

mich als Geschäftsmann Kaugummi und Negertänze und was was kann und soll ich dagegen unternehmen? Sie kümmern jeden deutschen Geschäftsmann ebensoviel wie Kaufhaus und Bazar, weil alle diese Dinge nur äußere Erscheinungen sind für einen Niedergang in unserem Volk, für einen Mangel an eigener Urteilskraft und an Qualitätssinn. Ist schon vom Standpunkt der Zweckmäßigkeit und Nützlichkeit aus so manches einzuwenden gegen Jazz und andere Moderichtungen aus Amerika, die gerade von der Damenwelt meist ohne jede Besinnung begeistert aufgenommen werden, so muß mit aller Entschiedenheit davor gewarnt werden, amerikanische Neuerungen auch auf das wirtschaftliche und kulturelle Gebiet ausnahmslos übertragen zu wollen. Abgesehen davon, daß eine große Anzahl dieser Segnungen dem deutschen Empfinden an sich nicht entspricht, darf der Geschäftsmann schon aus Gründen der Selbsterhaltung nicht talenlos zusehen, wie unter dem Schlagwort „Rationalisierung“ die ohnehin nicht rosige Geschäftslage noch gewaltsam verschlechtert wird. Ich verweise nur auf die neuesten Bestrebungen, welche eine möglichst schmucklose Ausgestaltung des deutschen Heimes hinzielen. Die Bewohner von Wolkenkratzern mögen aus Rücksicht auf die dort notwendige Raumerparnis diese Tugend der Vereinfachung erzwingenmaßen üben, wir Deutschen stellen an die Behaglichkeit einer Wohnung andere Anforderungen, sei es nun in der mittleren oder in der großen Stadt. Dazu gehört, um nur vom Standpunkt des Uhrmachers aus zu sprechen, unter anderem eine mächtige Standuhr, die in feierlichem Gongschlag die Stunden verkündet, ebenso wie eine künstlerische Tischuhr, deren fröhliches Ticken und Klingen uns in gleicher Weise erfreut, wie der schöne Kamin oder der wuchtige Schreibtisch, worauf sie steht. Wenn in Zukunft Kästen und Betten in die Wand eingebaut werden, wenn der Christbaum, wie jüngst ein Wigbold sagte, aus Stilgründen vom Architekten verboten wird, wenn anstatt einer Wanduhr mit schön geätztem Zifferblatt ein Kreis mit einfachen Strichen und dahinter in die Wand eingebaut ein Zeigerwerk mit elektrischer Fortschaltung die Stunden anzeigt, dann wird so manchem deutschen Geschäftsmann und nicht zuletzt dem Uhrmacher der Boden für weitere künstlerische und gewerbliche Betätigung entzogen und sein Laden leert sich immer mehr.

Ich möchte nun nicht den Vorwurf hören, als ob ich gegen Fortschritt und Entwicklung sei. Nein, die Zeit wird immer weiterschreiten und neue Geschmäcker und Formen bringen, aber ein Grundzug wird sich ebenso stets behaupten und das ist im deutschen Volk die Freude am Gediegenen, an der Qualität wie an der Behaglichkeit, nicht aber an der Verbannung jeglichen Schmuckes und Zierrates.

Weit entfernt bin ich auch, einer kitschigen Überladung mit Nippes und Gipsfiguren und ähnlichen Kunstwerken (auch manche „schöne“ Uhr zählt dazu!) das Wort zu sprechen. Das ist ja keine Qualität und ist dem deutschen Sinn im Grunde ebenso verhaßt, wie die kahle Nüchternheit. Einrichtung und Zierrat sei gewählt nach dem Gesichtspunkt: Wenig aber schön, einfach aber künstlerisch wertvoll. Das ist die Richtung, in welcher der deutsche Geschäftsmann den Sinn des Volkes immer wieder beeinflussen soll. Ist unser deutsches Volk ohne ernsthaften Widerstand von dieser Einstellung abgedrängt worden, so hat das deutsche Gewerbe allen Grund, mit vereinten Kräften dagegen zu arbeiten und den guten alten Qualitätssinn, die Schätzung deutscher Wertarbeit, wieder zu erringen. Soll dieses Ziel erreicht und damit auch das Warenhaus mit all seinen schädlichen Begleiterscheinungen wirksam bekämpft werden, so müssen wir

an der Wurzel angreifen, indem wir eine geistige Umstellung unseres Volkes zu erreichen suchen.

