

besonders auf die Preislagen. Wenn sich in einem Geschäft ergibt, daß eine bestimmte Preislage unverkäuflich ist, so dürfen keine Waren für diese Preislage eingekauft werden, mögen sie auch noch so ansprechend und schön sein. Wenn z. B. in einem Geschäft Brotkörbe bis zum Preise von 30 RM verkauft werden können, so hat es keinen Sinn, Brotkörbe im Preise von 50 bis 60 RM aufzunehmen, selbst wenn diese dem Einkäufer in jeder Richtung hin gefallen. Nicht allein der Geschmack des Einkäufers darf ausschlaggebend sein, sondern vor allen Dingen der Geschmack und der Geldbeutel des Kunden! Vor dem Einkauf ist zu prüfen, welche Preislagen verkäuflich und vor allen Dingen welche Preislagen unverkäuflich sind. Oft ist es sogar richtiger, die unverkäuflichen Preislagen verkäuflich zu machen und dann erst einzukaufen, anstatt die gut gehenden Preislagen immer wieder zu ergänzen, während die unverkäuflichen Preislagen verfallen.

Das beste Hilfsmittel für den Einkauf ist eine geordnete Lagerstatistik. Der Einwand, der in kleinen Geschäften gegen die Lagerstatistik gemacht wird, daß man auch ohne Statistik genau wisse, was verkauft wird, ist nicht stichhaltig. Denn selbst wenn man weiß, was verkauft wird, weil der Umfang der Verkäufe gering ist, so weiß man doch meist nicht, welchen Waren nicht verkauft werden, d. h. welche Waren still und heimlich, ohne viel beachtet zu werden, im Laufe der Jahre zu Ladenhülern werden. Die Statistik soll, wenn sie mindestens einmal im Monat durchgesehen wird, darüber Aufschluß geben, bei welchen Warengruppen keine Verkäufe stattgefunden haben, damit man diese Waren mobilisieren und wieder verkaufsfähig machen kann. Vor jedem Einkauf ist daher die Statistik zu Rate zu ziehen. Wer nach diesen Grundsätzen beim Einkauf vorgeht, wird sich besser vor Lagerverlusten schützen können. (I/247)

Handwerkerwerbung

Von Paul Schönfeld, Leipzig

Handwerkerwoche!

Ja, gibt es das wirklich? Bisher kannte man doch nur „Weiße Wochen“ und sonstige von großkapitalistischen Unternehmungen aufgezoogene Werbungen, die sich noch dazu durch das ganze Jahr hinzogen.

Endlich ist die Zeit da, in der dem Einhalt geboten, ja, wo dem sogar entgegengetreten werden kann. Handwerkerwoche. Es scheint fast so, als wenn diese große Hilfsmaßnahme unseres verehrten Führers Adolf Hitler noch nicht voll aufgenommen wurde. Wollen wir doch alle verstehen, daß wir bei dem großen Werk der Wiederaufrichtung des Handwerksstandes selbst mitzuhelfen haben. Behördlicherseits, sei es von Staat, Stadt sowie Gewerkekammer, ist so vielerlei getan, daß jeder dem entnehmen konnte, dem alten ehrlichen Handwerksstand soll nunmehr endlich wieder Ehre und Gerechtigkeit widerfahren. Stehen wir nicht abseits, in dem Wahn, daß es doch nicht besser werde und alle Mühen vergebens seien. Gott sei Dank ist es so weit, daß der wenig ehrsamem Gilde der Miesmacher gehörig auf die Finger gesehen und geklopft wird. Unserer tatkräftigen Regierung, die uns den wirksamen Werbespruch „Deine Hand dem Handwerk“ gab, müssen auch wir die Hand reichen. Mit Überlegung und Bedacht, gepaart mit eisernem Willen, geschehen alle Maßnahmen. So manches konnte schnell durchgeführt werden, anderes bedarf der Zeit. Das wollen wir immer bedenken, wenn

es manchmal schien, daß dies oder jenes zu lange dauerte. Volles Vertrauen zu unserer Führung und Bejahung des Lebenswillens sind die Grundpfeiler des Aufbaues des Dritten Reiches.

Was haben wir dabei zu tun? Vor allem mitzumachen! Eine Fülle ist's, was wir tun können. Nicht umsonst ist das gesamte Handwerk aufgefordert worden, Werkstätten, Läden und Schaufenster zu schmücken und sein Können zu zeigen. Ganz besonders der Uhrmacher hat alle Ursache, aus dem Hintergrund hervorzutreten und dem Nichtverstandenen und Verkanntwerden Einhalt zu bieten. Nicht dem Außenstehenden, der von unserer mühseligen Klein- und Feinarbeit wenig Verständnis hat, dürfen wir in den meisten Fällen die Schuld geben, wenn er uns und unsere Arbeit so leicht und niedrig einschätzt. Wir sind nicht frei davon, daß wir es oft unterlassen haben, dem Kunden die entsprechende Aufklärung zu geben. Wohl und nur dem Uhrmacher ist es verständlich, daß es unserer Feinarbeit nicht förderlich ist, wenn man dauernd durch neue Kunden „gestört“ wird. Aber was nützt das alles. Wir müssen uns damit abfinden. Ruhe und Geduld sind ja hervorragende Eigenschaften des Uhrmachers, wollen wir diese recht üben.

Statt daß wir aber diese Eigenschaften an 3-Mark- und Warenhausuhren verwenden, wollen wir uns lieber bemühen, unseren Kunden und solchen, die es werden sollen, zu erklären, wie falsch und volkswirtschaftlich schädlich es ist, solche Uhren zu kaufen. Gewiß keine leichte Sache. Der Kunde ist oft empfindlich, und können wir ihm nicht ohne weiteres sagen, daß er solchen Schund nicht kaufen soll. Die Fabrikation dieser Uhren schafft nicht Arbeit und Brot im Sinne unseres Führers, aber Arbeitslosigkeit gelernter Handwerker und Qualitätsarbeiter.

Die Handwerkerwoche gab die Gelegenheit, mehr in die Öffentlichkeit zu treten. Wenn sich auch viele daran beteiligten, so muß doch zugegeben werden, daß ein immerhin nicht geringer Teil noch abseits stand. Innerhalb der Uhrmacherschaft sind Kollegen mit sehr guten Schaufensterauslagen hervorgetreten. Schaustücke besonderer Art wurden gezeigt, und vor den Auslagen drängten sich die Schaulustigen. Neben mysteriösen und selbstgefertigten Uhren und Gängen sind es besonders unsere kleinen Präzisionsmaschinenten und Werkzeuge, die die Aufmerksamkeit der Beschauer fesseln



Eine klare und eindrucksvolle Dekoration