PUBLICATIONS DU CONGRES INTERNATIONAL D'ENSEIGNEMENT COMMERCIAL

AMSTERDAM, 2-5 SEPTEMBRE 1929

PREMIÈRE PARTIE

RAPPORTS

PROCEEDINGS OF THE INTERNATIONAL CONGRESS ON COMMERCIAL EDUCATION

AMSTERDAM, 2—5 SEPTEMBER 1929

PART I

PAPERS

Verhandlungen des Internationalen Kongresses für das kaufmännische Bildungswesen

Amsterdam, 2.-5. September 1929

Band I

Referate

TABLE DES MATIÈRES — CONTENTS
INHALTSVERZEICHNIS

PREMIÈRE PARTIE — FIRST PART — ERSTER TEIL

Introduction par le Dr. A. Junod IX

Comités néerlandais et étrangers XIII
Dutch and Foreign Committees XIII
Die Niederländischen und Ausländischen Komitees XIII

Programme du Congrès XIX
Programme of the Congress XIX
Kongressprogramm. XIX

Renseignements généraux XXV
General Information XXV
Allgemeine Auskunft XXV

RAPPORTS — PAPERS — REFERATE.

DR. S. ELZINGA, Les bases de l'education commerciale . . . 1
G. A. BLONDEL, Rapports de la culture générale avec l'Enseignement commercial supérieur 23
LEVERETT S. LYON, Social and economic implications of education for business 32
V. FIKRLE, L'éducation du futur commerçant 45
HENRY R. HATFIELD, Developments in education for business during the past 15 years in the United States . . . 62
J. ERBEN, Die wichtigsten Ideen im Handelsunderricht in der Zeit nach dem Kriege 75
DR. CH. SZABÓ, L'enseignement commercial et la presse professionelle 97
M. VIBAEK, Internationaler Austausch junger Kaufleute . . 110

LARCHER, Des moyens de compléter l'enseignement commercial supérieur par des bourses de séjour à l'étranger ou des stages 119
A. ABBOTT, The Cooperation of Commerce and Industry with Commercial education 133
LARCHER, L'orientation professionelle vers les carrières commerciales 143
LOMONT, Initiation et préparation à l'apprentissage commercial 151
DR. A. JUNOD, Formation complémentaire des commerçants après la sortie de l'Ecole de commerce ou à la fin de l'apprentissage 165
BAYLE, Formation complémentaire des commerçants après la sortie de l'Ecole de commerce ou à la fin de l'apprentissage 169
RACHINEL ET CONTENOT, Liaison entre l'enseignement commercial et la pratique. 184
DR. G. E. HUFFNAGEL, Liaison entre l'enseignement commercial et la pratique 194
DR. A. KÜHNE, Der Kontakt zwischen Schule und Praxis in der Handelsvorbildung 202
DR. W. J. DONALD, Training in business 209
JAMES H. GREENE, Training for retail stores occupations . . 225
ELLY FREIIN VON RÖSSING, Die Schulmässige Ausbildung der Verkäuferinnen in Deutschland 232
TUROTTE, Formation des futures employés de magasin . . . 253
JUL. ED. GERZON, Training of sales people in business . . . 267
M. MATSAERT, L'enseignement commercial dans les cours du soir. 273
F. HUGHES, The interests of commercial employees in commercial education 279
H. SCHUTJES, Die Fachmännische Ausbildung zum Handlungsgehilfen 289
DR. A. LÄTT, Rationalisierung im sprachlichen Unterricht . . 307
DR. W. LOREY, Die Bedeutung der Mathematik für die Wirtschaftswissenschaften und für den wirtschaftwissenschaftlichen Unterricht 319
L. URWICK, The training of the Business Administrator . . . 337
Résumés français des rapports 357
English Summaries of the papers 389
Deutsche Auszüge der Vorträge. 427

DIE SCHULMÄSSIGE AUSBILDUNG DER VERKÄUFERINNEN IN DEUTSCHLAND

VON

ELLY FREIIN VON RÖSSING

DIRECTORIN DER VICTORIA-FACHSCHULE I IN BERLIN

Nach dem Wortlaut des mir zugegangenen Programmes habe ich über die Ausbildung des Verkäufers zu berichten.

Das mir gestellte Thema umgrenzt indessen ein so weites Gebiet, dass es mir gestattet sein möge, in der Hauptsache von Verkäufer*innen* zu sprechen, und mich da auf die schulmässige Ausbildung zu beschränken, auf die Schule als Ergänzung bezw. als teilweisen Ersatz der praktischen Lehre.

Bekanntlich beschäftigt der Einzelhandel in seinen Verkaufsräumen erheblich mehr junge Mädchen (etwa 70%) als junge Leute(30%). Die ersteren bleiben im Normalfalle auch viel länger in ihrem Tätigkeitsbereich. Der junge Mann dagegen geht in normalen Zeiten mehr oder weniger bald von der Verkaufstätigkeit zum Kontor über, rückt in selbständigere Stellen auf oder wird gar selbst Unternehmer. So erklärt es sich, dass wir Verkäufe*rinnen*schulen schon seit mehr als 25 Jahren haben. Von einer Schulausbildung für Verkäufer aber beginnt man erst neuerdings zu sprechen.

Anfänglich befasste sich unser öffentliches kaufmännisches Schulwesen lange Zeit nur mit der Ausbildung für die Kontortätigkeit, und zwar bedachte man da zunächst lediglich das männliche, erst später auch das weibliche Geschlecht.

Dann erst kam man von der Kontorausbildung der Mädchen aus zu gesonderten Klassen und Schulen für Verkäuferinnen.

Darüber müsste man sich eigentlich wundern; denn von Anfang an wurden die kaufmännischen Pflichtfortbildungsschulen (heute Berufsschulen genannt) überwiegend von angehenden *Verkäuferin-*

nen besucht. Unter 100 Schülerinnen zählte man 60, 70 ja, bis zu 95 Verkäuferinnen.

Dazu kommt, dass die Tätigkeit der Verkäuferin für das Geschäftsleben in mancher Beziehung bedeutsamer ist, als die der Kontoristin. Die Verkäuferin gehört für das Geschäft zu den *Verdienern*, und es ist klar, dass gute Verdiener für den Betrieb zumeist noch wertvoller sind als gute Verwalter. Umgekehrt kann eine mangelhafte Verkäuferin viel mehr Schaden anrichten, als z.B. eine mangelhafte Buchhalterin. Die Fehler der letzteren findet man bei der Kontrolle, die Verkäuferin muss aber im ganzen viel selbständiger arbeiten; sie kann oft nicht hinreichend und nicht rechtzeitig genug kontrolliert werden. Ihre Unzulänglichkeiten sind daher häufig nicht wieder gutzumachen.

Woher kam es nun, dass man trotz der erwähnten Tatsachen erst auf dem Wege über die Kontoristinnen-Schule zur schulmässigen Verkäuferinnenausbildung gelangte?

Wohl zunächst daher, dass man die Verkaufstätigkeit eben für eine Angelegenheit angeborener Begabung hielt. Sie sei, meinte man, eine Kunst, und nur in der praktischen Lehre gäbe es für das Erlernbare in ihr eine ausreichende Ausbildungsmöglichkeit.

Wer wollte die Berechtigung dieser Ansicht bezweifeln! Aber wir müssen heute die Worte „nur" und „ausreichend" streichen.

