

Der Ausspruch: „Der moderne Mensch hat seine Taschenuhr, mehr braucht er nicht“, klingt in dieser Form recht anmaßend. Aber vielleicht soll auch nur damit gesagt werden, daß der Architekt an der heutigen schlichten Uhrenform nichts verbessern kann. Ob überhaupt einmal für Großuhren ein Preisausschreiben stattgefunden hat und mit welchem Erfolge, ist mir nicht geläufig, um so mehr aber die Geschichte eines Preisausschreibens für Taschenuhren vor etwa 25 Jahren. Einige hundert Blatt Zeichnungen waren eingegangen. Das in Form oder Dekorationen Neue wurde als nicht ausführbar abgelehnt. (Lange danach hat allerdings die Industrie der Schweiz in Extraslücken einzelne dieser Formen, und mit dem Fortschreiten der Dekorationstechnik auch die damals unmöglich scheinenden farbigen Dekorationen ausgeführt.) Prämiert wurde eine saubere Zeichnung eines Magdeburger Kunstgewerbeschülers, die in keiner Weise umwälzend Neues darstellte, aber ausführbar erschien, was letzteres eine Bedingung des gut dotierten Preisausschreibens war. Preisrichter waren je zur Hälfte Künstler und Uhrmacher mit künstlerischer Schulung (Sammler, wie die verstorbenen Herren Gasser [Magdeburg] und Pleissner [Dresden]).

Vom Stil war nicht viel die Rede, es war die Zeit der stilisierten Naturformen, also eine bedeutende Freiheit für die Phantasie des Künstlers gegeben. Ein Fortschritt für die Dekoration der Uhr des täglichen Bedarfs, den man sich zwar nicht denken konnte, der aber doch immerhin gefunden werden konnte, war damit nicht geschaffen. Von den geometrischen Dekors, die später erst

in Gebrauch kamen, waren nur Ansätze gezeigt, die aber nicht beachtet wurden.

Wir können überzeugt sein, daß sich die heutige Großuhrenindustrie vom Architekten beraten läßt, und erkennen das an dem Gebotenen. Die Zeiten sind vorüber, daß wie vor 20 Jahren der Zeichner mit dem Vertreter zur Messe kam, um dort zu sehen, was es Neues gab. Besonders war man damals scharf auf die neuen Muster einer Leipziger Uhrenfabrik, die vor dem Kriege darin führend war. Es genügt heute nicht mehr, ein Klößchen so oder so zu leimen, um ein neues Muster geschaffen zu haben, es werden neue Ideen verlangt oder wenigstens die Befolgung solcher Ideen, und dazu genügt der Musterzeichner von früher nicht. Wir nehmen das gebotene Gute, wo es zu finden ist, und von dem, der es bietet. Aber, wie es scheint, ist es schon da, soweit es „die Produktionsbedingungen zulassen“, also der Künstlerentwurf für die Praxis umgemodelt.

Der Informationsdienst an die Presse ist ein für den Uhrenhandel zweischneidiges Schwert. Der Industrie würde dessen Einrichtung nicht schwerfallen, denn Neuheiten mit Bildern ohne Reklame würde die Presse schon gern nehmen. Aber wer nimmt dem Uhrenhandel das Lager ab, wenn eine Neuheit die andere jagt und sie als überholt erklärt, ehe sie vielleicht recht in den Uhrenladen gelangt ist? Auch in diesem Punkte müssen die Anregungen des Artikels sehr überlegt werden. Doch wenn er uns nur vorwärtstreibt, einerlei um wieviel, so hat er seinen Dienst getan. (I/536)

Vorbericht über den Einzelhandel im Jahre 1930¹⁾

Umsätze, Wareneingänge und Kosten

Die Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage, die sich im abgelaufenen Jahr ständig fortsetzte, hat die Verhältnisse des deutschen Einzelhandels entscheidend beeinflußt. Die rückläufige Bewegung der Umsätze machte in den letzten Monaten des Jahres besonders starke Fortschritte. Der Umsatzverminderung trug der Einzelhandel schon frühzeitig durch äußerste Zurückhaltung in den Dispositionen Rechnung und erreichte eine merkliche Verringerung der Lagerbestände. Eine nennenswerte Kostensenkung als Folge der geringeren Beschäftigung bahnte sich in den letzten Monaten an.

