

neren Fachgeschäfte war. Ich weiß wohl, daß wir die billigen Uhren nicht mehr aus der Welt schaffen können, und daß wir sie auch mitführen und in der Werbung verwerten müssen. Des guten oder, richtiger gesagt, des schlechten wurde hier jedoch zweifellos viel zu viel getan. Die Erfolge einzelner großer Fachgeschäfte bei der Werbung für die billigen Uhren besagen für die große Masse der Uhrengeschäfte gar nichts. Bei dem Wettlauf mit den „Großen“ würde uns auch dann bald die Puste ausgehen, wenn wir zu genau den gleichen Preisen wie sie einkaufen könnten.

Wäre es da nicht besser, wenn wir uns mit unserer Kundschaft im Geschäft mehr und im besten Sinne individueller befaßten? Manches gute Wort, das wir dort sprechen, wird weiter wirken und Früchte bringen. Der Kunde muß bei uns fühlen: „Hier sieht man es nicht lediglich auf mein Geld ab; hier bin ich ein gerngesehener Kunde, auch wenn ich einmal nichts kaufe.“ Das Schild im Schaufenster „Besichtigung ohne Kaufzwang erbeten“ besagt dem Kunden an sich noch nichts; manchmal wird er sogar gerade wegen dieses Plakates vermuten, daß irgend ein Zwang doch vorliege. Oft, wenn man in ein Geschäft geht, kann man das Elend unserer Zeit aus dem Gesicht des Besitzers ersehen. Warum denken wir aber nicht wie der Wiener: „Dalles macht lustig“? Ein freundliches, aufmunterndes Gespräch ist bei gutem Willen schnell in Gang gebracht. Sie meinen, für die „Aufmunterung“ könne sich der Kunde auch nichts kaufen, Herr Kollege? Gewiß nicht, aber immerhin... Da in den letzten Wochen soviel und mit Recht über Goethe gesprochen wurde, darf ich mir wohl gestatten, hier gleichfalls ein schönes Goethe-Wort anzuführen:

„Wenn der schwer Gedrückte klagt:  
Hilfe, Hoffnung sei versagt,  
Bleibet heilsam fort und fort  
Immer noch ein freundlich Wort.“

Bei einem un pessimistischen, aber im übrigen dem Charakter des Kunden geschickt angepaßten Gespräch kann man dem Kunden oft auch in wirksamer Weise, und ohne

daß er sich bevormundet fühlt, den Wert einer guten Uhr auseinandersetzen und ihm die Beschaffung einer solchen nahelegen, wenn er auch ein paar Jahre darauf sparen müsse. So verausgabte Zeit bringt viel mehr ein, als den Kunden schnell „abzufertigen“ und sich dann wieder angeblich „produktiver“ Arbeit zuzuwenden.

Zeit sollen wir aber auch haben für unsere Lieferanten. Ich meine natürlich nicht die Zeit, die wir uns bei der Bezahlung ihrer Rechnungen lassen sollten; da könnte ein bißchen mehr Tempo, wie ich betonen möchte, auch in unserem eigenen Interesse, nichts schaden. Aber das ist ja eine Sache für sich. Hier meine ich die Zeit, die wir uns beim Einkauf von Waren, insbesondere von kleinen Uhren, lassen sollen, indem wir jedes Stück, ehe wir es kaufen bzw. endgültig behalten, möglichst genau prüfen. Davon hat auch das ganze Fach guten Nutzen; der Grossist lernt seine Ware besser kennen und drängt bei den Fabrikanten auf die Abstellung vorkommender Mängel und die Lieferung ausschließlich guter Waren.