Ein Weiteres kommt hinzu:

Als die Pflichtfortbildungsschulen um die Wende des Jahrhunderts aufkamen, da brachte die Lehrerschaft aus den Wahlschulen wohl schon gutes Rüstzeug dafür mit — aber für die *Kontor*klassen. In Buchführung, Rechnen, Wechsellehre, Geographie usw. liessen sich so schön fest umrissene Kenntnisse vermitteln. Was aber brauchte denn eigentlich die *Verkäuferin* im besonderen?

Von pädagogischer Seite war damals wohl noch kaum der Versuch gemacht worden, selbst hinter dem Ladentisch zu stehen und dort sozusagen „ Quellenstudium" zu treiben. So unterschätzte man vielfach die Schwierigkeiten des Verkäuferinnenberufes trotz der Klagen des kaufenden Publikums über die Unzulänglichkeit des Verkaufspersonals.

Dass der reine Kontorunterricht weder die jungen Verkäuferinnen noch deren Arbeitgeber befriedigte, kann nicht Wunder nehmen, und so brach sich allmählich die Erkenntnis Bahn, dass man den Verkaufslehrlingen mit einem theoretischen Unterricht zu Hilfe kommen müsste, der ganz auf die Besonderheit ihrer Arbeit eingestellt ist.

Aber für diesen theoretischen Unterricht hiess es erst Stoff und Methode finden; denn die Dinge, um die es sich da handelte, erschienen zunächst für die schulmässige Behandlung nicht leicht greifbar. Darauf komme ich noch zurück.

Wie häufig in solchen Fällen, ging die Initiative von privater Seite aus, von Firmen und Verbänden.

Ich nenne kurz folgende Daten: Den ersten Gedanken eines gesonderten Unterrichts für Verkäuferinnen hatte, soweit ich übersehen kann, der Verband der weiblichen Handels- und Bureauangestellten. Er richtete im Jahre 1899 vierstündige Abendkurse für Verkäuferinnen ein. Doch bestanden diese Kurse aus äusseren Gründen nur kurze Zeit, hatten im ganzen auch wohl mehr allgemeinbildenden, als beruflichen Charakter.

Im August 1903 [1]) gründete der Warenhausbesitzer Willy Cohn in Halberstadt eine kleine Schule für seine Verkäuferinnen. 1906 [2]) folgte dem Beispiel das Warenhaus Tietz in Berlin. 1909, 1910 und 1911 taten desgleichen die Detaillisten-Verbände in Hamburg, Berlin Nürnberg and Lübeck.

Das Jahr 1910 brachte die erste Pflichtschule für Verkäuferinnen in Freiburg i.Br.

In den Jahren 1909 bis 1914 beschäftigte sich der Deutsche Verband für das kaufmännische Bildungswesen eingehend mit dem Problem der Verkäuferinnenausbildung. Den dort erhaltenen Anregungen entsprechend gliederte die damalige verdienstvolle Leiterin der Victoria-Fachschule in Berlin, Margarete Henschke, im Jahre 1912 ihrem Handelslehrerinnen-Seminar eine besondere Fachausbildung für die Lehrerinnen an Verkäuferinnenschulen an, die bis zum Jahre 1923 Bestand hatte. Gleichzeitig eröffnete sie auch eine kleine Wahlschule für Verkäuferinnen, die indessen mit der Einführung der städtischen Pflichtschule überflüssig und darum wieder aufgegeben wurde.

Im Frühling 1913 übernahmen die im Victoria-Seminar ausgebildeten Lehrerinnen die Arbeit an der in Berlin neu eröffneten städtischen Pflichtschule für Verkäuferinnen, die damals 17 Klassen mit je 6 Wochenstunden hatte.

Alle Schulen und Klassen, von denen ich bisher sprach, wurden

---

[1]) Veröffentlichungen des Deutschen Verbandes für das kaufmännische Bildungswesen, Bd. 60 S. 163, Braunschweig 1928.

[2]) Schulinspektor A. Kasten: „Die Fortbildungsschule für Verkäuferinnen" Denkschrift Hamburg 1914.

von solchen jungen Mädchen besucht, die bereits im Laden tätig waren, teils als Lehrlinge, teils als bereits ausgelernte Angestellte.

Der Versuch einer *vorbereitenden* Schule mit vollem Tagesunterricht wurde vor dem Kriege meines Wissens nur *einmal* gemacht. Der Magistrat von Berlin-Schöneberg richtete einen einjährigen Kursus zur Vorbildung von Gemeindeschülerinnen für den Ladenverkauf ein und zwar in dem auf Schöneberger Gebiet liegenden Lette-Verein. Dieser Versuch wurde indessen nicht wiederholt, denn die Zeit war wohl noch nicht reif dafür.

Das lebhafte Interesse, das die Verkäuferinnenfrage gerade in den letzten Jahren vor dem Kriege gefunden hatte, flaute in der Kriegs- und Nachkriegszeit begreiflicherweise völlig ab. Zum Teil war das eine Folge der gänzlichen Umkehrung der Verhältnisse. Unter dem Druck des Warenmangels auf allen Gebieten wurde nicht die Verkäuferin, wohl aber das kaufende Publikum zu einen schier ungesunden Mass bittender Höflichkeit erzogen. Auch gingen infolge des Warenmangels natürlich die Zahlen der jungen Verkaufslehrlinge sehr stark zurück. Die Berliner Verkäuferinnenschule z.B., die im Jahre 1916 [1]) noch 125 Klassen mit rund 4000 Schülerinnen gehabt hatte, wies im Winter 1923/24 nur noch 1600 Schülerinnen in 91 Klassen auf.

Erst nach Ueberwindung der Inflationszeit begann ziffernmässig ein neuer und bisher ziemlich rascher Aufstieg. Ich gebe vergleichsweise wieder die Zahlen der Berliner Verkäuferinnenschule: Sie hat augenblicklich 204 Klassen mit 6652 Schülerinnen, die in je 8 Wochenstunden unterrichtet werden.

Auf die Gründe dieses neueren Anstieges der Schülerinnenzahlen einzugehen, würde zu weit führen. Erwähnt sei nur, dass man leider heute vielfach aus Ersparnisgründen ältere Angestellte durch junge Lehrlinge ersetzt. Und diese Lehrlinge werden von der Berufsschule heute besser erfasst als in den Anfangszeiten.

Gleichzeitig mit dem Wiederansteigen der Schülerinnenzahl regt sich sowohl bei der Kaufmannschaft und den Berufsorganisationen der Angestellten als auch in den berufspädagogischen Kreisen ein neues, starkes Interesse an der Verkäuferinnenschule und ihrer Ausgestaltung. Die Anregung dazu kommt zum Teil von der Berichten über neue Wege der Verkäuferinnenschulung in Amerika. Aber auch

[1]) Elsbeth Hübner „Die Berliner Verkäuferinnenschule" in der Zeitschrift „Junge Kräfte" des Verbandes der weibl. Handels- und Bureauangestellten, Berlin, März 1927.

der ungeheuerlich verschärfte Kampf um's Dasein sowohl des Einzelnen wie unseres ganzen deutschen Vaterlandes spricht hier mit. Infolge von beruflicher Ueberlastung haben Käufer und namentlich Käuferinnen heute nicht mehr soviel Zeit für das „Besorgungen machen" als früher, und je schmaler der Geldbeutel wird, desto gebieterischer verlangt er zweckmässiges Einkaufen und sachverständige Beratung im Laden. So hat die Verkäuferin heute wohl eine viel verantwortungsvollere Aufgabe als früher, und es ist ohne weiteres klar, wieviel von ihrer Tüchtigkeit auch für die Geschäftswelt abhängt in einer Zeit so grosser Einkaufs- und Absatzschwierigkeiten wie der heutigen. Und wieviel bedeutet es endlich volkswirtschaftlich, ob das in Waren angelegte Volksvermögen zweckmässig arbeitet oder nicht!

