

den Klein- und Mittelstädten nach den Großstädten verschoben ließe, die durch eben diese Einrichtungen dem Lehrling von vornherein alles neuzeitlich Erwünschte bieten, was er bei den Meistern der mittleren und kleinen Städte in der Lehrzeit nie erlernen könnte. Das Ideal wäre, wenn es die Handwerkskammern durchsetzten, daß alle Lehrlinge zunächst 1 bis 2 Jahre auf irgendwelchen Lehrlingsvorschulen erst einmal in die Anfangsgründe, die auf den vorher angezogenen Gebieten liegen, eingeweiht und unterrichtet würden. Daß die Anfänge der praktischen Ausbildung nebenher gehen müßten, ist selbstverständlich, doch wäre das Schwergewicht zunächst auf fachliche und kaufmännische Theorie, Handelskunde, Verkaufskunst, Geschäftsführung usw. zu legen. Wenn dann die Lehrlinge nach diesen 1 bis 2 Jahren zum Meister kämen, wäre eine zweckmäßige Vorbildung vorhanden, die Lehrlinge könnten zu Nutz und Frommen aller ihre erworbenen Kenntnisse in den Werkstätten anbringen und der Meister könnte sich andererseits mit viel größerem Eifer und Nutzen der weiteren Ausbildung des soweit fortgeschrittenen Lehrlings widmen.

Als unumgänglich notwendig müßte in jedem Falle zunächst bei der Einstellung die psychotechnische Prüfung jedes Lehrlings verlangt und durchgeführt werden. Bei einem Bruchteil der eingestellten Lehrlinge, und wahrscheinlich nur dort, wo sich die Gelegenheit dazu bietet, geschieht dies heute. Die Mehrzahl der Meister hat gar keine Möglichkeit dazu, den Lehrling auf diese Weise prüfen zu lassen oder die Einstellung in der bisherigen Weise erscheint ihnen bequemer oder aber sie stehen diesen „verrückten“ Neuerungen, wie ich diese neuen Einstellungsverfahren schon kritisieren hörte, überhaupt ablehnend gegenüber.

Zusammenfassend möchte ich sagen, daß die in der zurückliegenden Zeit gepflogene Lehrlingsausbildung in den

kleinen und mittleren Städten der Provinz überholt sein sollte und einer gründlichen, alle Möglichkeiten sowohl in fachlicher als auch kaufmännischer Hinsicht erschöpfenden Ausbildung in dazu geeigneten Schulen oder Fachklassen der großen Städte Platz machen müßte. Nur auf diese Weise hätten wir die Gewißheit, den heute und in aller Zukunft absolut nötigen Typ des Uhrmacherkaufmanns heranzubilden. Am alten Stamm wird doch nicht mehr viel zu retten und zu bessern sein.

Im Zusammenhang mit den vorstehenden Äußerungen ist interessant eine Mahnung für das Handwerk, die die Rede des Oberbürgermeisters Meyer (Celle) bei der ersten Sitzung der städtischen Körperschaften im neuen Jahre enthielt. Ausgehend von der allgemeinen Arbeitslosigkeit, kam der Redner, wie die „Nordwestdeutsche Handwerker-Zeitung“ berichtet, auf die sehr schwierige Lage im Handwerk zu sprechen und wies darauf hin, daß einzelne Berufe zu stark übersetzt seien. Während z. B. die Zivilbevölkerung der Stadt Celle vom Jahre 1913 bis 1926 um rund 3000 zugenommen hat, also noch nicht einmal 1%, stieg im gleichen Zeitraum die Zahl der

Barbiere	von 22 auf 43,
Damenschneider	„ 45 „ 75,
Elektrotechniker	„ 2 „ 11,
Maler	„ 33 „ 47,
Schlosser	„ 17 „ 35,
Uhrmacher	„ 9 „ 16,
Tischler	„ 35 „ 48 usw.

Es tut dringend not, so fuhr der Redner fort, die Berufswahl unseres Nachwuchses zu beeinflussen und die Berufsberatung unter sachgemäßer Prüfung der Berufseignung auszubauen.

