



Brottsligheten styr handlarnas marknadsföring

Publicerad: 6 december 2006

Författare: Fredrik Norman

Butiksägare i stan kan inte längre skylta med varor ur det lite finare sortimentet, utan att det förenas med ökad risk att utsättas för inbrott och stölder. Sedan ett par år tillbaka är butikerna skyldiga enligt lag att uppge priset på samtliga varor som visas i skyltfönstret - och resultatet är att butikerna får skylta "på egen risk". Butiksägarna Mats och Lena Eriksson, vars guldsmedsbutik Gösta Eriksson nyligen utsattes för ett inbrottsförsök, är övertygade om att många butiksägare far illa av den nya lagen.

Normalt sett brukar inte guldsmedsbutiken skylta så friskt, men nu ville man göra det extra fint inför julskyltningen - och då small det direkt. Någon försökte komma åt de lite mer exklusiva guldsmyckena i skyltfönstret, men misslyckades dessbättre.

Syskonen Lena och Mats Eriksson är övertygade om att detta inte hade hänt om det inte varit för den nya lagen som säger att butikerna måste uppge priset på alla de varor som skyltas med. Följer inte butikerna lagen kan de få betala dryga böter.

-Det står att man kan få betala så mycket som 200 000 kronor i böter, säger Mats och läser innantill i Konsumentverkets information.

Skyltfönstret är en butiks kanske viktigaste marknadsföring. Men den nya lagen försätter butiksinnehavaren i vad som kan jämföras med ett parti rysk roulette. Antingen smäller det – eller så klarar man sig den här gången. Men förr eller senare smäller det likt förbaskat. Lena är övertygad att prislappen fällde avgörande i det här fallet.

-Där rutan är krossad låg det nämligen ett finare guldarmband värt drygt 5000 kr. Jag är övertygad om att detta inte hade hänt om prislappen inte hade varit där, då hade den klåfingrige troligtvis inte brytt sig – eller kanske tänkt att det bara var en attrapp. Jag tycker det är jättetråkigt att man inte längre kan skylta som man verkligen skulle vilja, säger hon.

Nattskyltning är ett ganska nytt begrepp för handlarna i stan. Det innebär i regel att varor plockas bort helt och hållet under den tiden på dygnet då butiken har stängt. Det är dock ingen bra lösning, tycker Lena Eriksson.

-Nej, då är det ju tomt på kvällarna när folk är ute och promenerar i stan. Det är inget alternativ, tycker hon.

Skyltfönstret är en alldeles för viktig marknadsföring för att försummas, enas Mats och Lena om. Men det är trist att brottsligheten får styra hur skyltningen ska se ut. Och att montera upp rejäla järngaller är inte heller något önskvärt.

-Nej, absolut inte. Det blir bara att se ut som en bur då, säger Lena Eriksson.

I skyltfönstret har butiksägarna nu lämnat ett litet meddelande med anledning av händelsen. [Klicka för att se närbild>>](#)

Källa: LindeNytt.com

<https://lindenytt.com/nyheter/brottsligheten-styr-handlarnas-marknadsforing/>