

Da die Gewerbetreibenden in der Tschechoslowakei ebenso wie die in anderen Ländern ihr gerütteltes Maß von Steuer Sorgen haben, so hat der Verband für seinen Bereich eine Steuerberatung geschaffen, die sich schon segensreich ausgewirkt hat.

Die Aufgabe, unser Handwerk zu heben, ist aber auch untrennbar mit der Notwendigkeit verbunden, den Handel mit unseren Waren zu regeln. Dies ist eine Forderung, die neuerdings auch in anderen Ländern eine Hauptfrage geworden ist und in dem Rufe nach Schaffung eines besonderen Befähigungsnachweises für den Handel mit unseren Waren gipfelt. Vorläufig haben wir erreicht, daß Uhren in den Einheitspreisgeschäften nicht mehr angeboten werden dürfen, und bezüglich der Markenuhren wurden mit den maßgebenden Fabriken entsprechende Vereinbarungen getroffen. Aber der Kampf gegen die Warenhäuser und Konsumvereine dauert an. Dazu kommen die Versteigerungen in den Versatzämtern, die vor allem in der Vorweihnachtszeit beliebt sind. Die Uhrmacher beanspruchen aber auch die elektrischen Uhren für sich; unsere Losung „Die elektrische Uhr dem Uhrmacher!“ wird den Regierungsstellen immer selbstverständlicher.

Um all den Abträglichkeiten entgegenzuwirken, braucht es gute Nerven und eiserne Ausdauer.

Zur Förderung des Verkaufsgeschäftes hat unser Verband eigene Garantiescheine herausgegeben, die sich bestens bewährt haben. Unser Aufklärungsheft „Was müssen auch Sie von der Uhr wissen?“ ist kurz vor Weihnachten erschienen und in großen Mengen abgesetzt worden. Um üblen Gewohnheiten zu begegnen, haben wir in allen Fachgeschäften Tafeln mit der Aufschrift „Schätzen neuer Waren verboten“ mit Erfolg ausgehängt. Auch die Punzierungsvorschriften wirken sich zum Guten aus.

All dies bringt aber noch keine endgültige Lösung der Frage des Handels mit unseren Waren. Die Verhältnisse liegen doch so, daß wir mit dem, was unser Handwerk abwirft, allein nicht auskommen können. Wir sind auf den Handel angewiesen. Außerdem gibt es gar manchen Kollegen, der seine Augen, seine Nerven, ja seine Gesundheit überhaupt in der Berufsarbeit verbraucht hat und jetzt sein Leben nur noch durch den Handel mit seinen Waren fristen kann. Die Erlernung des Handwerks erfordert langjährige Ausbildung, Talent und Anstrengung; soll uns nun der Lohn von Außenseitern, die von unserem Berufe gar nichts verstehen, weggenommen werden? Wenn die Existenzbedingungen der Fachgeschäfte verbessert werden sollen, dann muß nicht nur das Handwerk, sondern auch der Handel mit unseren Waren geschützt werden!

Wir verlangen, daß der Handel mit unseren Waren vorbehalten bleibt: 1. den gelernten Uhrmachern, Gold- und Silberschmieden, die den handwerklichen Befähigungsnachweis besitzen, 2. jenen Personen, die eine dreijährige Lehrzeit und eine dreijährige Verkaufszeit in einem Fachgeschäfte nachweisen können, wobei die Bürotätigkeit nicht mitzählt, weil damit nicht die Erwerbung von Warenkenntnissen verbunden ist.

Der besondere Befähigungsnachweis soll: den Fachmann vor unlauterem Wettbewerb und die Käufer vor dem Kauf minderwertiger Waren schützen, das Vertrauen zwischen den Käufern und Verkäufern wiederherstellen, die Grundlagen für ein gesundes Gewerbe und nicht zuletzt die staatlichen Einnahmen sichern helfen. Wenn der Handel allein in den Händen bewährter Fachleute liegt, wird die Überschwemmung des Marktes mit Schundwaren aufhören; die Kunden werden einsichtiger Beratung zugänglich sein, und ihr Sinn für Qualitätswaren wird geweckt. Damit sind dann auch wichtige Voraussetzungen für den Absatz besserer Stücke geschaffen.

