

dem durch die gleichzeitige Kippung des Kontaktes eine augenblickliche Kontaktbetätigung bewirkt wird.

Die Heliowatt-Werke zeigten neben den bereits erwähnten Synchronschaltuhren mit Gangreserve eine mit Minutenkontakten zum Fortschalten von polarisierten Nebenuhren ausgebildete Synchronhauptuhr; diese dürfte vor allem dort Bedeutung haben, wo bereits Nebenuhrenanlagen im Betrieb sind und man die Hauptuhr bzw. ihre Synchronisation vereinfachen will.

Neuerungen an elektrischen Lötapparaten

In der Photo-Kino-Optik-Messe führte die Firma Franz Rapsch A.-G. ihren in der Nr. 49 dieser Zeitung ein-

gehend besprochenen Lötapparat im Betriebe vor. Eine gerade für den Uhrmacher, Goldschmied usw. sehr wesentliche Neuerung ist der Ersatz des bisher üblichen kegelförmigen Kohleambosses für die Kohlelötung größerer Teile durch ein T-förmiges Kohlestück (vgl. Abb. 6). Ferner wurde eine ganz neuartige Vorrichtung gezeigt (vgl. Abb. 7), mit der es möglich ist, die vor allem im Ausland bereits eingeführte schraubenlose Befestigung von Glasklammern an randlosen Brillen vorzunehmen. Durch die Löcher des Glases und der Beschläge werden eine Hülse und ein mit Lötmaterial gefüllter Stift gegenseitig eingeführt und elektrisch miteinander verlötet.

(Schluß folgt)

Die Frau im Uhren- und Goldwarengeschäft

Es liegt in der Art der Geschäfte unseres Faches begründet, daß zu den ersten Mitarbeitern auch die weiblichen Familienmitglieder, d. h. die Frau und die Töchter, zählen. Das Vertrauen, das der Inhaber eines Uhren- und Goldwarengeschäftes zu diesen Mitarbeitern hat, ist vollkommen gerechtfertigt. Nun liegen die Dinge aber bei jedem Geschäft anders; je größer ein Betrieb ist, desto mehr Mitarbeiter benötigt er. Da tritt zu den Familienangehörigen die fremde Verkäuferin, die mit dem Inhaber nicht verwandt ist. Im allgemeinen wirken Frauen im Unternehmen mit, die wohl im kaufmännischen Geschäftsverkehr ausgebildet sind, nicht aber handwerklich. Gewiß gibt es schon Damen, die eine handwerkliche Ausbildung durchgemacht haben, und zwar sowohl als Goldschmiedin wie als Uhrmacherin. Aber es sind doch nur ziemlich wenige, und auch nicht alle werden im Fache ausharren. In anderen Handwerkszweigen hat man bereits die Erfahrung gemacht, daß von allen ausgebildeten Frauen nach vollständig abgeschlossener Ausbildung nur 20% dem erlernten Berufe treu blieben; die übrigen heirateten, und zwar keineswegs Handwerker des gleichen Berufes.

Die Frau, in diesem Falle die Ehefrau, wird teils aus eigenem Antriebe, teils der Notwendigkeit gehorchend, die ständige Mitarbeiterin ihres Mannes werden, besonders in den Unternehmen, die keinen großen Mitarbeiterstab erfordern. Erst als vorübergehende Stellvertreterin für kurze Zeit, dann, z. B. bei Wehrdienst oder anderen Ehrendiensten des Mannes, für längere Zeiträume und schließlich aus Gewohnheit für immer tritt die Frau in den ihr neuen Aufgabenkreis. Gewiß ist es nicht leicht, diese vielfältigen Aufgaben zu bewältigen, denn kein Meister fällt vom Himmel, aber allmählich findet sie sich doch in alles hinein.

