



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

55. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 21. MÄRZ 1930 / Nummer 12

Der Nutzeffekt der Frauen-Nummer der UHRMACHERKUNST

Es war entschieden ein falsches Vorurteil, von dem die Männer geleitet wurden, als sie über das Vorhaben der Schriftleitung der UHRMACHERKUNST, eine von Frauen geschriebene Nummer herauszugeben, mitleidig lächelten. Von einer gewissen Übereinstimmung der Aufsätze in der Wahl des besprochenen Stoffes abgesehen, bringt dessen Behandlung doch allerhand sehr fesselnde, neue Seiten. Es ist die Stimme des Faches, die zum ersten Male geschlossen ertönt, allerdings nur die Stimme seiner Frauen. Ich sage dieses nur nicht im herabsetzenden, sondern im bedauernden Sinne darüber, daß man die Stimmen der Männer viel zu vereinzelt und zu oft von denselben Personen hört. Allerdings ist die Fachschriftstellerei, selbst wenn sie honoriert wird, kein „Geschäft“, und von diesem Gesichtspunkte aus ist es besser, Uhren zu reparieren. Aber es sollte der Fachidealismus nicht so sehr gesunken sein, daß darauf Wert gelegt wird. Betrachte man einmal die Fachzeitungen aus früheren Jahren; welche Freude muß es da den Fachmitgliedern gemacht haben, im Frage- oder Briefkasten ihre Meinung und ihren Rat zu äußern.

Nun, wir haben ja die Frauen, die wir in den Dingen des Geschäftes und allem, was damit zusammenhängt (die reinen technischen Fragen ausgeschaltet) befragen können, wenn wir etwas wissen wollen. Sie werden uns Antwort geben, vielleicht ebenso treffend wie die Männer, da sie sich mehr und mehr und in glücklicher Art in die Ladentätigkeit einschließen, wofür sie Anlage, den weiblichen Instinkt, doch nicht die für den Verkauf nur lästige Einstellung des Gedankenkreises auf die Technik, mitbringen.

Die Mitbeschäftigung der Frau im Uhrenladen ist noch gar nicht von langer Dauer. Sie wurde erst allgemein erwünscht und nötig, als außer Uhren und Optik auch Schmuck, Silberwaren und andere Nebensachen im Uhrengeschäft Aufnahme fanden, wofür sich Verkaufs- und andere Hilfskräfte im Laden nötig machten, die männlich in unserem Berufe in geeigneter Weise nicht vorhanden sind. So sprang die Frau ein und später die Verkäuferin.

Während wir die Eignung der Frau für diese Aufgaben durchaus nicht bestreiten, schätzt die Frau ihre Tätigkeit im Laden des Uhrengeschäftes so ein:

„Der Fortschritt des Uhrengeschäftes in kaufmännischer Beziehung ist der Frau zu verdanken.“

„Die Frau gibt das Niveau an, auf dessen Höhe sich das Geschäft bewegen soll.“

„Die Frau ist die Seele des Geschäftes.“

„Ohne Frau hat das Geschäft etwas Kaltes und Unpersönliches.“

„Die Frau ist der gute Geist des Geschäftes.“

Darin steckt viel Wahres. Für uns Männer bleibt als Trost das Eingeständnis, daß die „Frauen so oft ratlos stehen, wenn der Mann fehlt“, d. h. der Mann, welcher sie durch seine Anleitung nicht rechtzeitig in den Stand setzte, mit Stolz das Obige von sich behaupten zu können.

Hübsch sagt eine der Frauen, was „ein Leben ohne die Pflicht zu lernen und ohne Aufgaben für einen Reiz haben könne“, und eine andere spricht viel Weisheit aus, wenn sie für das Zusammenarbeiten mit dem Manne „gegenseiligen Takt“ als Vorbedingung stellt. An anderer Stelle entschlüpft einer Frau und Mutter das Geständnis, „ganz auszuschalten sind die Männer nicht“. Wir wußten das allerdings schon aus dem Chanson: „Ganz ohne Männer geht die Chose nicht.“

Im Geschäft fühlt sich die Frau in erster Linie verantwortlich für die Ordnung, und zwar sowohl nach außen als auch nach innen, welche Aufgabe sie als ganz selbstverständlich hinnimmt, auch wenn sie nicht noch ausgesprochener im Geschäft tätig ist. Der Pflichtenkonflikt zwischen Hausfrau und Mutter einerseits und als Geschäftsfrau andererseits tritt sehr oft in Erscheinung, doch siegt die Geschäftsfrau, in der Auffassung, daß das Geschäft mehr ihre Hilfe braucht. Daß sie die Aufsicht über die Kindererziehung ganz aus der Hand gäbe, ist nirgends zu lesen. Eine Mutter ist wohl immer die liebevollste, aber durchaus nicht immer gerade die beste Erzieherin. Dagegen können ihr auch im Geschäft erzieherische Pflichten erwachsen in bezug darauf, auch anderen die notwendige geschäftliche Ordnung anzuerziehen, so z. B. die Pünktlichkeit und das Halten von Versprechungen, für welchen Zweck das Aufschreiben aller Vorgänge empfohlen wird. So selbstverständlich das scheint, so selten wird es gemacht, und dann sind Entschuldigungen nötig, die doch nicht davon befreien, daß auch der Uhrmacher zu den Handwerkern gehört, auf die kein Verlaß ist. — Alle sonstwie den Fachmann entlastende, fast immer in das Gebiet „Ordnung“ gehörende Arbeit gehört selbstverständlich in den Pflichtenkreis der Geschäftsfrau. Infolge ihres großen, dem männlichen überlegenen Schönheitssinnes und ihres verfeinerten Geschmackes, ihrer künstlerischen Empfindung weist sich die Frau selbst die Dekoration des Schaufensters als ihr Gebiet zu,