Aus diesen Zusammenhängen heraus ist es auch zu verstehen, dass man gerade jetzt mehr und mehr daran geht, auch die männlichen Verkaufskräfte ebenso wie die weiblichen zu schulen.

Wie sucht man denn nun im heutigen Deutschland das Problem der Verkäuferinnenschulung und -Erziehung zu lösen?

Lassen Sie mich zunächst auf einige Organisationsfragen eingehen:

Buntfarbig wie unser ganzes deutsches Schulwesen zeigt sich auch das Bild dieser Sonderschulen.

In der Hauptsache handelt es sich um Berufsschulen, d.h. Schulen, die die praktische Lehre mit 6 bis 8 oder 10 Wochenstunden 3 Jahre hindurch begleiten. In Bielefeld z.B. hat man sogar 4 Jahre mit 10 Wochenstunden. Träger dieser Schulen sind zumeist die Städte oder der Staat; aber es gibt auch sogenannte Hausschulen. Das sind Berufsschulen, die einzelne grosse Firmen, hauptsächlich Warenhäuser, für ihre Lehrlinge einrichten. Diese Schulen stehen unter Aufsicht des Staates und arbeiten nach behördlich genehmigten und kontrollierten Lehrplänen. Als Vorzüge dieser Hausschulen werden ins Feld geführt: Das jederzeit greifbare und niemals veraltende Anschauungsmaterial, das die Waren der Firma bieten, die stete, enge Verbindung der Lehrkräfte mit dem praktischen Geschäftsleben. Ein Nachteil der Hausschulen („vermeintlicher Nachteil" sagen die Verfechter der Hausschulen) ist, dass sie die Lehrlinge aller Abteilungen zusammen nehmen müssen und keine sogenannten Brancheklassen bilden können. Die Zahl der Lehrlinge würde dazu nicht ausreichen und ein Auswechseln unter den einzelnen Abteilungen erschwert werden. Ein Nachteil — oder sagen wir besser eine *Gefahr* — der Hausschulen ist

auch die schwer vermeidbare Subjektivität der Einstellung, eine einseitige Voranstellung der eigenen Firma und gelegentlich ein „Abrichten" nur für dieses eine Haus. Das betonte Ziel der öffentlichen Berufsschulen: Persönlichkeitsbildung durch Berufserziehung ist natürlich auch in den Hausschulen anzustreben.

Nicht zu verwechseln sind die Berufsschulen der grossen Betriebe mit den mehr oder weniger regelmässigen Unterweisungen der älteren Verkäuferinnen durch sogen. Instruktorinnen von denen noch zu sprechen sein wird.

Die Organisation der *öffentlichen* Verkäuferinnenschulen hängt natürlich wesentlich von der Schülerinnenzahl ab. Da stehen z.B. kleine Städte vor der Frage: Soll man Verkäufer und Verkäuferinnen zusammen unterrichten, um eine Verkaufsklasse bilden zu können oder soll man die Geschlechter trennen und dafür Kontoristinnen und Verkäuferinnen zusammen nehmen? Beide Schultypen sind in den kleineren Städten vertreten.

Man mag nun über Koedukation denken, wie man will — und wenn man sie in Anerika beobachtet hat, muss man ihre *bedingte* Berechtigung ohne weiteres anerkennen — aber gerade in Verkaufsklassen sollte man sie doch meines Erachtens wenn irgend möglich vermeiden, denn es kommen da gerade in der Berufskunde häufig intimere Fragen der Körperpflege, der Kleidung, des Benehmens zur Sprache. Ihre Behandlung in einer gemischten Klasse würde das Feingefühl der jungen Mädchen wie der junge Leute verletzen oder, was noch schlimmer wäre, abstumpfen. Und wenn Takt und Feingefühl für alle Menschen höchst wünschenswerte Eigenschaften sind, für Verkäuferinnen ist das Feingefühl einfach eine notwendige Berufseigenschaft, die ganz besonders gepflegt werden muss.

Aus diesem Grunde gehört auch meines Erachtens in die Verkäuferinnenschule die weibliche Lehrkraft. Man wendet wohl dagegen ein, dass der Familienvater mit seiner Erfahrung besser geeignet sei für derartige Besprechungen als die unverheiratete Lehrerin, und dass die jungen Mädchen ja auch zum männlichen Arzt gehen. Aber wenn der Familienvater mit der Tochter spricht und der Arzt mit der Patientin so tun sie es unter vier Augen und nicht in grösserem Kreise.

In kleinen Städten, in denen man nur mit koedukativem Unterricht überhaupt Klassen schaffen kann, hilft man sich zuweilen so, dass man wenigstens *solche* Gebiete gesondert behandeln lässt.

Anders gestalten sich die Probleme der grösseren und grossen Städte. Hier lautet die Frage: „Brancheklassen oder nicht?

Man sollte meinen, dass überall da, wo genügend Lehrlinge eines Geschäftszweiges zusammen kommen, eine Brancheklasse gebildet werden müsste. Aber es gibt Schulen mit über 30 Verkäuferinnenklassen ohne Einteilung in Branchen und Schulen mit 8 oder 10 Verkäuferinnenklassen, unter denen wenigstens eine reine Textilklasse ist.

Wo keine Einteilung in Zweigklassen erfolgt, wird als Grund zumeist angegeben entweder:

dass die einzelnen Branchen nicht stark genug vertreten sind,

oder dass die Lehrherren nicht alle ihre Lehrlinge am gleichen Tage entbehren können,

oder dass man wegen der zunehmenden Leere in den Oberklassen dann keinen dreijährigen Aufbau durchführen könne,

oder dass man sich in der Warenkunde nicht auf eine Ware beschränken wolle, um den jungen Mädchen vielseitige Verwendungsmöglichkeiten zu sichern.

Die oben erwähnte Leere in den Oberklassen rührt zum Teil daher, dass die praktische Lehrzeit oft schon nach 1 bis 2 Jahren oder noch früher beendet ist. Dann kommt es nicht selten vor, dass man der jungen Verkauferin kündigt, um entweder eine berufsschulfreie oder eine billigere Arbeitskraft (d.h. einen neuen Lehrling) einzustellen. Oder aber die jungen Mädchen geben den Verkäuferinnenberuf auf, wenn es sich herausstellt, dass sie ihm körperlich auf die Dauer nicht gewachsen sind.

Die Schwierigkeiten, die sich aus dem Nebeneinander von Berufsschule und praktischer Lehre oft beiderseitig ergeben, haben in den letzten Jahren zu einer Lösung des Problems geführt, die — jetzt noch im Versuchsstadium — wohl gute Zukunftsaussichten hat.

Im Jahre 1926 machte erstmalig Leipzig eine Verkäuferinnenfachschule oder, wie es dort heisst, eine Vollklasse mit 30 Wochenstunden auf, die sich, wie ich höre, bisher sehr bewährt hat. Nach Beendigung dieses einjährigen Kursus treten die jungen Mädchen in eine zweijährige praktische Lehre ein und haben während des ersten Jahres noch 10 Wochenstunden Berufsschulunterricht. Das zweite Lehrjahr ist berufsschulfrei. Die Vorzüge dieses Schultyps liegen auf der Hand. Die Firmen bekommen die Lehrlinge, wenn sie schon die Grundbegriffe erfasst haben und inbezug auf ihre Eignung sozusagen schon vorsortiert sind. Ferner brauchen sie die Mädchen nicht 3 Jahre sondern nur 1 Jahr in die Berufsschule zu schicken. Für die jungen

Mädchen bedeutet das Fachschuljahr eine körperliche Schonzeit und eine Zeit geistigen und sittlichen Reifens, ehe die Berufsanforderungen an sie herantreten. Wieviel würde es für die Hebung der gesamten Volksgesundheit bedeuten, wenn die künftigen Frauen und Mütter nicht so oft, gerade in den Entwicklungsjahren körperlich überangestrengt und sittlich geschädigt würden.

