



Eine gelungene Idee: Auch die Kleidung der Verkäuferinnen „Einst und jetzt“

nachmittag mußten ungezählte Besucher vertröstet werden auf ein anderes Mal.

Das Ballett wurde zweimal aufgeführt — um 4 Uhr und um 6 Uhr. Beide Veranstaltungen waren ausgezeichnet besucht, und die Worte des Ansagers haben sehr gut auf unsere Uhrmacher hingewiesen.

Programmgemäß fand um 7 Uhr die Verlosung statt: Zehn Gutscheine für Reparaturen im Werte von je 5 RM

waren die Gewinne, die mit herzlichem Dank angenommen wurden.

Eine besondere Veranstaltung zur 700-Jahr-Feier der Stadt Berlin sollte ein Schaufenster-Wettbewerb der Berliner Uhrmacher sein, an dem sich aber nur außerordentlich wenig beteiligten. Daß aber mit geringen Mitteln eine ausgezeichnete Werbewirkung erzielt werden kann, beweist der nachstehend abgedruckte Ausschnitt aus einer Tageszeitung:

Schaufenster im Jubiläumsschmuck

Auch in unserem Berliner Osten zeigen die Schaufenster vieler Geschäfte reichen Jubiläumsschmuck. Meist steht die Zahl 700, von Grünschmuck und Blumen umgeben, im Mittelpunkt der Dekoration. Manche Geschäftsleute haben es verstanden, ihrer Ausschmückung noch eine besondere Note zu verleihen. Hierzu gehört z. B. das bekannte Uhren- und Goldwarengeschäft von Bunzel, Niederschöneweide, Brückenstraße 1, das seiner Dekoration das Motto „Einst und jetzt“ gegeben hatte. Man sieht Goldsachen aus früherer Zeit, mit der damals bevorzugten reichen Zislierung, so z. B. eine Brautkette aus dem 15. Jahrhundert und manches wertvolle Stück aus altem Familienbesitz neben Schmuck, der in seiner glatten Form dem heutigen Geschmack entspricht. Auch eine alte Wanduhr, in ihrer Herstellung ziemlich primitiv, fällt dem Beschauer auf. Gegenüber zeigen eine Unmenge kleiner und kleinster Einzelteilchen die komplizierte Zusammensetzung einer modernen Armbanduhr.

Die beiden Verkäuferinnen haben sich dem Motto entsprechend „Einst und jetzt“ am ersten Tage in Rokoko- und moderne Kleider gehüllt. (1/1457)

Uhrmacherhandwerk und Einzelhandel

Von Referendar Cl. Kullmann

Über die Beziehungen beider Organisationsformen zueinander bestehen in den Kreisen der Uhrmacher weithin Unklarheiten. Es lohnt deshalb, das organisatorische Verhältnis beider Wirtschaftszweige einmal zusammenhängend aufzuzeichnen. Dafür ist es notwendig, die Zusammenhänge erst wirtschaftlich zu betrachten.

Das Uhrmacherhandwerk lebt nicht für sich abgegrenzt. Es hat Beziehungen zu anderen Handelszweigen und Wirtschaftsgruppen, wie jeder andere Wirtschaftszweig auch. Eine Fülle von Beziehungen ergeben sich vor allem zum Handel, insbesondere zum Einzelhandel. Verbindungen bestehen schon dadurch, daß das Handwerk beim Einkauf auf die Vermittlerfähigkeit des Handels angewiesen ist, falls nicht durch eigene Genossenschaften oder unmittelbar beim Erzeuger eingekauft wird.

Namentlich aber beim Verkauf ist diese Beziehung augenfällig. Das kommt in der Tatsache zum Ausdruck, daß viele Handwerkszweige sich im Laufe der Entwicklung Ladengeschäfte angegliedert haben. Auch beim Uhrmacherhandwerk steht der weitaus größte Teil des Berufszweiges in Verbindung mit einem Ladengeschäft. Die Ursachen hierfür sind verschiedener Art. Im allgemeinen ist der Zweck dieser Kombination die Erzielung eines höheren Gewinnes. Im Einzelfall sind auch vielfach wirtschaftliche Erwägungen die Motive für solche Erweiterung oder Umstellung gewesen, z. B. Geschmackswandlung in der Käuferschaft, Veränderung in der Kaufgewohnheit, Wettbewerb der Industrie und anderes. Zum Teil vollzog sich auch eine Anpassung an die veränderte Wirtschaftslage in der Form, daß das Handwerk neben der eigenen Erzeugung oder der Ausführung von Reparaturen den Handel mit einschlägiger Fabrikware übernahm. Als Beispiel könnte man schlechthin den Uhrmacher nennen. Aber das Beispiel hinkt; denn der Uhrmacher, der die Uhr vom Fabrikanten bezieht und sie weiterverkauft, ist auch im Laden noch Handwerker, da die Uhr es erfordert, daß sie bis zum Verkauf in ständiger Bearbeitung ist.

