Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3.75 RM (einschließlich Versandkosten), für das Ausland nach Anfrage. Die „Uhrmacherkunst" erscheint an jedem Freitag. Druck und Versand erfolgen bereits Donnerstags. Anzeigenschluß: Mittwoch mittag. Briefanschrift: Verlag der „Uhrmacherkunst", Halle (Saale), Mühlweg 19.

Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/1 Seite 184 RM 1/500 Seite — 10 mm hoch und 48 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 1,84 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postscheck-Konto: Leipzig 16933. Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherkunst" Hallesaale. Fernsprecher: 26467 und 28382.

Offizielles Organ des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks
Vereinigt mit der „Fachzeitung der Uhrmacher Österreichs" (Wien)
und mit der „Mitteleuropäischen Uhrmacher-Zeitung" (Tiefenbach a. d. Desse)

64. Jahrgang — Halle (Saale), 20. Januar 1939 — Nummer 4

„Unser Lehrling dekoriert heute das Schaufenster!"

Das gehört natürlich auch zur Lehre! Wo sollte unser Nachwuchs sonst die Kenntnisse erwerben, die für die Herrichtung des Schaufensters nötig sind?

Daß der Nachwuchs durchaus in der Lage ist, beachtenswerte Leistungen auch auf diesem Gebiet zu erzielen, hat er in manchem Reichsberufswettkampf bewiesen. Wir müssen ihm nur die Aufgabe stellen und etwas freie Hand lassen!

Schließlich sollte man auch die Abwechslung nicht unterschätzen, die in der gänzlich anders gearteten Tätigkeit gegenüber der Werktischarbeit liegt.

Unser Lehrling von heute ist der Gehilfe von morgen und der Meister von übermorgen. Daß der Meister von heute — als der Lehrling von vorgestern — seinem Schaufenster in vielen Fällen nicht die gebührende Aufmerksamkeit zuwendet, beweisen die Schaufenster oft selbst. Die Ladenkasse beweist es leider auch.

Da die Ladenmiete nicht etwa für den Laden gezahlt wird, sondern das teuerste eben das Schaufenster ist, muß es entsprechend ausgenutzt werden. Diese Erkenntnis muß auch unserem Lehrling in Fleisch und Blut übergehen, damit er später in seinem Geschäft den richtigen Weg zu gehen weiß.

Was aus einem Schaufenster in guter Lage herauszuholen ist, weiß nur jemand, der sich diesem Studium hingibt und keine Minute scheut, das Schaufenster als seine wirkliche Visitenkarte auszustatten. Man braucht keine teure Einrichtung. Sauberer Stoff, blitzende Ware, klare Preisschilder — dazu sorgsame Anordnung — mehr braucht man nicht. Davon sind aber viele unserer heutigen Schaufenster noch weit entfernt, obgleich diese Erfordernisse nichts kosten.

Unsere Jugend in ihrer Aufgeschlossenheit hat für solche Arbeit oft ein überraschendes Fingerspitzengefühl. In Cottbus haben bei einem Schaufensterwettbewerb drei Lehrlinge prächtige Leistungen gezeigt, die weit über den Durchschnitt unserer üblichen Schaufenster standen, und die wir auch in der „Uhrmacherkunst" veröffentlichten. — In unserer Nachbarschaft in Berlin hat ein Uhrmacherlehrling zu dem heute wesentlich verbesserten Schaufenster seines Lehrmeisters viel beigetragen, nicht nur alle Preisschilder, sondern auch kleine Zeichnungen für die Anwendungsgebiete der Uhren. — Auch beim Wettbewerb des „Schaufensterdienstes" hat ein Lehrling ein recht beachtliches Schaufenster eingereicht.

Die Ausbildung unseres Nachwuchses auch in den Arbeiten im Schaufenster und Laden gehören nach dem neuen Ausbildungsplan zu den vorgeschriebenen Arbeiten. Sie wurden zumeist schon immer mehr oder weniger ausgeprägt vom Lehrling verlangt, das Schaufenster überließ man ihm aber recht selten. Und doch kann sich der Meister sehr oft eine große Erleichterung gerade bei dieser Arbeit verschaffen, wenn er seinen Lehrling heranzieht.

Für das Ansehen unseres Handwerks in den nächsten Jahrzehnten ist es entscheidend, daß der Nachwuchs in jeder Beziehung, auch nach außen hin, seinen Mann steht.

Jendritzko