Die Beteiligung an der Leipziger Fachschule ist gut. Immer mehr Eltern bringen das Opfer, auf das Taschengeld der Tochter im ersten Lehrjahre zu verzichten. Es braucht kein Schulgeld bezahlt zu werden, und die Mädchen werden mit dem Eintritt in die Lehre nach dem Tarifsatz für das zweite Lehrjahr bezahlt.

Fast zu gleicher Zeit wie in Leipzig wurde auch in Witten an der Ruhr eine einjährige Verkäuferinnenfachschule eröffnet. Im Jahre 1928 folgte im benachbarten Bochum eine Schule met zweijährigem Lehrgang. Direktor Rasch, Bochum, berichtete darüber auf der Hauptversammlung des Deutschen Verbandes für das kaufmännische Bildungswesen in Heidelberg, Mai 1928: [1])

„Der Unterricht in Witten begann im Juni 1926. Der Lehrgang ist v o r l ä u f i g e i n j ä h r i g. Von vornherein wurden mit der örtlichen Kaufmannschaft Abmachungen getroffen über die Gestaltung der praktischen Ausbildung; um einen Anreiz zum Besuch der Schule zu geben, wurde vereinbart, dass die Absolventinnen im dritten Lehrjahre die Vergütung des ersten Gehilfenjahres erhalten sollen.

Auf Grund der Wittener Erfahrungen ist zu Beginn des Schuljahres 1928 in Bochum ebenfalls als Abteilung der Handelskammerschulen eine Verkäuferinnenfachschule, und zwar unter der umfassenderen und sinngemässeren Bezeichnung E i n z e l h a n d e l s f a c h s c h u l e im Einvernehmen mit der Kaufmannschaft errichtet worden. Hier ist der Lehrgang z w e i j ä h r i g. Abmachungen über Anrechnung der Schulzeit auf die Lehrzeit sind auch hier gemacht worden".

An einer anderen Stelle betont Dr. Rasch ausdrücklich: „Die Verkäuferinnenfachschule kann den Berufsanwärterinnen eine *Vorbildung*, nicht aber eine *abgeschlossene Ausbildung* geben".

Mit dieser Vorbildung aber leisten die Fachschulen noch etwas sehr

---

[1]) Veröffentlichungen etc.

Wesentliches: Sie bahnen eine Berufs*auslese* an und können damit zu einer Hebung des gesamten Verkäuferinnenstandes beitragen. In Bochum war der Andrang zu der neuen Schule so gross, dass man mit Hilfe einer Eignungsprüfung und Auswertung der Schulzeugnisse sehr sorgfältig auswählen konnte. Dazu sind ja Berufsschulen, die alle Lehrlinge aufnehmen *müssen*, nicht imstande, und der Einzelhandel verfährt bei der Enstellung von Lehrlingen manchmal erstaunlich wahllos.

Dem Beispiele von Leipzig, Witten oder Bochum sind inzwischen schon eine Reihe westdeutscher Städte gefolgt, teils mit einjährigem, teils mit zweijährigem Lehrgang. Im April ds. Js. hat auch Berlin eine — gut besuchte — Verkäuferinnenfachklasse erhalten, die der Berufsschule für Verkäuferinnen angegliedert ist. Auf ein Volljahr mit 32 Wochenstunden wird ein weiteres Jahr mit 24 Wochenstunden folgen. Diese Verminderung der Stundenzahl soll es den Schülerinnen ermöglichen, sich zeitweise schon in der Praxis zu betätigen. Es haben sich schon eine Anzahl Firmen zu ihrer Aufnahme bereit erklärt. Im Gegensatz zu Witten und Bochum ist in dem Lehrplan Englisch als Pflichtfach aufgenommen worden.

Dr. Rasch hat die zweijährige Schule in Bochum als „Einzelhandelsfachschule" bezeichnet und ihr damit einen etwas anderen Zweck gesetzt, als der einjährigen Schule. Diese Zwecksetzung kommt im Lehrplan dadurch zum Ausdruck, dass neben den warenkundlichen und verkaufskundlichen Stoffen nicht nur Buchführung (die auch sonst in den Lehrplänen erscheint), sondern auch Maschineschreiben und Kurzschrift vertreten sind.

„Es ist", sagt der Bericht darüber, „ein Vorteil, wenn keine zu scharfe Spezialisierung der Vorbildung für den Einzelhandel eintritt. Die Kurzschrift ist auch im Laden mit Vorteil zu verwenden für schnelle Notizen von Fernsprechmitteilungen, von Reklamationen und von geschäftlichen Meldungen. Die Wünsche der Eltern laufen in derselben Richtung. Sie haben zunächst wohl den Gedanken, den Kindern die Laufbahn im Bureau nicht ganz zu verschliessen. Die Schüler selbst glauben sich jetzt noch deklassiert gegenüber den Kontorfachklassen, wenn ihnen die Schreibfächer vorenthalten werden".

und weiter heisst es „dass den Berufsanwärterinnen die Annehmlichkeit bleibt, bei mangelnder Eignung für den Verkauf — besonders wird an gesundheitliche Schwächen zu denken sein — in ein anderes Gebiet kaufmännischer Berufsarbeit hinüberzuwechseln".

Man wird abwarten müssen, wie sich die Schule bewährt, d.h. wie sich die künftige Berufstätigkeit der Absolventinnen gestalten wird. Jedenfalls erscheint der Versuch sehr interessant und dankenswert.

Vielleicht wird es auf diesem Wege möglich sein, der Verkaufstätigkeit die soziale Gleichbewertung mit der Kontortätigkeit zu verschaffen, um die sie immer noch ringt.

Vielleicht wird man auf diesem Wege auch zur *höheren* Handelsschule für Verkäuferinnen und zur *höheren* Einzelhandelsfachschule kommen, die von Absolventinnen höherer Schulen besucht werden und ihre Ziele höher stecken kann.

Der häufig gehörte Ruf des Einzelhandels namentlich der Spezialgeschäfte nach der „gebildeten Verkäuferin" hatte schon im Jahre 1919 die Victoria-Fachschule in Berlin veranlasst, einen Versuch in dieser Richtung zu machen. Sei zweigte von ihrer damals einjährigen höheren Handelsschule eine Sonder-Ausbildung ab für die Verkaufstätigkeit in Kunsthandlungen, kunstgewerblichen und verwandten Firmen. Diese Versuche wurden — allerdings mit kleinen Schülerinnenzahlen — einige Jahre fortgezetzt. Sie mussten dann aber leider aufgegeben werden, weil gerade diese Zweige des Handels so darnieder lagen, dass sie keine neuen Kräfte einstellen konnten.

Gerade für unsere sogenannten „höheren Töchter" erscheint es mir wichtig, dass sie eine vorbereitende Schule besuchen, wenn sie den — zumeist nicht leichten — Entschluss gefasst haben, sich ihr Brot „hinter dem Ladentisch" zu verdienen.

Die Fachschule — am besten die ihrer Schulbildung entsprechende höhere Fachschule für die Verkäuferinnen — erleichtert ihnen das spätere Einleben in den Beruf dadurch, dass sie ihnen vor allem die richtige Einstellung dazu vermittelt. So gelingt es ihnen leichter, den richtigen Ton und den richtigen Weg zu finden, um das Misstrauen zu überwinden, das anders vorgebildete Mitarbeiterinnen und Vorgesetze oft der „höheren Tochter" entgegenbringen.