Zu der Preisbeeinträchtigung auf dem Besteckmarkt

Nachdem die Bremer Silberwarenfabrik A.-G. in Sebaldsbrück durch ihren großen Preisabschlag eine gewisse Beunruhigung bei den Kollegen, die Alpakabestecke führen, hervorgerufen hatte, haben wir die Direktion dieser Firma gebeten, uns die Begründung für den Preisabbau zu geben. Wir veröffentlichen die Stellungnahme der Firma nachstehend, behalten uns aber vor, auf die Angelegenheit zurückzukommen.
Die Schriftleitung.

In der letzten Hälfte des Jahres 1926 wurde von einer Anzahl Firmen mehr als bisher mit den Preisen für versilberte Alpakabestecke geschleudert und der Besteckmarkt außerordentlich beunruhigt. Es handelte sich zum Teil um minderwertige Fabrikate, welche Absatz in Warenhäusern und auch auf Grund von Annoncen und Zeitungsbeilagen an Private direkt fanden. Dieses Vorgehen ist naturgemäß derart schädigend für den Uhrmacher, daß hier endlich einmal Halt geboten werden mußte.

Wir haben uns deshalb, nachdem wir in unserem Betriebe umfangreiche Umstellungen und technische Verbesserungen vorgenommen haben, Ende Dezember bzw. Anfang Januar dazu entschlossen, eine neue Preisliste mit Einheitspreisen herauszugeben. Bei dem von uns vorgenommenen radikalen Abbau waren wir uns wohl bewußt, daß es sich um einen großen Schritt handelte, wir sagten uns aber andererseits, daß ein geringerer Preisabschlag ein weiteres Nachgeben der Preise seitens der Konkurrenzfirmen zur Folge haben würde und so eine andauernde Beunruhigung des Besteckmarktes mit allen seinen Nachteilen eintreten würde. Um dem vorzubeugen, setzten wir den Preis um etwa 20% für die Dutzend-Besteckteile herunter, für die Phantasieteile um einen geringeren Prozentsatz. Als Ziel hatten wir im Auge, zunächst Front zu machen gegen die vielen Preisunterbietungen von anderer Seite. Wir wollten

uns ferner wenden gegen die Warenhäuser, Haushaltungs- und Luxuswarengeschäfte, die auf Grund ihres Konsums durch den Genuß hoher Rabattsätze stets günstiger einkaufen konnten und damit zum Schaden des Juwelier- und Uhrmachergewerbes diese zu unterbieten jederzeit in der Lage waren. Wir stehen auf dem Standpunkt, daß der Verkauf eines erstklassig ausgeführten versilberten Alpakabesteckes Sache der Uhren- und Goldwarengeschäfte ist und wollen durch unsere Maßnahme erreichen, daß diese konkurrenzfähig gemacht werden und bei mäßigen Preisen steigende Umsätze erzielen können. Aus unserer Preisliste ist ferner ersichtlich, daß wir bei Einheitspreisen nur noch eine einheitliche 90er Versilberung liefern. Durch Einführung der Einheitspreise glaubten wir im Interesse unserer Kundschaft zu handeln. Wir gaben deshalb als Richtlinie gleichzeitig eine gedruckte Verkaufspreisliste heraus mit 5% Aufschlag auf die Einkaufspreise.

Kurz nach Versand unserer Preislisten sind uns von vielen Seiten Anerkennungen von Einzelfirmen, Innungen und Verbänden zugegangen. Die Herabsetzung der Preise wurde als lang gehegter Wunsch allgemein begrüßt; es sind uns viele Fälle bekannt, wo unsere Kundschaft die Gelegenheit ausgenutzt hat und auf Grund einer entsprechenden Reklame mittels der neuen Preise die vorhandenen Lagerbestände größtenteils absetzen konnte und einen vermehrten Umsatz erzielte.

Nachdem andere Besteckfabriken ihrerseits Zirkulare herausgegeben hatten, in welchen unter anderem erwähnt wurde, daß einige Besteckfirmen unter Außerachtlassen der Interessen des am Besteckgeschäft beteiligten Einzelhandels ihre Preise radikal herabgesetzt hätten und sie ihrerseits