

Hausuhren vor den Wänden. Den Mittelpunkt des Standes, der einheitlich über die ganze Ausstellung mit braunen Kokosläufnern belegt sein wird, werden vier große Glasvitrinen von 2,50 m Länge, 80 cm Breite und 60 cm Höhe bilden, auf wuchtigen Sockeln ruhend, die in der Farbe der Wand bespannt sind. In ihnen finden die meisten Uhren, also jede Art Tischuhren, Schreibtischuhren, Reiseuhren, Wecker, Stuhuhren, Armband- und Taschenuhren, Aufstellung. Ruhige, schlichte Vornehmheit wird dieser Stand ausstrahlen und schon durch seine Aufmachung dem Beschauer ein Gefühl der hervorragenden Qualität der hier ausgestellten Erzeugnisse vermitteln. Die Schönheit und die Mannigfaltigkeit dieser Uhren werden sicher mit großem Erfolg ihre werbende Kraft auf die erwarteten Besuchermassen ausstrahlen lassen und manchen zur Anschaffung einer Uhr bewegen.

In der Halle II befindet sich auch der ebenfalls 100 qm große Stand, auf dem der Reichsverband der Deutschen Armbanduhr-Industrie in Verbindung mit der Edelmetall- und Schmuckwaren-Industrie seine Erzeugnisse fast durchweg in eingebauten und verdeckt beleuchteten Vitrinen zeigen wird. Der Stand des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher in der Halle des Handwerks soll nach den bis jetzt vorliegenden Plänen in Form eines Überblickes die geschichtliche Entwicklung der Zeitmessung vom Altertum bis zur heutigen Zeit veranschaulichen, was sicher für die breite Masse der Besucher von ganz außerordentlichem Interesse sein wird. Auch der Werdegang einer neuzeitlichen Uhr vom Rohstoff bis zum fertigen Werk, die Werkstattarbeit des Uhrmachers, die wirtschaftlichen Aufgaben des Uhrmachers und die vielfältigen Verwendungszwecke der verschiedensten Arten von Uhren werden nicht weniger die Aufmerksamkeit der Besucher erregen. Es versteht sich, daß auch reizvolle Uhren als Spitzenleistung der heutigen Uhrentechnik dargeboten werden.

Wie man sieht, ist das Uhrengewerbe auf dieser großartigen Leistungsschau gerade dadurch, daß Uhren der verschiedensten Art und unter den verschiedensten Gesichtspunkten an drei verschiedenen Stellen gezeigt werden, eindrucksvoll vertreten. Diese zahlreiche Beteiligung wird auch bestimmt ihre Erfolge zeitigen. Mag es auch Leute geben, die den Wert der Beteiligung an derartigen Ausstellungen gering einschätzen: Fest steht es aber doch, daß immer nur das gekauft wird, was man dem Publikum möglichst eindringlich und geschmackvoll zeigt und nahebringt. Und wenn die Automobil-Ausstellung von über 400 000 Menschen innerhalb zwölf Tagen besucht worden ist, dann wird die bevorstehende umfassende Ausstellung „Deutsches Volk — Deutsche Arbeit“ in einer Zeit von sechs Wochen gewiß noch viel mehr Menschen in ihren Bann ziehen. Und Auswirkungen bleiben, wenn eine so große Zahl von Menschen im Rahmen dieser Ausstellung, deren werbende Gesichtspunkte ungleich größer sind als auf irgend einer anderen Ausstellung, nicht aus, wenn auch der endgültige Erfolg zahlenmäßig nicht erfaßt werden kann. Man muß erwarten, daß eine große Zahl von Menschen angeregt wird, Uhren zu kaufen, daß mindestens auch ein großer Teil von ihnen diese Anregung in die Tat umsetzt und Uhren kauft. Natürlich kann die Uhrmacherschaft in ihrer Gesamtheit wie auch der einzelne Uhrmacher einiges dazu tun, um

den möglichen Erfolg zu verstärken. Er kann z. B. eine Anzahl Qualitätsuhren in einer Sonderausstellung in seinem Schaufenster vereinigen und durch Plakate darauf hinweisen, daß moderne Erzeugnisse dieser Art auf der großen Leistungsschau vertreten sind.

