

2. Es ist notwendig, dem Kunden an Hand von Modellen und sonstigen einfachen Anschauungsmitteln einen kleinen Begriff von der Schwierigkeit der Arbeit zu geben.

4. Leben im Schaufenster

Wo sich etwas rührt, da bleiben die Leute stehen. Das sehe ich an einem Uhrengeschäft, das immer etwas Besonderes in der Auslage hat. Unlängst war es nur ein Armbanduhrwerk im Gang, das durch ein entsprechend aufgestelltes Vergrößerungsglas beobachtet werden konnte. Daneben lagen auf einem weißen Karton aufgezogen die einzelnen Teile eines solchen Werkes, auch unter Vergrößerungsglas. So oft ich vorüberkam, sah ich Leute sehr interessiert durch die Gläser sehen, eine sehr billige und sehr wirksame Reklame- und Aufklärungsmöglichkeit!

5. Muß der Kunde ins Warenhaus?

Ich mache das grundsätzlich nicht gern. Wenn man aber dazu gezwungen wird, kann man nichts machen. Unlängst wollte ich eine bestimmte Sorte Knöpfe kaufen und fragte deshalb in einem Fachgeschäft, umsonst, ebenso in einem weiteren Geschäft. Auf meine Frage, wo man denn so etwas bekommen könnte, erhielt ich die Auskunft: Da müssen Sie zu Tief oder Ehape. Da habe ich sie denn auch bekommen. Ich frage nochmals: Muß das sein? Haben wir mit Uhren nicht auch schon Ähnliches erlebt?

6. Der Uhrmacher braucht keine Uhr!

Auf verschiedenen unserer Werbeplakate lesen wir: Kauf dir eine gute Uhr, und du kommst nicht zu spät! Die Mehrzahl unserer Handwerkslehrlinge hat keine Uhr, und deshalb kommen sie naturgemäß gelegentlich zu spät. Tragischer ist es, wenn dies einem Uhrmacherlehrling passiert, und wie ich ihn darüber zur Rede stelle, behauptet er kühn: Ich brauche keine Uhr! Was für ein trefflicher Uhrenverkäufer muß das werden, wenn er so mit Wort und Tat der Kundschaft mit bestem Beispiel vorangeht!

7. Wir können keine Lehrlinge mehr brauchen!

Die Zeit kommt jedes Jahr, da sich die ausbildungsbeflissenen Meister überlegen, ob sie einen Lehrling einstellen oder nicht. Sie denken an die vielen Unannehmlichkeiten, den Ärger, den Schaden, sie vergessen die verschiedenen kleinen Vorleile, die sich auch dabei ergeben, sie denken an die Masse der schlecht beschäftigten Meister und der arbeitslosen Gehilfen und — da haben sie recht.

Aber trotzdem können wir die Sache nicht einfach abschneiden. Es müssen doch auch wieder andere Zeiten kommen, und da werden wir einen guten Nachwuchs dringend notwendig brauchen, wir müssen auch etwas Rücksicht nehmen auf unsere mühsam erkämpften und unter größten Schwierigkeiten erhaltenen Bildungseinrichtungen, welche ohne Lehrlinge eingehen müssen, um vielleicht nie wiederzukommen. Anerkennen kann ich nur den einen Grundsatz: Wenig, aber gut, womöglich das Beste! (V 66) A. Gruber (Nürnberg).

Verschiedenes

Das Handwerk führt den deutschen Gruß ein. Nachdem der Reichsminister des Innern in einer Anordnung an die Reichsbehörden darauf hingewiesen hat, den von dem Herrn Reichskanzler Adolf Hitler eingeführten Gruß als deutschen Gruß anzuwenden, ist die Zeit gekommen, den deutschen Gruß, soweit noch nicht geschehen, auch im Handwerk einzuführen. Das gilt nicht nur im Verkehr mit den vom Handwerk unterhaltenen Geschäftsstellen, sondern auch für alle handwerklichen Betriebe.

Die Einführung des deutschen Grußes im Berufsstand ist geeignet, das Gefühl der Zusammengehörigkeit aller im Handwerksbetrieb Beschäftigten zu pflegen. Dazu dient seine allgemeine Verbreitung der Stärkung der Verbundenheit aller Teile des Volkes.

Heil Hitler!

Reichsstand des deutschen Handwerks.

(VI 1/681)

Karl Zeleny, Vizepräsident.

