

chem Mitarbeiter so. Wir haben unsere politisch-ideologische Arbeit verstärkt darauf gerichtet, unsere Verkäuferinnen zu einem richtigen Verhältnis zu unseren Kunden zu erziehen. Wir haben weiterhin unsere Namen an unsere Berufskleidung geheftet und sind damit aus der Anonymität herausgetreten. Der Kunde weiß nun, von wem er bedient wird. Das spornt uns unheimlich an, weil jetzt jeder mit seinem Namen hinter seiner Leistung steht. Heute ist es so, daß ein Kunde nicht mehr in der Kaufhalle „basar“ gut oder schlecht, sondern von der Kollegin Schmidt oder Schulz gut oder schlecht bedient wird. Das spornt uns an, und von den Kunden werden wir jetzt oft mit unserem Namen angesprochen.

Damit ist bewiesen, daß, wenn auch täglich 6000 bis 7000 und in Spitzenzeiten 12 000 bis 13 000 Kunden an einem Tag unsere Kaufhalle besuchen, es Möglichkeiten gibt, das Vertrauensverhältnis zwischen Kunden und Verkäufer herzustellen.

Wir ermitteln auf der Grundlage konkreter Aufgabenstellungen die beste Kassiererin, die beste Verkäuferin wie auch die beste Kollegin der Verkaufsvorbereitung der Woche. Diese unsere Besten stellen wir der Öffentlichkeit vor. Es versteht sich von selbst, daß wir in unseren Brigadebesprechungen die Methoden der Besten beraten und in Form von Schulungen am Arbeitsplatz recht schnell zu verallgemeinern versuchen. Auf die wöchentliche Auszeichnung als beste Verkäuferin oder Kassiererin sind unsere Mitarbeiter sehr stolz, und alle wetteifern darum, diese Auszeichnung zu erhalten.

Wir haben weiterhin nach Reserven gesucht, um durch sozialistische Rationalisierung im Interesse unserer Kunden das Warenangebot erweitern zu können. Auf der zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche war das nicht mehr möglich. Obwohl wir bereits ein günstiges Verhältnis zwischen Verkaufs- und Lagerfläche hatten, machte uns das nicht selbstzufrieden. Wir berieten mit unseren Kooperationspartnern und entwickelten ein neues Bestell- und Liefersystem. Durch mehrmalige tägliche bzw. wöchentliche Anlieferung konnten wir unsere Lagerbestände bis auf einen Sicherheitsbestand reduzieren. Dadurch waren wir in der Lage, unsere Verkaufsfläche um 200 Quadratmeter zu vergrößern und natürlich das Verkaufsniveau zu verbessern. Zu Ehren unseres Parteitages wurde heute unseren Kunden diese vergrößerte Verkaufsfläche übergeben. (Beifall.)

Weil wir bei der Lösung dieser Aufgabe konsequent den Weg der sozialistischen Rationalisierung beschritten, betrug der Kostenaufwand nur 20 000 Mark. Ein Neubau dagegen hätte uns 650 000 Mark gekostet.