

erwidern, daß allerdings zu solchen Dispositionen gehört: 1. der Glaube an den unbedingten Erfolg der politischen und wirtschaftlichen Maßnahmen des Führers und als deren Auswirkung die Hebung der Kaufkraft, 2. die Intelligenz des Einzelhändlers, seine absolute geschäftliche und moralische

Lauterkeit und, daraus hervorgehend, die erfolgreiche Verkaufstaktik und die Personalkreditfähigkeit, 3. die rechte Einstellung der Lieferfirma, die nicht nur verkaufen will, um eine Forderung zu haben, sondern mit dem Einzelhändler zu arbeiten wünscht. mhr.

Ein vorbildliches Fachgeschäft

In den Jahren nach der Inflation haben sich die früheren Ansichten über die bauliche Gestaltung und die Ausstattung der dem Betriebe von Einzelhandelsgeschäften dienenden Räumlichkeiten, vor allem des Schaufensters, der Ladenfront, des Ladeneingangs und des Ladens selbst, in Deutschland und in den meisten anderen Kulturländern weitgehend gewandelt. Bei der Errichtung neuer Verkaufsräume und dem in außerordentlich zahlreichen Fällen vorgenommenen Umbau älterer Einzelhandelsgeschäfte hat man sich der herrschenden Bauweise angepaßt und mancherlei neue Einrichtungen benutzt, die es ermöglichen, durch das Äußere der Geschäfte auf größere Entfernung hin zu werben, die Waren im Schaufenster wie im Laden eindringlicher und verlockender anzubieten, den Kunden durch eine wohl-abgewogene Gestaltung des Geschäftseingangs das Hereinkommen sozusagen abzuschmeicheln und ihnen den Aufenthalt im Laden möglichst angenehm zu machen, den inneren Geschäftsbetrieb durch zweckmäßigere Einrichtung der Räume bequemer und übersichtlicher zu machen und die Werkstätten so zu gestalten, daß sie der Gesundheit der in ihnen arbeitenden Personen zuträglicher als früher sind und höhere Arbeitsleistungen ermöglichen. Daß bei der Entfaltung von Pracht und Glanz, soweit sie auf die Käufer berechnet waren, des Guten manchmal zuviel getan worden ist, ändert nichts daran, daß der Grundsatz als solcher, die gekennzeichneten Änderungen vorzunehmen, richtig war und ist, da er aus dem Zwang der Verhältnisse heraus, dem Kampf ums Dasein erwachsen ist. Wir dürfen auch nicht vergessen, daß durch diesen gesteigerten Aufwand vielen Volksgenossen Arbeit und Brot verschafft und in mancher Hinsicht ein sozialer Fortschritt erzielt wurde.

Ausschlaggebend muß in Dingen dieser Art immer der wirtschaftliche Erfolg sein, der durch die ins Auge gefaßten Maßnahmen verbürgt erscheint. Ein kleiner Betrieb darf einfach, wenn er keinen wirtschaftlichen Selbstmord begehen will, nicht einen seine jetzigen und zukünftigen Kräfte überschreitenden Umbau vornehmen — und ein großer darf es auch nicht! Die Kirche muß immer und bei allen im Dorfe bleiben! Aber nach Maßgabe der gegenwärtigen und späteren Erfolgsmöglichkeiten sollte ein jeder sich die auf diesem Gebiete erzielten Fortschritte des Baugewerbes und der Technik zu eigen machen, um nicht ins Hintertreffen zu geraten. Darauf hinzuweisen, erscheint in dieser Zeit geboten, da es in vielen Fällen den Anschein hat, als lähme die jahrelange Krise und die scheinbare Erfolglosigkeit so mancher Anstrengung die unentbehrliche frische Tatkraft, so daß vieles nicht geschieht, was auch heute noch geschehen könnte. Allen überhaupt noch lebensfähigen Geschäften, seien sie auch noch so klein, wird es z. B. möglich sein, Schaufenster, Laden und Werkstatt in neuzeitlicher Weise zu beleuchten.