Praktische Erfolge in der Warenhausbekämpfung in Köln (Rhein). Der Kampf des Uhrmacherstandes gegen die Beseitigung der Warenhauskonkurrenz hat bekanntlich durch die gesetzliche Regelung nur den Erfolg gebracht, daß den Warenhäusern die Ausübung des Reparaturgeschäftes untersagt wurde. Der Handel mit Uhren jedoch konnte bisher im Wege eines staatlichen Eingreifens noch nicht unterbunden werden. Hier ist jedoch auf dem Wege der Selbsthilfe in Köln (Rhein) ein sehr beachtlicher Erfolg zu verzeichnen, welcher zwecks Anregung für ähnliche Durchführungen allen Fachkreisen zur Kenntnis gebracht wird. In Köln führte das Warenhaus Carl Peters bisher eine größere Uhrenabteilung. Durch die Bemühungen des früheren Geschäftsführers des Rheinisch-Westfälischen Verbandes der Uhrmacher und Goldschmiede und jetzigen Syndikus der Industrie- und Handelskammer Köln, Herrn Dr. Schmidt, ist es gelungen, das Warenhaus Peters dahin zu bestimmen, seine Uhrenabteilung aufzugeben. Die Uhrengroßhandlung Gerl & Schipper, Köln, Ursulakloster 5, hat sich hier in den Dienst der Uhrmachersache gestellt und das ganze Warenlager des Warenhauses Peters übernommen. Die Bedingungen, zu denen das Warenhaus sich zur sofortigen Aufgabe der Uhrenabteilung entschloß, waren keine leichten. Außer einer sofortigen Bezahlung des übernommenen Lagers zum Einkaufswert hat sich die Firma Gerl & Schipper auch verpflichten müssen, die noch laufenden Bestellungen zu übernehmen. Im Interesse des Gesamtwohles der deutschen Uhrmacher hat die Firma Gerl & Schipper diese Bedingungen angenommen. Das Abkommen mit dem Warenhaus ist bereits durchgeführt, das Warenhaus hat keine Uhrenabteilung mehr. Die übernommene Ware wird von der Firma Gerl & Schipper ohne Verdienst zum Einkaufspreis und für bestimmte Waren sogar noch mit einem

Verlust an die Uhrmacher abgegeben. Es ist im Interesse des regulären Fachgewerbes nur zu begrüßen, daß dank den Bemühungen des Herrn Dr. Schmidt sowie des großzügigen Entgegenkommens der Firma Gerl & Schipper die Interessen der Uhrmacherschaft in einer vorbildlichen Weise wahrgenommen wurden und somit ein Schlußstrich unter eine Warenhauskonkurrenz gezogen werden konnte, die spürbare Nachteile in den rückliegenden Jahren für unser Gewerbe zu verzeichnen hatte. Es ist zu hoffen, daß eine derartige Einstellung auch in anderen Orten des Deutschen Reiches unter der Grossistenchaft Einzug findet, damit durch ähnliche Verhandlungen der in Frage kommenden Berufsvertretungen des Uhrengewerbes weitere Erfolge in der Beseitigung der Warenhauskonkurrenz zu erzielen sind. (VI 1/707)

Unlauterer Wettbewerb bestraft. Unter der Anklage des Vergehens gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb hatte sich vor dem Berliner Schöffengericht der 57 jährige Juwelier Moritz Solna zu verantworten. Der Angeklagte, der in der Friedrichstadt ein Uhrengeschäft betrieb, veranstaltete einen „Totalausverkauf“, bei dem die angebotenen Waren bis zu 50 % im Preise ermäßigt sein sollten. Tatsächlich handelte es sich aber um Ramschware, deren Preis vorher erhöht worden war. So verkaufte der Angeklagte z. B. eine Uhr, die mit 110 RM ausgezeichnet worden war, zum Preise von 55 RM, während sie einen tatsächlichen Wert von 32 RM hatte. Der Angeklagte hatte auch eine Auktion veranstaltet, bei der er durch Helfershelfer die Gebote in die Höhe treiben ließ und bei der schon der geforderte Grundpreis der Ware zu hoch war.

Der Angeklagte Solna verteidigte sich mit wirtschaftlicher Nollage. Das Gericht verurteilte ihn zu 6 Monaten Gefängnis und 1000 RM Geldstrafe, ersatzweise zu weiteren 10 Tagen Gefängnis. (VI 1/549)

Preisausschreiben im Einzelhandel sind unlauterer Wettbewerb. Das Einigungsamt der Berliner Handelskammer und der Handwerkskammer für Wettbewerbssachen hat in einem Gutachten das Veranstalten von Preisausschreiben durch Einzelhändler als einen Verstoß gegen § 1 des Gesetzes zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs bezeichnet, wenn es bezweckt, dem Veranstalter einen mühelosen Reklameerfolg zu verschaffen. Im vorliegenden Fall wurden unter den eingegangenen richtigen Lösungen als Gewinne Ferienreisen und Gutscheine ausgelost. Die Sittenwidrigkeit liege nach dem Gutachten des Einigungsamtes darin, daß die Spielleidenschaft entfacht und den Teilnehmern die Anregungen eines Lotteriespiels vermittelt werden, um dem Veranstalter einen Vorsprung im Wettbewerb zu sichern. (VI 1/698)