Die Aufgabe der Verkäuferinnenschule — sei sie Berufsschule oder Fachschule — ist in erster Linie eine berufs*zieherische*. Das ist vorweg zu unterstreichen. wenn wir uns nun mit den Lehrstoffen dieser Schulart beschäftigen wollen.

Um wàs für Lehrstoffe handelt es sich?

Es ist falsch, wenn man den jungen Verkäuferinnen nur das gibt, was für die angehenden Kontorangestellten richtig ist. Es ist aber ebenso falsch, wenn man ihnen *nichts* von dem gibt. Wieviel oder wie wenig es sein kann, sowohl an Lehr*fächern* (Buchführung, Wirt-

schaftskunde etc.) wie an Lehr*stoffen* innerhalb der Fächer (Rechnen, Handelsbetriebslehre etc.) ist schwer zu sagen. Die Ansichten darüber gehen nach den Angaben der Lehrpläne heute noch weit auseinander. Zum Teil liegt das an der örtlichen Bedingtheit der Lehrpläne (Stundenzahl, Grösse der Arbeitgeberfirmen, Arbeitsverteilung in ihnen), zum Teil an der Vorbildung der Lehrkräfte und ihrer Einstellung zu der immerhin noch jungen Verkäuferinnenschulbewegung.

Wichtiger aber als das beiden Schularten *Gemeinsame*, erscheinen mir für unsere Erörterungen die *besonderen* Lehrstoffe der Verkäuferinnenschule, die, wie schon eingangs erwähnt wurde, methodisch nicht leicht zu gestalten waren.

Eine interessante Untersuchung der Eigenschaften, Fähigkeiten und Kenntnisse, die für eine erfolgreiche Ausübung des Verkäuferinnen-Berufes notwendig sind, gibt Direktor Dr. Eckardt, Bielefeld in seinem Referat auf der schon erwähnten Heidelberger Tagung des Braunschweiger Verbandes [1]) (Mai 1928). Er unterscheidet 3 Gruppen:

1.) solche Eigenschaften, Fähigkeiten und Kenntnisse, die nicht erlernbar und nicht lehrbar sind,
2.) solche, die nur im Geschäft selbst erlernbar sind und
3.) solche, für die das Geschäft und die Schule gemeinsam in Frage kommen.

Zur ersten Gruppe rechnet er: Takt, Schönheitssinn, Farben-und Formensinn, Geschäftssinn, instinktive Menschenkenntnis.

Für die zweite Gruppe gibt er an: Genaue Warenkenntnis, Personengedächtnis, Selbstbeherrschung und Kenntnis der Organisation des eigenen Geschäftes.

Für die dritte Gruppe nimmt er 12 Punkte in Anspruch, die man vielleicht auf die Generalnenner: Allgemeine Warenkunde, Lebens- und Verkaufskunde (Berufskunde), Einzelhandelsbetriebslehre bringen kann. Auch Kunstschrift und Dekorationskunst werden erwähnt.

Der ausgezeichnete Lehrplan, den Direktor Linneweber in Gelsenkirchen aufgestellt hat, gliedert die spezielle Berufskunde in:

1. Verkaufs- und Lebenskunde,
2. Warenkunde und
3. Geschmackskunde.

---

[1]) Veröffentlichungen etc.

Andere Fachmethodiker gliedern ähnlich, beginnen aber mit der Warenkunde als sachlicher Grundlage der Verkaufskunst.

Um zunächst von der Warenkunde zu sprechen, so weist Dr. Eckardt meines Erachtens mit Recht darauf hin, dass die genaue Warenkenntnis d.h.

„die Fähigkeit, die feinsten Unterschiede nach Aussehen, Griff, Klang, Geruch, Gewicht und Gehör festzustellen"

nur im Geschäft durch jahrelange Uebung erworben werden kann. Dagegen hat die Schule die Aufgabe, allgemeine Warenkunde zu geben und darunter versteht Dr. Eckardt:

„Belehrungen über Herkunft, Herstellung bezw. Gewinnung der Ware, Unterscheidungs- und Erkennungsmerkmale, Verwendungsmöglichkeiten, Preisbeurteilung usw".

Es ist zu betonen und das geht auch aus dieser Aufstellung hervor, dass die Warenkunde in der Schule nicht ausschliesslich, ja nicht einmal überwiegend die Rohstoffe und den Herstellungsprozess zu behandeln hat, sondern nur soweit Merkmale der fertigen Ware dadurch zu begründen sind.

Die Verkäuferinnenschule muss — im Gegensatz zur Gewerbeschule — von der fertigen Ware ausgehen und immer wieder auf sie Bezug nehmen.

Im Anschluss an die Besprechung der Ware ist auch die Art zu behandeln, wie die einzelne Ware vorzulegen, zu empfehlen und zu verkaufen ist, Wenn irgendwo, so ist gerade auf diesem Gebiete arbeitsschulmässig zu verfahren. An Hand möglichst reichhaltigen und geeigneten Anschauungsmaterials (tunlichst für je 2 Schülerinnen ein Exemplar!) sollen die Schülerinnen Fragen aufwerfen und ihre Beantwortung selbst finden. Sie sollen vor allem auch lernen, mit ihren Sinnen zu prüfen und einfache Hülfsmittel zu benutzen. Die gefundenen Merkmale und die daraus zu ziehenden Schlüsse für die Empfehlung der Ware bieten gleichzeitig Stoff für Verkaufsgespräche, in denen jede Phrase vermieden und klarste Sachlichkeit gepflegt werden muss.

Ein schwieriges Problem kleinerer Schulen ist die Stoffauswahl in der Warenkunde. Sie muss sich nach der Zusammensetzung der betreffenden Klasse richten und die wichtigsten Warenarten nacheinander berücksichtigen.

Besser als ein oberflächliches Vielerlei ist jedenfalls eine beispielmässige gründlichere Behandlung weniger Arten. Das Ziel muss nicht nur ausreichende Vertrautheit mit den gerade besprochenen

Waren sein, sondern der Willensimpuls der Schülerinnen, in der angeregten Weise auch auf anderen verwandten Warengebieten selbständig weiter zu arbeiten.

Viel besser als die kleinen Schulen haben es in der Warenkunde natürlich die Großstadtschulen, die Brancheklassen bilden können. So hat Berlin z.B. für die junge Mädchen aus Textilgeschäften 6 verschiedene Möglichkeiten. Es gibt: Wäsche-, Konfektions-, Herrenartikel-, Korsett-, Kurzwaren- und Putzklassen. An dieser Einteilung ist auch deutlich zu erkennen, dass die *fertige* Ware Ausgangspunkt und Endziel der Besprechungen ist.

Ganz verschieden sind in den einzelnen Schulen die Ansichten darüber, ob und inwieweit in Brancheklassen neben der Hauptware auch andere Warenarten zu berücksichtigen sind. Wo es geschieht, wird es, wie schon eingangs erwähnt, mit der Möglichkeit des Stellenwechsels begründet.

Dass man in den bestehenden Arten von Verkäuferinnenschulen nur reine Warenkunde in möglichst leicht verständlicher Form, niemals aber Technologie geben kann, erscheint mir selbstverständlich. Für eine künftige höhere Einzelhandelsfachschule, etwa in der 3-jährigen Form der Wirtschafts-Oberschule aber wäre eine solche Vertiefung sicher nicht von der Hand zu weisen.

