

größten Schlager sind heute Herrentaschenuhren zu etwa 1,95 RM, verchromt mit Leuchtblatt 2,75 RM, Küchenwecker zu 1,75 RM mit staubdichter Rückwand, ferner Küchenuhren zu 2 RM und 3 RM. Etwas geringere Bedeutung haben Nachtfischwecker, farbig, zu etwa 1,75 RM und Armbanduhren zu etwa 3,50 RM, sämtlich mit einjähriger Garantie. Einer der besten Umsatzerartikel wird aber für längere Zeit die Stiluhr in der Preislage von 2,50 RM bis 3,50 RM sein.“

Deutlich ergibt sich aus diesen Ausführungen, daß

man offenbar in diesen Kreisen noch nicht damit rechnet, daß die Uhr dem Fachgeschäft vorbehalten bleiben muß. Um so notwendiger ist es für den Fachhandel, an dieser Forderung festzuhalten. Aufschlußreich sind auch die Angaben über die Preislagen. Wie ist es möglich, Weckeruhren mit 1,75 RM an das Publikum zu verkaufen, wenn die Weckerpreise durch eine Konvention im Schwarzwald festgelegt sind? Offenbar gibt es noch immer Außen-seiterfabriken, die zu jedem Preise an fachfremde Betriebe verkaufen. (I/140)

Appell an die deutschen Uhrmacherfrauen!

Artikel 164 der Weimarer Verfassung sagt: „Der selbständige Mittelstand in Landwirtschaft, Gewerbe und Handel ist in Gesetzgebung und Verwaltung zu fördern und gegen Überlastung und Aufsaugung zu schützen.“ Der Grund für diesen Artikel ist darin zu suchen, daß der Mittelstand als der Hauptträger für die nationale, gesunde und fundamentale Kraft des Staates anzusehen ist.

In welcher Situation befindet sich aber nun heute dieser selbständige Mittelstand in Landwirtschaft, Gewerbe und Handel, nachdem sich die Beschlüsse der Weimarer Verfassung zwölf Jahre hindurch auswirken konnten? Wir erlebten eine Flut von Bankrotten, Wechselräubereien, Wechselprotesten, Schließung der Geschäfte und damit Preisgabe fast jeder selbständigen Existenz. Wer Glück hat, findet noch einmal ein Unterkommen als kleiner Angestellter, wird eine Nummer unter Nummern, die anderen gehören zu den vielen mit der Mappe unter dem Arm, die irgend etwas vertreten oder versichern, bis auch sie in der Verzweiflung ihrem Leben selbst ein Ende bereiten.

Einmal hat Philipp Scheidemann auch dem deutschen Mittelstand mit großer Geste ein Leben in Freiheit, Schönheit und Würde garantiert. Statt dessen brachte er und seine sozialdemokratischen Genossen uns die Inflation und vollständigen Vermögensverlust. Die öffentliche Hand riß Arbeit und Erwerb an sich, und die Warenhäuser, allerdings schon vor dem Kriege entstanden, aber nun in rascher Entwicklung emporwachsend zu gigantischen Polypen des Handels, entwandten dem Einzelhändler die Erwerbsmöglichkeit und schufen somit die Vorbedingung für den Untergang des deutschen Mittelstandes.

Nur ein kurzer Rückblick auf die Entwicklung der Warenhäuser: 1882 gründete Tieß in Berlin das erste Warenhaus, 1885 folgte Wertheim, und in jagendem Tempo folgten andere, bis heute sich Karstadt, Tieß, Alsborg, Wertheim zu einem Großhandelskartell zusammengeschlossen haben mit mehr als 1 Milliarde Jahresumsatz.

Seit dem Jahre 1929 ist in Deutschland ein stetig zunehmender wirtschaftlicher Rückgang zu verzeichnen. Ausgenommen von dieser Entwicklung sind nur die Warenhäuser und Einheitspreisgeschäfte, die auch in diesen Jahren einen steigenden Umsatz aufweisen. Wie ist dies möglich, wenn gleichzeitig die gesamte Wirtschaft, insbesondere aber der Einzelhandel, Not leidet? Die Schuld an diesem Zusammenbruch des Einzelhandels trägt die deutsche Frau!

Die Frau ist die Einkäuferin für die Familie und der unbestrittene Diktator des Wirtschaftsmarktes. Sie ist „Ihre Majestät die Käuferin“, und von ihren Wünschen hängt das Blühen und Gedeihen der einzelnen Wirtschaftszweige ab. Und hier taucht nun die Hauptfrage auf: Warum kauft die Frau im Warenhaus?

Die Hauptanziehungskraft erreicht das Warenhaus durch seine großzügige und meist sehr geschickte, auf die Psyche der großen Masse der Frauen zugeschnittene Reklame. Die Geschäftsleitung versäumt keine Gelegenheit — ganz abgesehen von den Festen des Jahres, Weihnachten, Ostern, Pfingsten —, die Kauflust der Frauen anzustacheln, ihnen „modische“ Wünsche und Bedürfnisse zu suggerieren. Man denkt an jedes häusliche Fest, an Geburtstage, Namenstage, Silberhochzeiten, Konfirmation und Kommunion, man ist auf alles eingestellt. . . . Gleichzeitig haben es die Großkonzerne der Warenhäuser verstanden, auch den Staat an ihren Reklamewagen zu spannen. Ich erinnere nur an die Deutsche Stunde des Bayrischen Rundfunks wo die Vorzüge beim Einkauf im Warenhaus geschildert wurden. Der deutsche Sender Königswusterhausen will selbstverständlich seinem bayrischen Kollegen nicht nachstehen und preist insbesondere die Vorzüge der Berliner Warenhäuser. Durch diese staatliche Reklame wird natürlich bei vielen Frauen der Eindruck erweckt, daß ein Unternehmen, für das sich der Staat einsetzt, unbedingt gut sein müsse.

