesslich eine solche ganz in der Nähe des bisherigen Sortimentes.

Die PIC+ASSO-Linie wird realisiert

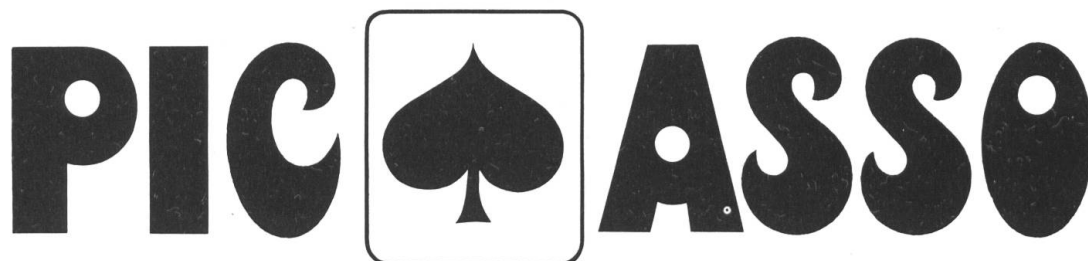
Immer mehr zeigte sich, dass die Jahre der absoluten Hochkonjunktur bei den Erwachsenen Ermüdungserscheinungen hervorriefen. Die Berufstätigen suchten Entspannung und Abwechslung. Da wurde im Sommer 1973 bei Franz Carl Weber das PIC+ASSO-Konzept entwickelt. Es sollte ein Spezialgeschäft geschaffen werden für Erwachsenenspiele, Spielereien, Geschenke und Gags aller Art. Die Kunden-Zielgruppe sollte sich klar von der bisherigen unterscheiden, man wollte den Kontakt mit Erwachsenen ab sechzehn Jahren. Wichtig erschien auch die räumliche Trennung von den Franz Carl Weber-Geschäften.

So entstand am Rennweg 26 – an bester Passantenlage – der erste PIC+ASSO-Laden. Die Kundenstruktur zeigte bald, dass man auf dem richtigen Weg war, kamen doch zu 95 Prozent nur Erwachsene ins Geschäft. Sie suchten neben typischen Erwachsenenspielen wie Schach, Backgammon, Wahrsagekarten, Spielkarten und Bridge-Tischen auch echte Gags und Mitbringsel-Geschenke.

Einen grossen Boom löste die Setzkasten-Welle aus. Setzkastenminiaturen wurden zu Zehntausenden verkauft. Kurz darnach war mit dem Master-Mind wieder ein Schlager im PIC+ASSO, der dann 1981 durch den berühmten Rubikwürfel noch bei weitem übertroffen wurde. Die PIC+ASSO-Linie brauchte einen eigenen Einkaufsstil. Die Ware für diese Geschäftslinie wurde vor allem auf den Messen von Frankfurt und Mailand, aber auch auf der Ornaris in Zürich gefunden.

Bereits im Oktober 1974 folgte der zweite PIC+ASSO-Laden im Einkaufszentrum Tivoli-Spreitenbach und im Februar 1975 ein dritter im Glatt-Einkaufszentrum. Waren hier naturgemäss bedeutend mehr Kinder in den Geschäften festzustellen, so wurden doch die Einkäufe fast ausschliesslich von Erwachsenen getätigt.

Den neuen Spiel-
warengeschäften für
Erwachsene gab
Franz Carl Weber
diesen Namen:
«PIC + ASSO»,
abgeleitet von der
Spielkarte Pique-As.



Die PIC+ASSO-Linie besteht nun bald zehn Jahre. Sie hat ihre Feuerprobe bestanden und gedeiht weiter. Interessant ist, dass viele Kunden lange nicht realisierten, wer hinter den PIC+ASSO-Geschäften steckt. Noch heute kann man hie und da hören, da werde Franz Carl Weber aber keine Freude haben, wenn in seiner Nähe so ein Konkurrenzgeschäft existiere.