Von Natur aus liegt es den Frauen, sich zu schmücken, und daher wird es einer Frau niemals schwer fallen, als Verkäuferin von Schmuck und Uhren bei anderen Frauen den Wunsch nach diesen Dingen zu wecken. Jede Frau ist eine feine Beobachterin der modischen Neuheiten, ganz gleich, ob es sich um Kleidung oder andere Sachen auf dem Modegebiete handelt, und zugleich mit dem Feststellen der Neuerungen empfindet sie gefühlsmäßig, daß zu dem neuen besonders gearteten Stil der Kleidung ein artgemäßer Schmuck gehört. Sie wird diese Erkenntnis vorteilhaft zunächst beim Einkauf von Schmuckwaren verwerten. Dann aber werden ihr auch beim Verkauf der eigene gute Geschmack und die Erfahrung, die sie erworben hat, helfen, jeden Kunden individuell zu beraten. Diese Stellung als Verkäuferin, vor allem aber die als sachverständige Beraterin, kann aber nur von einer Dame, welche die nötigen Kenntnisse besitzt, eingenommen werden, also nicht von einem jungen unerfahrenen Mädchen, dem die Kunden kein rechtes Vertrauen schenken.

Hier zeigt sich eine deutliche Grenze zwischen der jüngeren und der älteren Kraft. Bei den innerbetrieblichen Arbeiten eines Uhren- und Goldwarengeschäftes wird man diese Grenze noch mehr wahrnehmen können; das Auszeichnen der neuen Ware, der Schriftwechsel und die Buchführung sind eben Gebiete, die nicht allen Mitarbeitern zum Einblick offen sind. Doch abgesehen von diesen Gebieten gibt es noch genügend Arbeitsfelder, z. B. die Schaufenster. Bei der Dekoration genügt nicht allein der Wechsel der Waren, sondern es kommt auch auf die Gestaltung der Warenauslage an. Wer die Arbeit und Mühe, die eine Schaufensterdekoration bereitet, kennt, weiß, was es heißt, „die Visitenkarte“ des Betriebes gut auszugestalten. Auf meinen Reisen habe ich immer mit großem Interesse die Schaufenster unseres Faches betrachtet. Es zeigte sich ein sehr großer Unterschied zwischen den Geschäften z. B. von Königsberg i. Pr., Berlin (Nähe der Fernbahnhöfe, Unter den Linden), und München. Im Osten sieht man sehr viele tadellose Schmuck- und Uhrenfenster und in Berlin oftmals Massendekorationen. Am wenigsten hat mir in dieser Hinsicht Süddeutschland gefallen. Bei den Massendekorationen wird dem Beschauer angst und bange vor den Mengen, die da für ihn hingebaut sind. Er wird nervös von der Suche nach dem, was er sehen will. Ganz das Gegenteil von dem, was man durch das Angebot erreichen will, erreicht man aber mit einem vernachlässigten Fenster. Da haben selbst die schönsten Waren kaum Aussicht, Abnehmer in größerer Zahl zu finden. Weshalb pflegen manche Geschäfte ihre Schaufenster so wenig? Verdienen sie durch ihre Arbeit mehr als durch den Verkauf?

Genau so wie das Schaufenster nach außen ein Bild des Unternehmens gibt, muß die Ware im Geschäft gefällig und zweckmäßig untergebracht werden. Wir dürfen niemals vergessen, daß der Kunde beim Betreten des Geschäftes einen angenehmen Eindruck empfangen soll. Um diesen Eindruck zu erwecken, ist eine saubere und dekorative Unterbringung der Waren im Geschäft notwendig. Um nun als erfolgreiche Verkäuferin im Betriebe zu wirken, ist es von großer Bedeutung, über gute Sachkenntnisse zu verfügen. Es reicht nicht aus, allein die auf jedem Etikett oder jeder Kartusche befindlichen Bezeichnungen zu kennen — ablesen kann sie der Kunde auch selbst —, nein, man muß über die Bearbeitungsmethoden, die Zusammensetzung, die Entstehung der Ware u. a. gut unterrichtet sein, denn die Verkäuferin ist doch in einem Fachgeschäft tätig; sie muß daher ohne langes Zögern jederzeit eine zufriedenstellende Auskunft über die Waren geben können. Besonders jetzt ist es oft notwendig, über alle Neuerungen und über diejenigen gesetzlichen Bestimmungen, die irgendwelche Veränderungen bedingten, gut unterrichtet zu sein, zumal diese Neuordnungen von Laien oft falsch verstanden werden.