Dieser sogenannte Handwerkshandel hat regelmäßig gegenüber der Reparaturfähigkeit des Uhrmachers einen zahlenmäßig größeren Anteil. Ähnlich liegt es in anderen Handwerkszweigen.

Keinesfalls darf aber diese sehr beachtliche Erscheinung als ein Beweis für eine starke Zunahme einzelhändlerischer Tätigkeit des Handwerks angesehen werden, wenn sich auch der Handwerker beim Verkauf und bei der Entgegennahme von

Aufträgen der Mittel und Methoden bedient, die im Einzelhandel üblich sind. Beim Uhrmacher stellt der Verkauf im Ladengeschäft nur einen innerbetrieblichen Vorgang organisatorischer Art dar: der Uhrmacher bleibt auch im Laden Handwerker. Der Laden dient der Schau- und Ausstellung von Uhren, die aber einer ständigen Arbeit unterliegen. Es wird nicht nur eine Handelsware verkauft, wie es etwa der Verkauf einer billigen Uhr in einem Einheitspreisgeschäft darstellt, sondern es wird auch die Arbeitsfähigkeit mitverkauft. Die Uhr ist also auch dann ein Werkstattprodukt, wenn sie im Laden ausliegt. Das angegliederte Ladengeschäft ist keineswegs eine Erweiterung des Betriebes in der Art, daß der Uhrmacher im Laden als Einzelhändler auftritt. Anders ist es z. B. bei einem Friseur, der in einem eigenen Verkaufsraum Toilettengegenstände verkauft. Hier liegt eine tatsächliche Erweiterung des ursprünglichen Betriebszweckes vor. In diesem Falle ist der Handwerker zum Einzelhändler geworden. Vielfach ist es auch so, daß sich in den angegliederten Ladengeschäften der Umsatz von nicht selbst erzeugten oder nicht bearbeiteten Waren im Verhältnis zu dem Umsatz von Werkstattprodukten oder bearbeiteten Fabrikzeugnissen derart gesteigert hat, daß eine starke Verkümmern der Werkstattfähigkeit zugunsten des Ladenbetriebes eingetreten ist. Je nach dem Grade ist der Inhaber dann häufig zwar rechtlich noch Handwerker, wirtschaftlich ist er aber in erster Linie Einzelhändler. Denken wir nur an einen Schuhmacher, der seine Werkstattfähigkeit hat verkümmern lassen, weil das Ladengeschäft einträglicher war. Solche Wandlungen zwischen der Betriebsmitgliedschaft des Handels und denen des Handwerks haben sich und vollziehen sich ständig noch. Eine Unterscheidung zwischen Uhrmacher-Handwerker- und Uhrmacher-Kaufmann ist dagegen kaum denkbar. Zum mindesten ist für einen Uhrmacher-Kaufmann erforderlich, daß er Uhrmacher-Handwerker ist, wenn er die notwendige Bearbeitung der von der Fabrik gelieferten Uhr sachlich vornehmen will. Das Handwerk duldet hier keine Unterscheidung zwischen Werkstatt und Laden.

Ebenso wie das Handwerk an den letzten Verbraucher liefert, so liefert er auch an den Einzelhandel selbst. Das kommt zunächst in all den Fällen in Frage, in denen der Einzelhändler für seinen persönlichen, also privaten Bedarf als Verbraucher handwerklicher Erzeugnisse und Dienstleistungen auftritt. Der Möglichkeiten sind so viele, daß sich ein Eingehen erübrigt. Denken wir nur an den Fall, daß ein Uhrmacher in den Laden eines Kolonialwarenhändlers eine Uhr einbaut. Wie hoch dieser Anteil des Einzelhändlers als privaten Käufers von