Während der ganzen Zeit des Bestehens der PIC+ASSO-Geschäfte haben sich viele Artikel als Dauererfolg halten können. So sind Spezial-Puzzles, etwa von Mordillo, nach wie vor gefragt. Aber auch ausgesprochen kostspielige Artikel wie Schachfiguren aus echtem Elfenbein gehören zum Grundsortiment. In den letzten fünf Jahren waren es dann die Schachcomputer, die immer mehr Käufer zu PIC+ASSO führten.

Die inzwischen erreichte Grösse der Firma Franz Carl Weber erforderte eine straffe Kontrolle in der Zentrale und in den vielen Geschäften, die quer durch die ganze Schweiz verstreut sind. Die Schweiz wurde in Regionen aufgeteilt, und Regionalmanager hatten die direkte Kontrolle über drei bis zehn Geschäfte zu übernehmen.

Die Personalschulung wurde konsequent weitergeführt, aber auch eine Mitarbeiterkommission (MIKO) gegründet, die zusammen mit der obersten Geschäftsleitung die Probleme der Mitarbeiter zu diskutieren und nach Lösungen zu suchen hatte. Der persönliche Kontakt zwischen den Herren Weber und den einzelnen Mitarbeitern in den Geschäften war ja zwangsläufig verloren gegangen. Die MIKO hatte und hat denn auch vielschichtige Probleme zu lösen.

Sukzessive wurde die Arbeitszeit der Verkaufskräfte gesenkt, parallel dazu aber wurden die Ladenöffnungszeiten, vor allem in den Einkaufszentren, in die Abendstunden hinein ausgedehnt. Es gibt sogar Franz Carl Weber-Geschäfte, die heute auch an Sonntagen geöffnet sind. Die vielerorts eingeführten Abendverkäufe brachten auch für das Personal neue Probleme. Wenn die meisten dieser Schwierigkeiten innerhalb der Franz Carl Weber-Gruppe zur Zufriedenheit aller gelöst werden konnten, ist dies zu einem



Das Millionenspiel – 1982 von Ravensburger neu auf den Markt gebracht – ist ein typisches Spiel für erwachsene PIC + ASSO-Kunden.

schönen Teil der MIKO zu verdanken, die eng mit dem zentralen Personalbüro zusammenarbeitete.

Allerdings verlangen die Monate vor Weihnachten nach wie vor von allen Beteiligten besondere Anstrengungen. Wie aber von den meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern versichert wird, ist diese saisonale Spitze ein «Erlebnis», das wohl nur jene nachempfinden können, die einmal eine solche Weihnachtssaison im Spielwarenhandel erlebt haben. Es ist dies, nach Aussage von Verkäuferinnen, auch jene Zeit, wo die meisten Kunden im Hinblick auf das kommende Fest ihrerseits angenehmer und freundlicher sind, wo sie aber auch besonders auf Beratung angewiesen sind und entsprechend mehr Zeit und Personal beanspruchen.

Die Warenverteilung in die Filialen

Die Verteilung der richtigen Ware zur richtigen Zeit an den richtigen Verkaufsort ist für ein Einzelhandelsunternehmen mit Filialstruktur immer einer der wichtigsten Faktoren. Nur dort, wo jene Artikel zu finden sind, welche die Kunden wünschen, können jene Umsätze erzielt werden, die notwendig sind, um die Arbeitsplätze zu erhalten, die allgemeinen Kosten zu decken, den Wareneinkauf zu finanzieren und schliesslich neben den für Abschreibungen, Expansion und Renovationen benötigten Mitteln noch einen Ertrag für die Aktionäre abzuwerfen.

War es früher vor allem das Katalogsortiment, auf welches aufgebaut wurde, so mussten mit der Öffnung der Grenzen nach dem Zweiten Weltkrieg und mit der Diversifikation der Einkaufswege neue Methoden entwickelt werden. Es genügte nicht mehr, Messen und Ausstellungen zu besuchen und an Ort und Stelle zu ordern.