Uhren=Schaufenster für die Internationale Handwerks=Ausstellung

Die Frage: „Wie gestalte ich mein Schaufenster anziehend und wirkungsvoll?“ ist schon oft in unserer Zeitung beantwortet worden. Doch muß sie immer wieder neu gestellt werden, weil immer wieder andere Aufgaben an uns herantreten, und vor allen Dingen, weil wir ja die Aufgabe, durch unser Schaufenster Kunden heranzuziehen, immer wieder neu lösen müssen.

Ein Rezeptbuch für Schaufenster kann man nicht schreiben. Wohl kann man gewisse Grundsätze aufstellen, die bei der Ausgestaltung eines Schaufensters beachtet werden sollten, aber auch sie bieten nur einen Anhaltspunkt, und jeder Geschäftsmann muß dann für sich den richtigen Weg herausfinden.

So gilt für unser Gewerbe z. B. als feststehender Grundsatz, daß ein Schaufenster mit wenig Ware seinen Zweck nicht in gleich guter Weise erfüllt wie ein Schaufenster, in welchem reichlich Ware gezeigt wird, womit selbstverständlich keineswegs einer Überladung der Schaufenster mit Waren das Wort geredet werden soll. Kluge und erfolgreiche Geschäftsleute unseres Faches, die Sonder-Dekorationen mit wenig Ware versucht hatten, sind bald wieder dazu übergegangen, mehr Ware zu zeigen, wenn auch nach festen Grundsätzen übersichtlich geordnet, weil der Verkaufserfolg dann ersichtlich größer war. Für die größere Zahl der Geschäfte unseres Gewerbes dürfte dies demnach der richtige Standpunkt sein.

Nirgendwo scheint aber mehr der Grundsatz Geltung zu haben: „Eines schickt sich nicht für alle“, als in der

Schaufensterausgestaltung. So zeigen wir heute einmal zwei Schaufenster-Dekorationen, die mit verhältnismäßig wenig Ware durchgeführt worden sind, und die dennoch einen vollen Erfolg gebracht haben. Sie waren allerdings auf eine ganz besondere Straße und dementsprechend auch auf einen ganz besonderen Kundenkreis abgestellt, nämlich auf Kunden, wie sie zu besonderen Zeiten die Berliner Prachtstraße „Unter den Linden“ besuchen. Was hier von der Firma Conrad Felsing durchgeführt worden ist, betrifft also einen Sonderfall und kann demnach auch nur für ganz ähnlich gelagerte Verhältnisse eine Anregung bieten.

Die Art aber, wie die Durchführung erfolgt ist, bietet bestimmt für eine größere Zahl von Berufskameraden Anregungen. Der Leiter der Firma sagte uns z. B., daß der Gestaltung solcher Schaufenster eine bestimmte Idee zugrundeliegen müsse. Selbstverständlich nicht nur die Idee, durch das Schaufenster Kunden anzuziehen und Ware zu verkaufen, was letzten Endes ja der Zweck jeder Schaufenster-Dekoration ist, sondern es soll durch eine solche aus dem üblichen Rahmen fallende Dekoration irgendein besonderer Gedanke verwirklicht werden.

Der tragende Gedanke für die im oberen Bild gezeigte Dekoration war z. B., Herren-Taschenuhren aufs wirksamste herauszustellen. Es steht nur ein Schaufenster zur Verfügung. Dem Charakter der Straße und des Geschäftes gemäß soll die Dekoration ganz vornehm wirken; dennoch aber soll sie in die Augen fallen. Da dies mit der Ausstellung von Taschenuhren nur in der einen Ebene eines