Über die Entwicklung des deutschen Einzelhandels in seinen wichtigsten Zweigen läßt sich für das Jahr 1930 jetzt feststellen, daß der Gesamtrückgang des Umsatzes gegenüber dem Jahr 1929 wertmäßig etwa 9% ausmacht. In dieser Gesamtzahl kommt aber die Schwere der Lage am Jahresschluß keineswegs zum Ausdruck. Es kompensieren sich nämlich die besseren Monate in der ersten Hälfte des Jahres mit den erheblich ungünstigeren Herbst- und Wintermonaten.

Für die einzelnen Warengattungen ergibt sich ein Bild sehr verschiedener Umsatzrückgänge. Soweit sich bisher übersehen läßt, scheint der Lebensmittelhandel für das Gesamtjahr wesentlich günstiger abzuschneiden als andere Handelszweige. Seine Umsatzeinbuße beträgt 6,7%. Dagegen ergeben sich bei den Waren des sogenannten periodischen Bedarfs, insbesondere also bei Bekleidung, Schuhen, Hausrat und Drogen nach den Feststellungen der Forschungsstelle für den Handel für das Gesamtjahr 1930 Umsatzrückgänge von etwa 11% des Vorjahresumsatzes.

Bei den Konsumvereinen, die einen immerhin nicht unbeträchtlichen Teil des Lebensmittelhandels darstellen,

ist der Rückgang der Gesamtumsätze relativ sehr gering (beim Reichsverband deutscher Konsumvereine e. V. 1,3% ausschließlich Schlesien und Ostpreußen, beim südwestdeutschen Revisionsbezirk des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine e. V. 1,6%). Etwas stärker ist die Einbuße bei den Wochenumsätzen je Mitglied, die beim Zentralverband gegenüber dem Vorjahr um 7,3% gesunken sind¹⁾.

In bezug auf die Disposition beim Einkauf hat sich der Einzelhandel weitgehende Zurückhaltung auferlegt. Die Wareneingänge der obengenannten Handelszweige des sogenannten „periodischen Bedarfs“ wurden gegenüber dem Jahre 1929 um 17,5% vermindert. Dadurch, daß sie stärker zurückgingen als die Umsätze, wurde ein bemerkenswerter Lagerabbau erreicht.

Dem Rückgang der Umsätze entspricht jedoch nicht die Ersparnis an Kosten. Diese konnten in ihrer absoluten Höhe vielmehr nur um 1,5% gesenkt werden. (Tabelle I.)

Unter diesen Umständen ist es nicht verwunderlich, daß die Zahl der Konkurse und Vergleichsverfahren außerordentlich zugenommen hat. Im gesamten Einzelhandel stiegen im Jahre 1930 die Konkurse gegenüber dem Vorjahre von 3747 auf 4444, d. h. um 18,6%, Vergleichsverfahren von 2130 auf 3140 um 47,4%, beide zusammen um 29% (vorläufige Zahlen). Von der Gesamtzahl der Betriebe²⁾ betrug die eröffneten Konkurse im gesamten Einzelhandel durchschnittlich 0,6%, im Einzelhandel mit Bekleidung über 2%, mit Schuhen 1,7%, mit Nahrungsmitteln 0,3%. Hierzu kommen noch die

1) „Konsumgenossenschaftliche Rundschau“, 1931, Nr. 4, S. 66; Nr. 7, S. 128; „Konsumgenossenschaftliche Praxis“, Nr. 3, S. 55/56.

2) Nach der gewerblichen Betriebszählung 1925, Statistisches Jahrbuch 1930, S. 96.

1) F. I. H. Mitteilungen, herausgegeben von der Forschungsstelle für den Handel (Berlin).