Ich habe kürzlich in der 4-jährigen Wiener Handelsakademie für Mädchen einer Warenkundestunde zugehört — Thema: Edelsteine —, die mir in der Beziehung zu denken gab. Nur mit der guten naturwissenschaftlichen und chemisch-technologischen Grundlage, die die jungen Mädchen mitbrachten, war ein so schnelles Erfassen, ein so flottes Mitgehen möglich, wie es die sehr erfreuliche Stunde zeigte. Ich glaube, sie hätte auch jedem Praktiker gefallen. Aber das ist für uns in Deutschland noch ferne Zukunftsmusik.

Ein ausgezeichnetes Hülfsmittel für den Unterricht in Warenkunde sind Besichtigungen von einschlägigen Fabriken und Geschäften, wie sie z.B. in der Bochumer Einzel-Handelsfachschule allmonatlich ganz systematisch veranstaltet werden. Bedingung für den Erfolg solcher Besichtigungen ist natürlich eine beschränkte Teilnehmerzahl.

Ich erwähnte schon, dass die in der Warenkunde erworbenen Kenntnisse sogleich auch zu Verkaufsübungen benutzt werden können. Beide Unterrichtsgebiede, Warenkunde und Verkaufskunde sind als gegenseitige Unterstützungsfächer immer in dieselbe Hand zu legen und ohne scharfe Abgrenzung zu behandeln. Die waren-

kundlichen Kenntnisse haben für die Verkäuferin nur Zweck, wenn sie sie auch beim Verkauf zu benutzen weiss. Umgekehrt ist eine noch so grosse Redegewandtheit, Menschenkenntnis, Liebenswürdigkeit usw. der Verkäuferin wertlos, wenn das, was sie über ihre Ware aussagt, Sachkenntnis vermissen lässt.

Was den Inhalt der verkaufskundlichen Unterweisungen ausmacht, der Verkaufsvorgang in allen seinen inneren und äusseren Phasen, mit allen seinen zu beachtenden Begleiterscheinungen, das ist seit einigen Jahren Gegenstand lebhafter Erörterungen und eingehender psychologischer Forschungen. Die preiswerte und gediegene Ware tut es heute nicht mehr allein; die grosse Konkurrenz der Jetztzeit bedingt geschickte, intensive Kundenwerbung und aufmerksamsten „Dienst am Kunden", wie wir den aus Amerika herübergenommenen Begriff des „service" verdeutschen.

Der Unterricht in der Verkaufskunde findet bei den Berufsschülerinnen immer das lebhafteste Interesse, und sie fördern zumeist soviele eigene Erlebnisse und Erfahrungen zutage, dass es manchmal straffer Führung bedarf, um die Stunde nicht in nur Plauderei ausarten zu lassen.

Was für die Warenkunde gilt, trifft auch für die Verkaufskunde zu: Sie schreit geradezu nach Arbeitsunterricht in Gestalt der schon erwähnten Verkaufshandlungen mit nachfolgender Kritik der Schülerinnen. Diese Verkaufsszenen sind zweifellos ein sehr wertvolles Lehrmittel, wenn sie ganz sorgfältig von der Lehrerin durchdacht und vorbereitet werden. Die vorzulegenden Waren müssen wirklich vorhanden sein und nicht nur in der Phantasie („stellen Sie sich vor, das wäre jetzt eine Vase"). Die Aussagen der Verkäuferin über ihre Waren müssen wirklich zutreffend sein, und die Schülerinnen müssen mit vollem Ernst und Eifer sich beteiligen; sonst besteht die Gefahr, dass die ganze Sache in Spielerei und Theater ausartet, und das bedeutet zum mindesten verlorene Zeit. Man sollte solche Uebungen vielleicht nicht zu oft machen: denn die Schülerinnen sollen nur daran lernen, sich selbst zu kontrollieren und zu kritisieren; *Uebungs*möglichkeiten haben sie ja genügend im Geschäft selbst.

Dass die vielfach in die Verkaufskunde eingefügten lebenskundlichen Belehrungen, die die Persönlichkeit der Verkäuferin, ihr Aeusseres, ihr Benehmen usw. betreffen, von höchster Wichtigkeit sind, erörterte ich schon bei der Erwähnung der Koedukation. In Bezug auf Takt bin ich nicht ganz so pessimistisch wie Dr. Eckardt, der den Takt für eine Eigenschaft hält, die nur angeboren sein und nicht er-

lernt werden kann. In gewissem Sinne und Masse ist meines Erachtens Takt, dieses sicherste Kennzeichen wahrer Bildung, doch wohl erlernbar, aber freilich weniger lehrbar. Ich berufe mich für diese meine Ansicht immer auf das Wort von Emil Frommel: „Wahre Bildung wird ja schliesslich nicht gelernt, sondern eingeatmet aus der Atmosphäre des Hauses". Das erscheint mir auch für unsere Schule als Ergänzung der Elternhauses Richtung gebend und verpflichtend.

Nach dem Gelsenkirchener Plan und dem von Dr. Rasch tritt neben der Warenkunde und Verkaufskunde noch ein drittes Fach selbständig mit 1 bis 2 Wochenstunden auf, das in anderen Plänen nur gelegentlich, in Verbindung mit Verkaufskunde, erscheint. Das ist die Geschmackskunde, ein viel umstrittenes Gebiet und meines Erachtens zwar nicht das wichtigste, aber das schwierigste Problem der Verkäuferinnenschule. Bei der Warenkunde haben wir es mit ganz klarem Tatsachenmaterial zu tun, und die Hauptschwierigkeit des Unterrichts liegt nur in der richtigen Auswahl aus der unübersehbaren Stoff-Fülle. In der Verkaufskunde arbeitet die Berufserziehung hauptsächlich mit dem psychologischen Verständnis der Schülerinnen und sucht dieses zu schulen. Dabei beweist manche Schülerin die Wahrheit des Wortes von Marie von Ebner- Eschenbach: „Das Verständnis geht oft viel weiter als der Verstand" (oft freilich auch viel weniger weit!). Die Zielsetzung der Verkaufskunde ist klar, und die Debatten gehen nur um die Behandlungsweise.

Wie aber steht es mit der Zielsetzung für die Geschmackskunde? In dem Gelsenkirchener Plan wird sie mit beachtenswerter Vorsicht gegeben: „In den Verkäuferinnenklassen muss die Geschmackskunde Unterrichtsgegenstand sein; denn der gewaltige Einfluss des Verkaufspersonals auf den Geschmack der Masse ist hinlänglich bekannt und wie oft diese Führung aus Unkenntnis der Grundsätze des guten Geschmacks zur Irreleitung wird, davon können täglich Belege gegeben werden. Hier hat die Verkäuferinnenschule eine Arbeit vor sich, die ohne weiteres als Kulturförderung anzusprechen ist." — Hier ist sicherlich mit Absicht das Wort von der Verkäuferin als Beraterin des Publikums vermieden worden, das so oft missverstanden wird.

Es soll Kenntnis der „Grundsätze des guten Geschmacks" vermittelt werden. Das kann sich meines Erachtens nur auf einige wenige Grundregeln beziehen, die sich mit dem Verstande erfassen lassen. Das sind die Regeln der sogenannten Zweckschönheit, die sich

auf die Zweckmässigkeit des Materials (Materialechtheit), der Materialbehandlung, der Form und, in wenigen geeigneten Fällen, auch auf Farbe und Schmuck beziehen.