Immer mehr setzte sich das System der Ausmusterungen durch. Einen gewaltigen Vorteil brachte in den sechziger Jahren die Einführung der europäischen Numerierung der Spielsachen. In neun Warengruppen wird seither mit sechsstelligen Nummern gearbeitet. Diese helfen Warenbestellungen zu vereinfachen, Nachlieferungen zu beschleunigen und an die Filialen zu belasten. Durch Eingabe der entsprechenden Nummern in die Kassen beim Verkauf des Artikels kann eine beinahe lückenlose Warenkontrolle durchgeführt werden.

Der Einkauf seinerseits führt im Laufe des Frühjahres die Hauptmusterung durch. Aus vielen tausend Artikeln in der gleichen Warengruppe werden jene ausgesucht, die den Ansprüchen des Spezialgeschäftes optimal genügen. Da stehen Qualität, Spielbarkeit, Kundenwunsch, Gift- und Sicherheitsvorschriften neben weiteren Kriterien an vorderster Stelle. Die Preisstruktur, die natürlich auch stimmen muss, kommt erst an zweiter Stelle. Damit die richtigen Artikel aus der Vielfalt des Angebotes ausgelesen werden, sind spezielle Einkaufsgruppen am Werk. Hier ist der Zentralverkauf genau so vertreten wie der Regional-Manager und die Verkäuferin, die durch direkten Kundenkontakt oft am besten weiss, in welcher Richtung die Einkäufe gemacht werden sollten. Die Warengruppen ihrerseits sind wieder in Sortimentsgruppen unterteilt, so dass jeder Mitarbeiter beim Ablesen einer Nummer rasch weiss, um welche Artikel es sich handelt.

Die Warengruppen sind wie folgt eingeteilt:

- 1 Eisenbahnen, Autobahnen
- 2 Modellbau, Hobby und Baukasten
- 3 Mechanik und Miniaturen
- 4 Kleinkind- und Aufstellspielzeug
- 5 Puppen und Plüschartikel
- 6 Spiele, Beschäftigungen, Bücher und Musik
- 7 Sport, Fahrzeuge, Sommer- und Winterartikel
- 8 Fest- und Saisonartikel
- 9 Kinder- und Baby-Artikel.

In der Feineinteilung innerhalb der Warengruppen sind zum Beispiel alle Artikel der Gruppe 11 aus dem Märklin-Eisenbahnen-Sortiment der Spur H0. Auf diese Art ist es möglich, dass die Nummer 113056 gar nichts anderes sein kann, als das berühmte SBB-Krokodil-Lokomotivmodell von Märklin in der Spur H0. Auf diese relativ einfache Art lässt sich das gesamte Spielwarensortiment nach Nummern überblicken.

Die Geschäfte der ganzen Schweiz – ähnlich ist es auch in den anderen Ländern, in denen Franz Carl Weber heute tätig ist – werden nach einem genauen Lieferplan mit Ware versorgt. Dabei ist darauf zu achten, ob die Anlieferungsmöglichkeiten gegeben sind. In vielen Stadtzentren ist Camionverkehr nur zu gewissen Zeiten gestattet, und Einkaufszentren haben gestaffelte Lieferzeiten. Auch muss berücksichtigt werden, dass einer Filiale volumenmässig nur soviel zugeschickt wird, als das Personal in der verbleibenden Zeit zu versorgen vermag.

Die Ware geht von Zürich-Altstetten sowohl in Spezialcontainern mit der Bahn als auch mit Camions hinaus in die über fünfzig Geschäfte. Es sind beachtliche Tonnagen, die da täglich bewegt werden und die vor Weihnachten oft unglaubliche Ausmasse annehmen.