Durch Inventurausverkäufe und sonstige Ausverkäufe ver-

steht man es weiter, die Frau glauben zu machen, es biete sich eine besonders günstige Einkaufsgelegenheit. Sie weiß nicht oder will es nicht wissen, denn es ist schon oft genug bekanntgeworden, daß für diese Ausverkäufe eigens sehr billige Ware von den Fabrikanten hergestellt werden muß auf Kosten der Qualität. Den Aufenthalt im Warenhaus selbst versucht man so angenehm wie möglich zu machen. Man veranstaltet Tanztees und zieht dazu seit neuerer Zeit „prominente deutsche“ Schriftsteller (jüdischen Glaubens) hinzu, um etwas für Kultur zu tun und auch die „geistig eingestellten“ Schichten der Bevölkerung zu erfassen; die Erfrischungshalle bietet eine so angenehme Verknüpfung des Nützlichen mit dem Schönen, eine Freundin findet man dort sicher, mit der es sich plaudern läßt, und die billigen Mittagessen und Imbisse, liebe deutsche Schwester, die bietet man dir nicht an, weil man weiß, daß du Hunger hast, sondern weil der Jude deine Schwäche kennt und weiß, daß du dem Zauber seiner gleißenden und glitzernden Auslagen erliegst.

Er weiß auch, welche Wirkung es auf dich ausübt, wenn er dir schon einige Wochen vor Weihnachten außen und innen einen mit elektrischen Kerzen geschmückten Weihnachtsbaum zeigt und leise irgendwo auf einem Grammophon Weihnachtslieder spielen läßt und es in deinem Herzen weich wird, weil dir unwillkürlich das Bild vom Weihnachtsabend zu Hause aufsteigt und deine Gedanken schnell sich damit beschäftigen, was du deinen Lieben unter den Weihnachtsbaum legen willst; da siehst du alles vor dir ausgebreitet auf den Warenhaustischen, was dein und deiner Kinder Herz begehrt, die eigens dafür geschulte Verkäuferin ermuntert dich noch, und da kaufst du und hast vergessen, daß dieses Geld Menschen zufließt, die nicht nur blutsmäßig und volksmäßig, sondern auch glaubensmäßig nichts mit diesem schönen Fest unseres christlichen Glaubens zu tun haben; ja, daß sie die größten Feinde und Verhörer dieses christlichen Glaubens sind. Nie würde es eine deutsche christliche Frau wagen, als Erstkommunikantin verkleidet auf einem Maskenball zu erscheinen wie die Frau eines jüdischen Warenhausbesitzers einer kleineren süddeutschen Stadt. Nie hat ein deutscher Mann Worte gefunden wie ein Johann Most (Pseudonym): „Wenn es einen Gott gäbe, müßte man ihn abschaffen.“

Aber trotz dieser Einstellung kauft die gut katholische und protestantische Frau den Brautschmuck, das Konfirmandenkleid im jüdischen Warenhaus und schändet damit den christlichen Altar und begibt sich damit der Aufgabe, Wahrerin heiligsten deutschen Glaubens zu sein.

Eine einzige Antwort wird heute immer als Verteidigung gebraucht: Das Warenhaus ist billiger. Wie kann das Warenhaus billiger sein? Es handelt sich in den meisten Fällen um weitaus schlechtere Ware als in Einzelhandelsgeschäften, ja häufig sogar um sogenannte Ramschware. Sollte wirklich einmal ein Artikel billiger angeboten werden können durch das Warenhaus, so ist das nur zu begreiflich, wenn man weiß, welche ungeheure steuerliche Einsparungen gemacht werden durch Eigenfabrikation und vor allem durch das Nichtvorhandensein einer Filialsteuer, die es mit sich brächte, daß der Moloch Warenhaus nicht so ungehindert wie heute das gesamte Geschäftsleben verschlingt. Es ist verständlich, wenn man weiß, daß z. B. der Firma Karstadt in Berlin 150000 RM Wertzuwachssteuer durch die Finanzdeputation der Stadt Berlin gestundet bzw. später ganz erlassen worden ist. Es ist klar, daß bei derartiger steuerlicher Begünstigung das Warenhaus gelegentlich auch etwas billiger als der Einzelhandel sein kann. Hinzu kommt noch, daß die Einkaufszentralen der Warenhauskonzerne in unverantwortlicher Weise die Preise der Erzeuger drücken, ihnen auferlegte Filialsteuern auf diese abwälzen und somit die denkbar traurigsten Lebensbedingungen für den Erzeuger schaffen, gleichgültig, ob dieser Fabrikant oder Heimarbeiter ist. Es soll aber hier nicht unerwähnt bleiben, daß die Billigkeit des Warenhauses gegenüber dem