Wie sich diese in entgegengesetzter Richtung vollzogen hat, zeigt die ungeahnte Entwicklung der Kaufhäuser. Als diese vor einigen Jahrzehnten in allen größeren Städten unseres Vaterlandes ihre Betriebe eröffneten, hatten sie unter dem Reiz der Neuheit vorübergehend einen besonderen Zulauf zu verzeichnen, aber die bessere Masse unseres Volkes vermochten sie trotz aller Reklame, trotz ihrer Ausverkäufe und „Sparwochen“ nicht dauernd zu fesseln, besonders für Einkäufe von einiger Bedeutung. Die Fachgeschäfte, vor allem für Uhren und Goldwaren, blickten etwas geringschätzig auf diese Ungetüme und glaubten, nicht ganz mit Unrecht, daß ihnen dadurch kaum ein beachtenswerter Schaden entstehen könnte. Die Erfahrung lehrte zwar, daß diese Unterschätzung wie so oft einer gedeihlichen Entwicklung des Gegners sehr zustatten kam, um so mehr als die Fachgeschäfte vielfach durch Beharrung in veralteten Verkaufs- und Reklamemethoden ihre Käuferschaft nicht zu erhalten verstanden. Daneben zogen die Kaufhäuser durch gelegentliche wirklich billige Angebote, wie sie der Großeinkauf gestattet, ebenso durch eine mächtige Reklame und durch die freie Besichtigung die Massen des Volkes an ihre 95 Pf. und 195 Pf.-Kassen. Allerdings Uhren und Goldwaren, Kristall und Tafelgeräte wurde damals kaum im Kaufhaus gesucht. Sie wurden in der benötigten geringen Qualität bei uns kaum hergestellt. Mit der Volksverarmung und Volksverbildung der Nachkriegszeit aber änderte sich die Lage. Das Volk war zum großen Teil nicht mehr in der Lage, sich gute Ware zu kaufen und wollte das auch gar nicht, weil das alte Streben nach innerem Wert geschwunden war. Und so ist es nicht zu verwundern, wenn in den Kaufhäusern Waren auftauchten, die sonst nur der Fachmann verkauft hat, allerdings kaum in dieser minderwertigen Ausführung. Die Anwesenheit dieser Waren im Kaufhaus jedoch beweist, daß sie verlangt und gekauft werden, und wer sich vielleicht Sorgen macht, daß dort doch nicht genügend umgesetzt werden könnte, den lade ich ein, den Menschenstrom zu beobachten, der sich an Samstagen durch die Räume schiebt und sich vor den Kassen staut. Noch mehr möchte ich erinnern an verschiedene Tage vor Weihnachten, da Kaufhäuser wegen Überfüllung geschlossen werden mußten. Von welchem Fachgeschäft hat man das je gehört? Diese Tatsachen beweisen doch, daß bei einem sehr großen Teil unseres Volkes jeder Sinn für Qualität abhanden gekommen ist, allerdings auch, daß die Warenhäuser diese Schwäche vorzüglich auszunutzen verstehen. Die Folge davon ist, daß sie heute nicht nur die größten Stoff-, Papierwaren-, Spezereiwarengeschäfte am Platz, sondern auch die bestbesuchten Gasthäuser und Cafés und gelegentlich sehr beachtenswerte Uhrläden darstellen. Nachdem also fast jede Art von Fachgeschäft von dem Schaden betroffen und in seinem Bestand immer mehr bedroht wird, würde ich es für notwendig halten, daß in gemeinsamer Front ein starker Abwehrkampf einsetzt würde, an dem sich Innungen, Gewerbeverbände und Handwerkskammern beteiligen sollen. Diesen Kampf der Gesamtheit müßte jeder einzelne unterstützen durch entsprechende Aufklärung in seiner nächsten und weiteren Umgebung und vor allem durch die Tat, indem er einen Einkauf im Warenhaus für keinerlei Gegenstand betätigt oder gestattet, selbst wenn die Verlockung noch so stark wäre. Was er aber am Kaufhaus Gutes findet, das ist die Großzügigkeit, die Geschicklichkeit in der Kundenbehandlung, die Auswahl die Reklame, die freie Besichtigung, sollte er sich in seinem Fachgeschäft zunutze machen und so den Feind mit eigenen Waffen zu schlagen versuchen.