Die Service Merchandising-Idee

Bereits 1965 trat Tony Weber anlässlich einer Einkaufsmesse in Lyon mit einer Idee an verschiedene Stamm-Lieferanten heran, die später zu einem wichtigen Bestandteil des partnerschaftlichen Zusammenarbeitens zwischen Lieferant und Franz Carl Weber werden sollte. Die Service Merchandising-Vereinbarungen, intern kurz SERM genannt, wurden erarbeitet und führten dazu, dass eine Reihe von Lieferanten am Verkaufspunkt, also in der Franz Carl Weber-Filiale, selber dafür sorgt, dass ihre Ware im festgelegten Rahmen vorhanden ist.

Die Vereinbarung enthält alle notwendigen Einzelheiten und verlangt zum Beispiel vom Lieferanten, dass er durch regelmässige Besuche und durch Reassortierung auf einer dem Produkt angemessenen Verkaufsfläche dafür sorgt, dass die Kunden immer ein optimales Sortiment vorfinden.

Einige der wichtigsten SERM-Partner von Franz Carl Weber sind heute:
 – Carlit und Ravensburger auf dem Gebiet der Spiele, der Gesellschaftsspiele, der Hobbyartikel und von Büchern

- Faller auf dem Gebiet von Eisenbahnzubehörartikeln und Autorennbahnen
- Fulgurex (Lausanne) mit Eisenbahnen und Zubehör sowie Modellflugartikeln
- Leclanché mit allen Batterien
- LEGO mit über 200 verschiedenen Legobaukasten-Packungen
- fischer-technik mit seinen Spezialbaukasten
- Brio auf dem Gebiet der schwedischen Holzspielsachen
- Steiff mit Plüschtieren aus Deutschland.

Das zu liefernde Sortiment wird mit jedem einzelnen Lieferanten mindestens einmal jährlich neu festgelegt, ergänzt und mit Neuheiten bestückt. Daraus ergibt sich der SERM-Ordersatz, der wiederum für die Franz Carl Weber-Filialen verschiedener Grösse unterschiedlich ist. Ein «A»-Geschäft wie zum Beispiel dasjenige an der Zürcher Bahnhofstrasse braucht natürlich ein viel breiteres Eisenbahnsortiment als ein kleines «G»-Geschäft in einem Einkaufszentrum in Rapperswil.

Die Pflichten des SERM-Lieferanten sind also einerseits recht genau umschrieben, doch bringen sie auch immer viele Vorteile. Er weiss zum Beispiel immer aus erster Quelle, direkt von der Verkaufsfront, was für Kundenwünsche vorhanden sind, wo die Trends liegen. Gerade die Firma LEGO ist ein klassisches Beispiel dafür, dass durch die Kontakte mit den vielen Verkaufsstellen in den Filialen das Sortiment immer wieder den Kundenwünschen angepasst werden konnte.

Franz Carl Weber übernimmt beim SERM-System natürlich auch Pflichten. In erster Linie wird das ganze Jahr eine angemessene Verkaufsfläche für die Produkte zur Verfügung gestellt, es werden aber auch die offerierten Verkaufshilfen des Lieferanten eingesetzt. Ausserdem wird die fachgerechte Beratung des Kunden übernommen. Die SERM-Lieferanten schulen das Personal, wie früher erwähnt, in Spezialkursen und auch bei jeder Lieferung. Die Produkte der SERM-Partner erhalten regelmässig Platz in Schaufenstern und Schaukästen, und Franz Carl Weber nimmt einen Grossteil davon in seine Kataloge auf.

Die SERM-Liefervereinbarungen, die noch viele weitere Details enthalten, haben dazu geführt, dass innert zehn Jahren die Gruppe der wichtigsten Lieferanten zu echten Partnern von Franz Carl Weber wurden. Diese Partnerschaft erleichterte auch immer wieder die Herausgabe von guten Neuheiten auf verschiedensten Gebieten.