Einmal wirbt ein Uhrenangebot unter dem besonderen Gesichtswinkel dieser Ausstellung für die gezeigten Uhren kräftiger als sonst, und es erregt stärker die Aufmerksamkeit der Passanten als zu irgend einer anderen Zeit. Dann aber wird auch in den Augen des Publikums der Eindruck, daß es sich um ein gutes, gediegenes Geschäft handelt, vertieft, wenn es solche Uhren, wie sie auf der Leistungsschau „Deutsches Volk — Deutsche Arbeit“ vertreten sind, zeigt. Man verpflanzt in diesem Falle gewissermaßen einen Ausschnitt dieser Leistungsschau in sein Schaufenster, unabhängig davon, wo man wohnt. Und ein Teil des Glanzes, den diese Ausstellung über ganz Deutschland ausstrahlen wird, schimmert dann von dem Schaufenster der betreffenden Geschäfte zurück. Möglich ist es aber auch, daß der Uhrmacher von der Beteiligung des Uhrmacher-Handwerks in der Halle des Handwerks ausgeht, obgleich das schon etwas schwieriger zu bewerkstelligen ist.

Der Uhrmacher braucht sich ferner nicht auf die Auswertung seines Schaufensters zu beschränken; er kann auch in Form von Prospekten, vielleicht in Verbindung mit einem werbenden Briefe, an das Publikum in seiner näheren Umgebung herantreten, ebenfalls unter Hinweis auf die auf der Ausstellung selbst gezeigten Uhren. Im einzelnen gibt es verschiedene Wege, die begangen werden können. Notwendig wird aber immer der Hinweis auf die gleichzeitige Schaustellung von Uhren auf der Leistungsschau „Deutsches Volk — Deutsche Arbeit“ sein. Das Angebot muß immer so gehalten sein, sei es im Prospekt, im Werbebrief oder im Schaufenster, daß es dem Empfänger bzw. dem Beschauer einen Ausschnitt aus der Uhrenschaue nahebringt.

So anders als der Charakter dieser Ausstellung ist, so ganz anders muß auch die Beteiligung der Aussteller des Uhrengewerbes gewertet werden. Keine Firmenaufschrift an den Ständen wird den Beschauern die Firmen verraten, die hier in einer Uhrenschaue eine lange Reihe der verschiedensten und schönsten Uhren zeigen. Dieser Verzicht auf die werbende Kraft des Firmennamens, ganz besonders wenn es große und bekannte Firmennamen sind, auf dieser Ausstellung ist nichts anderes als ein Dienst am Volke im weiteren Sinne und Dienst an dem Gesamtinteresse unseres Faches im engeren Sinne, ohne Rücksicht auf die erheblichen Kosten, die an Ausstellungs-miete sowie für den Aufbau und die Ausstattung der großen Stände aufgewendet werden müssen.

Der hohe Rang der deutschen Uhrenqualität soll gezeigt, ihr Ruf gefördert werden. Ihre werbende Kraft soll aber auch in der Richtung verstärkten Verbrauches in die Besuchermassen dieser großen Ausstellung hineingetragen werden. Es ist erfreulich, daß unsere größten Uhrenfabriken wie auch eine Reihe Pforzheimer Firmen und der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher ihre Kräfte in den Dienst der Gesamtinteressen des Faches stellen werden, und es ist zu wünschen, daß ihnen und dem ganzen Gewerbe ein großer und nachhaltiger Erfolg dieser Bemühungen beschieden sein werde.

## Das „Abhorchen“ der Uhr mit modernen Lautverstärkern

Der Altmeister der praktischen Uhrmacherei, Wilhelm Schultz, hatte, wie aus seinem berühmten Buch „Der Uhrmacher am Werkstisch“ hervorgeht, eine außerordentlich starke Abneigung gegen das Abhorchen der Uhren. Die Gründe dafür sind zweierlei Natur: Einmal war Schultz selbst durch langjährige Schwerhörigkeit persönlich nicht in der Lage, allzu große Feinheiten von Geräuschen zu unterscheiden; auf der anderen Seite hatte er sich durch lang-

jährige Beobachtungen davon überzeugt, daß es objektiv auch Kollegen mit sehr gutem Hörvermögen durch Abhorchen nicht möglich ist, einzelne Fehler genau festzustellen, so daß nach seiner Ansicht, die wohl nach wie vor berechtigt ist, der Reparateur durch das Abhorchen allzu leicht dazu verleitet wird, die einzelnen Fehler nicht genügend mit dem Auge und der Lupe zu suchen.

In den letzten Jahren hat nun bekanntlich die Elektro-