

welches ihr von ihrem Gatten mehr wie gern überlassen wird. Mit der gleichen Begründung und mit dem besonderen Rechte in der Hauptsache die Verkäuferin aller Artikel zu sein, die nicht gerade Herrentaschenuhren sind, fordert sie auch den Einkauf, zum mindesten aber, daß ihr Rat dabei bestimmend gehört wird. Darin kann niemand widersprechen; es ist das die verständnisvollste Arbeitsteilung zwischen Frau und Mann im Uhrengeschäft. Nur mit den im Einkauf gewonnenen Kenntnissen über Geschmacks- und Modewechsel oder Fabrikationstechnik kann die Frau als Verkäuferin dem Kunden Rede und Antwort stehen.

Während eine Anzahl der Einsenderinnen den „Verkauf als Hauptbetätigungsfeld der Frau“ bezeichnet, schreibt eine, daß „die Frau der bessere Verkäufer“ sein kann. Wir wollen ohne weiteres zugeben, daß auch hier der betreffende Artikel entscheidet, aber selbst das wird dem Fachmann noch bestritten, weil er zu sehr „auf dem Werk herumreitet“. Insbesondere für Frauen muß man besonders psychologisch geschult sein und nicht den Fehler machen, zu sagen, ein Muster schon oft verkauft zu haben. Die Frau will das nicht; sie will Eigenes, nur für sie Geschaffenes.

Überhaupt, was nützen unsere ausgeklügelten Verkaufsgespräche, wenn sie wertlos sind gegen die Fähigkeit der Damen, „zu plaudern“. Es heißt: „Es plaudert sich besser über die Schönheit als über das Praktische. Die Frau ist die bessere Plauderin.“ Richtig!

Für kleine, wie Geschenkartikel ist der Mann überdies in der Regel noch zu nervös. Da brennt ihm die Werkstattarbeit zu sehr auf die Finger.

„Die Frau muß zur Ware passen“, das ist ungefähr dasselbe, wie: die Frau soll guten Schmuck tragen. Wie weit das beispielgebend wirken kann, schildert eine der Einsenderinnen recht deutlich, auf deren Rat sich die Kundschaft unbedingt verläßt.

Das Eindringen des unechten Schmuckes löst kluge Worte der Abwehr aus und regt an, die nächste Propaganda nicht für Schmuck, sondern für echten Schmuck geschehen zu lassen, damit nicht die Metallwarenfabriken, sondern jene Kreise den Nutzen haben, die für diese Propaganda wirkten.

Während noch buchhalterische und statistische Arbeiten in das Arbeitsgebiet der Frau fallend genannt werden, gilt im allgemeinen der Satz: „Für das Fachliche der Mann; für das Geschmackliche die Frau.“ Von diesem Gesichtspunkte schreibt auch eine Einsenderin, daß bei einer defekten Uhr die Frau niemals ein Urteil abgeben, sondern das dem Manne überlassen solle.

Letzten Endes ist hierbei nur das Maß von Fachverstand entscheidend, welches die Frau besitzt, denn eine solche Beurteilung von außen kann nur oberflächlich sein. Auch jeder Mann wird sich darauf beschränken, das Erkennbare zu nennen und sich ausdrücklich für weitere Möglichkeiten freie Hand zu halten. Wir kennen Frauen, die auch in der Reparaturannahme den Mann mit einer imponierenden Sicherheit vertreten, weil sie müssen. Wo natürlich der Fachmann immer sofort zur Hand ist, brauchen sie nicht auch das noch zu tun.

Ein sehr kluger Rat scheint mir der zu sein, daß Mann und Frau sich die Reklame gemeinsam überlegen sollen. Schon allein die Wirkung eines Inserats ist auf einen zweiten immer eine andere als auf den Verfasser. Da außerdem die Frau in der Mehrzahl die Käuferin ist, so muß man mit ihren Gedankengängen rechnen, wozu der Mann – je älter er wird, desto mehr erkennt er das – gar nicht fähig ist.