Es wäre schon viel erreicht, wenn das Verständnis der Verkäuferin für solche reinen Zweckschönheitsfragen geweckt würde. Das würde sie wenigstens vor den gröbsten Fehlgriffen schützen; aber darf sie nun schon glauben, guten Geschmack zu haben? In dem für uns wichtigen Sinne ist „Geschmack die Urteilskraft des kultivierten Auges". [1]) In *diesem* Sinne die Verkäuferin zu schulen, ist weniger eine Sache der Belehrung als vielmehr der Erziehung, d.h. der Gewöhnung des Auges. Solche Gewöhnung aber kostet sehr viel Zeit, viel mehr, als in der Verkäuferinnenschule zur Verfügung steht. Auch fordert diese Aufgabe sehr viel gutes Anschauungsmaterial und ein geschmacklich gut eingerichtetes Klassenzimmer. Selbstverständlich verlangt der Unterricht auch eine geschmacklich sichere Lehrkraft. Ich komme darauf noch zurück.

Aber selbst da, wo alle diese Voraussetzungen vorhanden sind, wird man nur mit ganz allmählichen Erfolgen rechnen können. Wird die Geschmackskunde richtig betrieben, so wird sie die Verkäuferin in ihren geschmacklichen Werturteilen zurückhaltender und bescheidener machen. Andernfalls steigt ihr leicht ihre Rolle als „Beraterin des Publikums" zu Kopfe, und eine etwas zweifelnde Kundin bekommt dann die so beliebte überlegene Bemerkung zu hören: „Das *ist* aber hübsch!"

Im übrigen müssen wir der Verkäuferin immer zugute halten, dass sie nur unter den Waren *ihres* Lagers das verhältnismässig Beste für die Kunden aussuchen kann, und dass natürlich der Wunsch zu verkaufen, häufig der Vater falscher Geschmacksurteile ist.

In der Stoffauswahl und Behandlungsweise der Geschmackskunde weichen die einzelnen Lehrpläne oft weit von einander ab. Die einen befassen sich gar nicht damit; andere gehen vom Wandel des Geschmacks im Leben der Zeiten, also von Stil und Mode, aus; wieder andere knüpfen an das Plakat, an die Zierschrift, an die Werbelehre an. Im Anfang arbeitete man besonders gern mit sogenannten Gegenbeispielen, geschmacklosem Hausgerät aller Art, das für den gedachten Zweck oft viel zu krass und offensichtlich geschmacklos war, so dass es fast unnötig erschien, seine Unschönheit zu begründen. Bei diesen Besprechungen richtete man sich zum Teil nach dem

[1]) Willem van Vloten: Vom Geschmack. Delphin-Verlag München.

bekannten Buch von Pazaurek: „Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe". Das war verhältnismässig sicher und ganz bequem; denn an Gegenbeispielen ist unsere Zeit ja leider gar nicht arm.

Von diesem negativen Anschauungs- und Beweismaterial ist man aber mehr und mehr zu positivem übergegangen, da es sich ja gerade — wie oben erwähnt — um eine allmähliche Gewöhnung des Auges an das Schöne handeln soll. Da ist die Auswahl freilich schwieriger und der Kostenpunkt wesentlich höher. Kitsch erhält man leicht geschenkt, gute Sachen seltener.

Ob man nun aber diesen oder jenen Weg geht, um die Schülerinnen geschmacklich zu interressieren und zu fördern, — weit wesentlicher als alle Bestimmungen und Lehrpläne ist die Lehrerpersönlichkeit, die die toten Buchstaben lebendig und dadurch erst wirksam macht. Wer soll den geschmackbildenden Unterricht geben? In Dessau z.B. ist er einer Kunstgewerblerin anvertraut, der alle die zu behandelnden Fragen ohnehin tägliches Brot sind. In allen andern mir bekannten Fällen aber wird der geschmackbildende Unterricht von Handelslehrern und -lehrerinnen gegeben. In Preussen ist schon 1916 durch Ministerialerlass festgelegt worden, dass an den Berufs- und Fachschulen nur solche Lehrkräfte unterrichten dürfen, die die Lehrbefähigung als Handels- und Gewerbelehrer(innen) besitzen. Nun wäre meines Erachtens die Gewerbelehrerin, die ja an den kaufmännischen Schulen den Schneiderunterricht zu erteilen hat, wohl meistens geeigneter zur Behandlung geschmacklicher Fragen, als die Handelslehrerin; denn die Gewerbelehrerin ist in geschmacklicher Richtung auf ihre Eignung geprüft und weit gründlicher geschult worden. Aber als ich das vor einigen Jahren einmal vorschlug, erregte ich einen Sturm der Entrüstung, weil dann das Prinzip der Konzentration im Unterricht unterbrochen würde. Das ist ja freilich zuzugeben. Also bleibt dann nur die Möglichkeit, die betreffenden Handelslehrkräfte sehr sorgfältig für diesen Zweck auszusuchen und zu schulen. Man sagt freilich: „Wem Gott ein Amt gibt, dem gibt er auch Verstand!" Aber ob er ihm auch den nötigen Geschmack gibt?

Diese Erwägungen führen zu der Frage der Lehrerausbildung überhaupt, auf die ich zum Schluss noch kurz eingehen möchte.

Eingangs erwähnte ich bereits, dass das Handelslehrerinnenseminar der Victoria-Fachschule in Berlin elf Jahre lang Lehrerinnen für Verkäuferinnenschulen ausgebildet hatte. Im Herbst 1923 wurde die Arbeit aus Mangel an Mitteln aufgegeben. Die Handelshochschu-

len boten aber keinerlei Sonderausbildung der gedachten Art. So mussten die Handelslehrer und -lehrerinnen, die an Verkäuferinnenschulen Beschäftigung fanden, sich in alle die oben besprochenen Gebiete sehr mühsam einarbeiten und hatten andrerseits für vieles, was sie von der Hochschule mitbrachten, gar keine Verwendung.

Darum ist es zu begrüssen, dass die neuen Prüfungsbestimmungen für die preussischen Handelshochschulen (1924/25) auch die Arbeit an Verkäuferinnenschulen etwas berücksichtigen und damit eine besondere Ausbildung für sie anbahnen. Die Wahlfächer der Prüfung sind bekanntlich in drei Gruppen geteilt, von denen die dritte, die geographisch-technologische Gruppe für die künftigen Lehrkräfte an Verkäuferinnenschulen in Frage kommt. Es ist da freilich nur von chemischer und mechanischer Technologie die Rede und weder von eigentlicher Warenkunde, noch von Verkaufskunde, Verkaufspsychologie oder gar Geschmackskunde.

Was die einzelnen Hochschulen in ihren Vorlesungen und Uebungen in Chemie un Physik bieten, ist vielfach noch zu wenig geeignet für die künftigen Verkaufslehrkräfte. Es fehlt auch an genügend ausgebauten technologischen Instituten und zweckentsprechenden Warensammlungen. Eine Ausnahme macht in dieser Beziehung die Mannheimer Handelshochschule, die bekanntlich mit ihren technologischen und warenkundlichen Einrichtungen allen andern weit voraus ist. Ihr am nächsten kommt, soweit ich unterrichtet bin, die Königsberger Handelshochschule. In Köln ist 1928 ein der Universität angegliedertes betriebswirtschaftliches Institut für Einzelhandelsforschung gegründet worden, das voraussichtlich einen erheblichen Fortschritt auch in der Richtung der Sonderausbildung für Verkäuferinnenschulen bedeuten wird. In Frankfurt am Main und Berlin wird die Verkaufskunde im Rahmen der praktisch-pädagogischen Uebungen berücksichtigt, aber aus Zeitmangel noch viel zu wenig. Wenn ich nun noch erwähne, dass hier und da Vorlesungen über Spinnerei und Weberei, über Raumkunst und verwandte Themen gehalten werden, so ist damit umrissen, wie weit die Handelshochschulen heute die Verkäuferinnenschule berücksichtigen; aber es ist hinzuzufügen, dass der notwendige weitere Ausbau wohl vor der Türe steht. Wie sehr er Gegenstand des Interesses ist, davon zeugen zahlreiche Fachversammlungen und Aufsätze in Fachzeitschriften.