Primitiv eingerichtete Geschäfte, wie man sie in Großstädten hier und dort unter der Bezeichnung „Der schlichte Laden“ antrifft, sind jedenfalls nicht richtunggebend für die Uhren- und Goldwarengeschäfte, da der Charakter der von diesen geführten Waren eine gediegene, „gehobene“ Aufmachung geradezu verlangt. Aber auch hier gilt die Regel: „Eines schickt sich nicht für alle“, soweit dieses „Eine“ über freundliche Schlichtheit und peinliche Sauberkeit, die

Mindestforderungen an alle, hinausgeht; ist doch schon öfters die fatale Beobachtung gemacht worden, daß gutgehende Geschäfte mit weit überwiegend „einfacher“ Kundschaft nach erfolgtem Umbau „mit allen Schikanen“ einen erheblichen Teil ihrer Kunden verloren, denen die Geschichte „zu fein“ geworden war.

Den Gipfelpunkt aller dieser Bestrebungen bildet das neuzeitliche Geschäftshaus, dessen Außenseite ganz oder überwiegend in den Dienst eines einzigen Betriebes gestellt wird und dadurch dieses Unternehmen in weiten Kreisen der Bevölkerung aufs wirksamste bekannt macht. Ein solches Haus, das zweifellos zu den schönsten unseres Faches überhaupt zählt, ist das des Uhren-, Goldwaren-, Optik- und Photo-Geschäftes Hugo Schumann in Bad Godesberg a. Rh., das in diesem Jahre auf ein dreißigjähriges Bestehen zurückblicken kann. Das Gebäude wurde im Jahre 1913 errichtet und legt für die fortschrittliche Einstellung der Firma ein glänzendes Zeugnis ab. Schon in baukünstlerischer Hinsicht ist es durch seine klare, lebendige und harmonische Gliederung und die geschlossene Wucht des Gesamteindrucks bemerkenswert. Prachtvoll sind z. B. die über den Eckpunkten der beiden Schaufenster sich erhebenden und das Gebäude bis oben hin gliedernden Pfeiler, die über die ganze Breite des Gebäudes sich hinziehende Brüstung, die mit den Firmenstreifen über den Schaufenstern die Horizontale betont und dadurch einen ausgleichenden Gegensatz zu den mächtig aufstrebenden Pfeilern bildet, ferner die drei famosen Dachgiebel, die an allen entscheidenden Stellen auftretende Dreiteilung und die vielen Fenster, welche die in den Räumen herrschende Lichtfülle ahnen lassen. Seinen besonderen Charakter als Geschäftshaus unseres Gewerbes erhält es durch die beiden großen Schaufenster im Erdgeschoß, die stattliche Außenuhr und die über dem zweiten Stockwerk eingelassenen Steinfiguren, rechts Peter Henlein, den Erfinder der Taschenuhr, links Benvenuto Cellini, den berühmtesten Goldschmied der Renaissancezeit.

Zu ebener Erde befinden sich zwei getrennte Verkaufs- und Geschäftsräume für Uhren und Goldwaren (rechts) sowie für Optik und Photo (links). Der Eingang (vgl. Abb. 2) hat im Jahre 1929 insofern eine Veränderung erfahren, als er zurückverlegt wurde; dadurch wurde an beiden Seiten wertvoller Schaufensterraum gewonnen. Die Mattglasdecke über dem Eingang, die indirekt beleuchtet wird, besteht jedoch schon seit der Errichtung des Hauses. Man sieht daraus, daß die Firma in beleuchtungstechnischer Hinsicht der damaligen Zeit weit voraus war.

Die Abbildung 3 gibt das Uhrenschaufenster der Firma Schumann während der Reichs-Handwerkswoche im Oktober 1933 wieder. Das Fenster wurde durch die außerordentlich übersichtliche Zurschaustellung von Uhrmacher-Werkzeugen, -Maschinen, Zeichnungen, zerlegten Uhren und Uhrwerken, Diplomen und Textschildern ganz in den Dienst der Aufklärung des Publikums über Uhren und in den Dienst der Reparaturwerbung gestellt. In der linken Ecke des Fensters war eine Abbildung des Geschäftshauses mit einem Hinweis auf die Figuren von Henlein und Cellini zu sehen und im Vordergrund rechts unten die Abbildung einer von der Firma ausgeführten Blumenuhr-Anlage an der Rheinallee.