Unter Aufwand von vielem Scharfsinn wurde vor noch nicht gar so langer Zeit von klugen Leuten „bewiesen“, daß es eine „richtige“ Überproduktion überhaupt nicht gebe; ungeheuer viele Menschen könnten noch ungeheuer viele Güter, mehr, als vorläufig erzeugt werden könnten, in Benutzung nehmen — wenn, ja, wenn die Geld- und Einkommensverteilung eine andere als jetzt sei. Allmählich dringt aber doch die Ansicht durch, daß es, auch abgesehen von der vorläufig irreparablen Mangelhaftigkeit der Geldverteilung, eine „technologische Arbeitslosigkeit“ gibt, daß die Maschine oft mehr produziert, als vernünftigerweise verbraucht werden kann. Ist es etwa unmöglich, daß nächstens Taschenuhren für 1 RM im Einzelhandel zu haben sind? Werden wir dann erheblich mehr Uhren als heute verkaufen? Vielleicht, wenigstens vorübergehend, aber sicher ist unser Ertrag, von dem allein wir leben können, noch viel schlechter als heute. Demgegenüber darf es für uns alle, auch für die „Großen“ unter uns, nur heißen: Wahrung und Steigerung der Qualität!  
J. B.

## Uhren auf der Berliner Möbel- und Einrichtungsschau

In der Zeit vom 19. März bis 3. April wird unter starker Beteiligung der sehr bedeutenden Berliner Möbelindustrie in den Funkturmhallen zu Berlin die zweite Berliner Möbel- und Einrichtungsschau, die „Mö“, wie sie zwar nicht schön, aber kurz genannt wird, abgehalten. Der Tatsache, daß weite Bevölkerungskreise infolge der schlechten Wirtschaftsverhältnisse nicht mehr in der Lage sind, so hohe Beträge wie früher für Wohnungseinrichtungen auszugeben, wird durch die Wettbewerbs-Sonderschau „Die billige Wohnung“ Rechnung getragen; gezeigt werden hier billige, aber doch moderne und gediegene Ein-, Eineinhalb- und Zweizimmer-Wohnungen, deren Preise sich zwischen 495 und 1150 RM bewegen. Mit der Hauptausstellung ist auch eine reich besetzte Ausstellung „Das Bild im Raum“ verbunden, und außerdem werden Haushalt- und Küchengeräte gezeigt.

Für das Uhrengewerbe ist diese große und wieder außerordentlich lebhaft besuchte Veranstaltung nach zwei Richtungen hin von hohem Interesse. Einmal läßt sie den gegenwärtigen Möbelstil, der auch für die Formen größerer Zimmeruhren richtunggebend ist, klar erkennen. Dann aber erhebt sich die Frage, inwieweit diese Gelegenheit benutzt wurde, um weite Bevölkerungskreise auf moderne Zimmeruhren und ihre Zugehörigkeit zu den modernen Wohnungseinrichtungen aufmerksam zu machen.

Wenn von „modernem Stil“ gesprochen wird, so taucht immer wieder der Begriff „neue Sachlichkeit“ auf. Dieser

Begriff ist jedoch so vieldeutig, daß man sich davor hüten muß, ihn schematisch und schlagwortartig anzuwenden. Die „neue Sachlichkeit“ wurde ebenso für die auf der vorjährigen Deutschen Bauausstellung gezeigten Räume in Anspruch genommen, wie er jetzt auf die Wohnungseinrichtungen der „Mö“ angewandt wird. Wer beide Ausstellungen besucht hat, weiß, daß gewaltige Unterschiede zwischen den Gedankengängen der extrem-modernen Architekten und denen der modernen Möbelindustrie bestehen. Die Architekten bevorzugen besonders harte, kalte, klare Werkstoffe, so Glas, Stahl und Beton (betonierte Betten!), einfarbige Bezüge der Möbel sowie ganz schlichte Bekleidung der Fußböden und Wände; soweit sie Holz überhaupt noch dulden, muß es möglichst schlicht und nicht glanzpoliert sein. Selbstverständlich sind die Formen ebenso streng und klar gehalten, wie es die Werkstoffe ihrem Charakter nach sind. Ganz anders ist die moderne Möbelindustrie eingestellt; hier finden wir immer noch Holz als den hauptsächlichsten Werkstoff; man ist auch nicht auf Eckigkeit um jeden Preis versessen, sucht vielmehr auf mannigfache Weise malerische, gefällige Wirkungen zu erzielen und verwendet daher auch modern gemusterte Möbelbezüge, Teppiche u. ä. m.

Julius Apelt, Vorstandsmitglied des Deutschen Möbelfachverbandes, sagt in einem Aufsatz, „Das Möbel von heute“, u. a. folgendes: „Das Möbel von heute ist ein richtiges Kind unserer Zeit. Unsentimental, sachlich, klar mit