Über den Rahmen etwas hinaus gingen einige Ausführungen, so z. B. die recht energische mit der Über-

schrift: „Wenn ich Obermeister wäre.“ Das muß man lesen und beherzigen. Der Einfluß eines Obermeisters könnte ungeheuer sein, aber wenn die Damen erst den Versammlungen beiwohnen, werden sie bemerken, woran er scheitert. Aber so kann man es, auch den anderen, einmal sagen. Im übrigen, nach allem, was wir über die Rolle der Frau im Geschäft gelesen haben, ist es richtig, daß sie auch in den Versammlungen zur Geltung kommen müßte; vielleicht trauen sie sich manches Wort offen zu sagen und dem Fach damit zu helfen, was man von den Männern in der Versammlung erwartet, aber nur draußen erfährt, wenn sie – einmal ausgetreten sind. Praktisch ließe es sich so machen, daß die offizielle Innungsversammlung in aller Kürze beendet und eine zweite Versammlung mit Frauen angeschlossen würde, in der alle Vorträge und fachlichen Aussprachen stattfänden. Ich glaube, daß mancher davon etwas mit nach Hause nähme.

Schlecht kommen in einer Abhandlung, deren Verfasserin sich auch in anderen Punkten ihre persönliche Meinung gewahrt hat (z. B. über die übertriebene Auffassung des Schlagwortes: „Dienst am Kunden“ und die „Versendung von persönlichen Werbebriefen“, bei denen manchmal der Schrift zur Würdelosigkeit nicht mehr groß ist), die Gehilfen mit ihrer Hilflosigkeit in schriftlichen Dingen weg.

Man soll nicht verallgemeinern, aber mit der größeren Ausbildungsmöglichkeit ist der Wille dazu entschieden kleiner geworden. Man kann es schmerzlich empfinden, aber es hat keinen Zweck, mehr dazu zu sagen, denn es trifft taube Ohren. Hilfe kann nur durch Vorbilder aus den Reihen der Gehilfen kommen, die den Ehrgeiz wecken und die Kollegen zu Betätigungen zurückrufen, die ihnen nötig sind. Oder durch heutige ältere Meister, die in ihrer Gehilfenzeit uns anderen in jeder Hinsicht als Fachleute und gebildete Menschen Vorbild gewesen sind. „Lerne, du lernst für das Leben, Wissen ist stets Kapital, Einst wird es dir Zinsen geben, Manchem gab's viel auf einmal.“ Das war ein uns anspornender Spruch, der hoffen ließ.

Am schlechtesten kommen aber die Reisenden weg. Die Frau als Einkäuferin – sie beweist es selbst in ihren Ausführungen – ist eben subjektiv eingestellt. Das muß der Reisende wissen, denn es leiden viele darunter, denen diese groben und gröbsten Verstöße gegen allen Takt und Verstand nicht vorgeworfen werden können. Eine schlecht gebügelte Hose oder ein in der Eile geknoteter Schnürsenkel können in den Augen der Frau den Reisenden mitsamt der Firma verurteilen. Eine geschmacklose Krawatte oder sonst ein selbst nicht erkannter Mangel Verachtung herausfordern. Aber eine Firma muß auch ihre Leute kennen, muß wissen, ob deren Lebensart, deren Feingefühl – trotz dicker Haut – so ausgebildet ist, daß sie nicht durch Taten oder Unterlassungen verletzen. Immer hört man wieder dieselben Dinge: das Reden über andere. Wer über andere reden muß, der beweist nur, daß über seine Ware nicht zu reden ist. Es ist vor kurzem schon in der UHRMACHERKUNST ein Artikel geschrieben worden, der sich mit vorbildlichen Reisenden befaßte. Es sind mir viel mehr Verstöße aus letzter Zeit bekannt, als sie von den Frauen mitgeteilt wurden, namentlich wenn es unter Männern hart auf hart geht. Es reist heute in allen Branchen so viel Menschenmaterial ohne jede Schulung, ja ohne jede Verkaufskultur, die früher so wohlthuend berühren konnte, daß es eine Frage des Ansehens einer Firma geworden ist, ihre Reisenden auf ihre Art mit den Leuten zu sprechen, zu prüfen, und ob sie überhaupt ein gebildetes Deutsch reden können.