Es wird einerseits gefordert, hauptamtliche Dozenturen für Warenkunde und für angewandte Psychologie zu errichten. [1]) Andrer-

[1]) Prof. Dr. Viktor Pöschl: Verkaufsschule und Verkaufslehre, Berlin 1929.

seits wird vorgeschlagen, neben den Chemikern, Physikern, Botanikern usw. auch Autoritäten aus der industriellen und kaufmännischen Praxis für einzelne Warengebiete und für Verkaufskunde heranzuziehen.

Es wird die Schaffung von technologischen Instituten und von reichhaltigen, zweckentsprechenden Warensammlungen erörtert. Es werden warenkundliche und verkaufskundliche Seminare gefordert, ferner Vorlesungen und Uebungen auf dem Gebiete der Geschmackserziehung.

Wenn aber so der hochschulmässigen Ausbildung ein erhebliches Mehr hinzugefügt werden soll, so muss meines Erachtens andrerseits auch an eine Verminderung der Anforderungen auf anderen Gebieten gedacht werden, wenn nicht Zersplitterung und Ueberlastung die Folge sein soll. Es kämen für solche Verminderung hauptsächlich einzelne Gebiete der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, sowie der Geographie in Betracht. Wir leben zwar, was Berufsausbildungsfragen angeht, in einem Zeitalter des Immermehr-hinzufügens und wehren uns gegen alles Abstreichen. Aber es kann auch des Guten zu viel werden.

Eine wesentliche Hilfe für die Lehramtskandidaten würde es sein, wenn man ihnen dazu verhelfen könnte, dass sie das geforderte ein- bis dreijährige Praktikum richtig einteilten und verwendeten. Heute sprechen die Bestimmungen nur von der Zeit und fast gar nicht von der Art des kaufmännischen Praktikums. Es müsste für die künftigen Verkaufslehrkräfte eine, wenn auch zeitlich eingeschränkte Lehrzeit in einem Einzelhandelsbetrieb mit praktischer Verkaufstätigkeit gefordert werden. Bei längerer Dauer des Praktikums wird auch die zeitweise Tätigkeit im Kontor und Verkaufsbüro einer Fabrik, die Waren des Einzelhandels herstellt, empfohlen (z.B. Textilfabrik Porzellanmanufaktur oder dergl.).

Sehr notwendig ist es übrigens, dass auch die bereits im Amt stehenden Verkaufslehrkräfte möglichst in enger Verbindung mit dem Einzelhandel bleiben. Das ist für die öffentlichen Schulen natürlich schwerer einzurichten, als für die sogenannten Hausschulen, ist für die ersteren aber ganz besonders wichtig. Hausschulen sind nur für ganz grosse Firmen möglich. Umsomehr müssen die kleineren Firmen und diejenigen grossen, die die öffentlichen Verkäuferinnenschulen vorziehen, sich bereit finden lassen, ein zeitweises Mitarbeiten der Lehrkräfte zu ermöglichen. Das geschieht erfreulicherweise auch in zunehmendem Masse. Es mehren sich auch die Fälle, in denen die städ-

tischen Schulverwaltungen Praxisurlaub mit voller Gehaltszahlung bewilligen. Auch werden hier und da schon staatliche Mittel dafür ausgeworfen.

Wenn ich übrigens der Kürze halber von Verkaufslehrkräften spreche, so möchte ich mich damit doch nicht dem Vorschlag von Prof. Pöschl anschliessen, der den besondern Titel „Diplomverkaufslehrer" fordert. Auch beim Studienrat und Diplomingenieur kommt die Richtung der Ausbildung nicht im Titel zum Ausdruck.

Wie schon eingangs erwähnt wurde, beschäftigt der Einzelhandel seit einigen Jahren vielfach sogenannte Instruktorinnen, deren Aufgabe die Berufsweiterbildung des Verkaufspersonals ist. Die Anregung dazu kam, wie bereits erwähnt, aus Amerika, über dessen diesbezügliche Einrichtungen dem Kongress ja von anderer Seite berichtet wird.

In Amerika liegen die Verhältnisse insofern anders, als man dort eine praktische Lehrzeit wie bei uns nicht kennt. Dementsprechend muss sich auch bei uns die Arbeit der Instruktorinnen anders als in Amerika gestalten. Einen eingehenden Bericht über diese Arbeit wie über ihre gesamte Verkäuferinnenschulung gibt die Firma Leonhard Tietz A. G. in der Zeitschrift für Waren- und Kaufhäuser (2. Juni 1929). Sie veröffentlicht dort auch ihren Lehrplan, aus dem hervorgeht, dass es sich in den Besprechungen hauptsächlich um Verkaufskunde und Fragen der Organisation handelt. Für die warenkundlichen Belehrungen kommen dagegen besonders die Abteilungsleiter in Betracht, die häufig Fachvorträge halten und die Arbeit der Instruktorinnen ergänzen müssen. Letztere werden für ihre Tätigkeit in durchschnittlich achtmonatlichen Kursen von der Firma selbst ausgebildet. Auch das Warenhaus Karstadt hat in seinem neuen Bau in Berlin-Neucölln ein Seminar für Instruktorinnen errichtet. Es ist verständlich, dass vom Einzelhandel aus der Vorschlag gemacht wurde, auch die Lehrkräfte der öffentlichen Verkäuferinnenschulen in diesen Seminaren vorzubilden oder den Diplomhandelslehrern dort eine Zusatzausbildung zu geben und sie erst dann zum Unterricht an Verkäuferinnenschulen zuzulassen. Dem wird entgegengehalten, dass eine Ausbildung nur in solchen reinen Praxisseminaren nicht genügen und auch sozusagen Lehrkräfte zweiter Klasse schaffen würde. Auch eine mit der Berechtigungsfrage verknüpfte Zusatzausbildung dieser Art kann, wie die Dinge heute liegen, nicht in Frage kommen.

Damit aber soll nicht bestritten werden, dass es für bereits in der

Arbeit stehende Lehrkräfte zweifellos sehr lehrreich sein würde, gelegentlich an solchen Kursen teilnehmen zu dürfen. Umgekehrt würden auch die Instruktorinnen von einem engeren Zusammenhange mit der öffentlichen Verkäuferinnenschule sicherlich Nutzen haben können, denn beiderzeits wird ja der gleiche Zweck verfolgt: die Verkäuferinnen so zu ertüchtigen, dass ihre *Erwerbs*tätigkeit immer mehr zum innerlich erfassten *Berufe* wird. Das erstreben alle beteiligten Kreise, nicht nur um der Verkäuferin und ihrer innern Befriedigung willen, nicht nur zum besten der einzelnen Firma, sondern im Interesse des gesamten Einzelhandels, im Interesse auch der Hebung des gesamten Verkäuferinnenberufes.

Der sittliche Wert eines jeden Berufes liegt in dem Masse seiner Hilfeleistung für andere — seien es Einzelne, sei es eine Gesamtheit. Je mehr die Verkäuferin in den Stand gesetzt wird, in ihrem Berufsbereich bewusst sachgemässe, zweckentsprechende Hilfe zu leisten, desto mehr wird ihre Arbeit nicht nur Dienst am einzelnen Kunden sein, sondern auch Dienst am Gemeinwohl, am Vaterlande.