

Sprechsaal^{*)}

Warum klopft es in Anker-Armbanduhren?

An reparierten Anker-Armbanduhren, fast ausnahmslos $8\frac{3}{4}''''$ und kleinere Werke, die mitunter Kunden nach mehr oder weniger langer Zeit wegen stärkeren Nachbleibens zurückbrachten, habe ich folgende Feststellung machen können: Die Schwingungen der Unruh waren matt, und ich konnte nach eingehendem Abhören ein regelmäßiges Klopfen wahrnehmen. Stets habe ich dieses Klopfen nur bei derjenigen Schwingung der Unruh festgestellt, die mit dem Ankerraddurchgang an der Ausgangsklaue des Ankers zusammenfällt. Unzweifelhaft steht fest, daß die Fehlerquelle hier vorerst die Ölbeschaffenheit ist; denn nach dem Herausnehmen des Ankers nebst Brücke, deren Reinigung und erneutem Ölen machte die Unruh stets lebhaftere Schwingungen, und die Uhr regulierte gut wie unmittelbar nach der Reparatur. Weil nun Öl

in so geringen Mengen eine farblose Flüssigkeit ist, habe ich auch selbst mit starken Lupen nie feststellen können, ob Ölsuren die Gabel an den Begrenzungsstiften halten können. Erstens scheint es mir unmöglich zu sein, daß dort Öl hinkommt, zweitens könnte die Unruh in der anderen Drehrichtung ebensogut klopfen, und drittens kann meines Erachtens bei in Ordnung befindlicher Hemmung der Eintritt des Hebelsteins in den Gabeleinschnitt selbst dann kein Klopfen erzeugen, wenn die Gabel infolge einer nicht sichtbaren Verölung am Begrenzungsstift leicht klebt. Klopfgeräusche habe ich bisher nur bei bestimmten schweizerischen Uhrenmarken feststellen können. Sollte es sich vielleicht doch nicht um die Ölfrage, sondern um andere Fehler oder gar um Mängel handeln, die in der Konstruktion begründet sind? Äußerungen von Kollegen, die in dieser Frage schon Erfahrungen gesammelt haben, würden vielleicht allgemein interessieren.

W. S.

*) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.

Vermischtes

Welche Organisationsbeiträge muß das Handwerk aufbringen?

Beschäftigung, Zahl, Umsatz und Einkommen der Handwerker

In dem „Jahrbuch des Handwerks 1935“, das der Reichsstand des Deutschen Handwerks vor kurzem der Öffentlichkeit übergeben hat, werden auch interessante Angaben über den nach der Neugestaltung der Handwerksorganisation durch Beitragsumlage aufzubringenden und zu deckenden Eigenbedarf gemacht. Die Gesamtzahl der Betriebe beläuft sich auf 1 600 000 (aufgerundet). Der Haushaltsbedarf der Reichsgruppe Handwerk beträgt 210 000 RM, der 50 Reichsinnungsverbände (Fachgruppen, Bezirksstellen) 7 300 000 RM, der 16 000 Innungen 16 200 000 RM, der 61 Handwerkskammern (mit Einschluß des Haushaltsbedarfs des Deutschen Handwerks- und Gewerbekammertages sowie der 14 Landeshandwerksmeister) 8 600 000 RM, der 750 Kreishandwerkerschaften 6 750 000 RM. Insgesamt hat somit das Handwerk 39,06 Mill. RM aufzubringen. Die von der Gesamtheit der Handwerksorganisation durch Beiträge aufzubringenden jährlichen Kosten wurden vor der Neuordnung der Verhältnisse auf 60 Mill. RM geschätzt. Unter Zugrundelegung einer Mitgliederzahl von nur 1 400 000 hat jeder Handwerker jetzt durchschnittlich 26,82 RM im Jahre oder 2,23 RM im Monat aufzubringen. Von dem Jahresbeitrag entfallen auf die Reichsgruppe Handwerk 0,15 RM, auf die Reichsinnungsverbände und deren Bezirksstellen 5,10 RM, auf die Innungen 11 RM, auf die Handwerkskammern 5,90 RM und auf die Kreishandwerkerschaften 5,67 RM.

Nach den in dem Jahrbuche gemachten Angaben hat die Zahl der Arbeitslosen in der Zeit von 1933 bis 1935 im Uhrmacherhandwerk um 68,6 % abgenommen, im Gold- und Silberschmiede-, Gold-, Silber- und Aluminiumschlägerhandwerk um 56,1 %. In den Jahren von 1928 bis 1931 ist die Zahl der Handwerksbetriebe um rund 50 000, von 1931 bis 1934 (nach Abzug der Abgänge) jedoch um 148 000 gestiegen; 1934 betrug die Zahl der selbständigen Betriebsinhaber 1 542 000, die der Gesellen und ungelerten Arbeiter rund 1 500 000, der Lehrlinge rund 500 000, der Angestellten 100 000 und der mithelfenden Familienangehörigen etwa 250 000; Gesamtzahl: 3 892 000. Aus den Zahlen des Jahres 1934 läßt sich entnehmen, daß nach jedem Stande unter Einziehung der Familienangehörigen etwa 8 Millionen Menschen, d. h. rund ein Achtel unseres Volkes, aus den Erträgen der Handwerksarbeit leben. Der Durchschnittsumsatz des Handwerks, der in normalen Zeiten etwa 22 Milliarden RM betrug, sank in den Krisenjahren auf 9 bis 10 Milliarden RM, um dann 1935 wieder auf 14 bis 15 Milliarden RM zu steigen. Das Einkommen des Handwerks hat sich von etwa 4 Milliarden RM im Jahre 1928 auf 1,3 Milliarden RM im Jahre 1932 gesenkt und wurde für 1935 nur auf etwa 1,8 Milliarden RM geschätzt. Von den rund 1,3 Millionen Handwerksbetrieben, die im Jahre 1926 vorhanden waren, hatten 50 % ein jährliches Einkommen von etwa 1500 RM, 35 % ein solches zwischen 1500 und 3000 RM und nur der Rest höhere Erträge. Im Jahre 1935 ist noch keine Verbesserung in der Lage eingetreten. Betont wird jedoch, daß die Betriebe des Handwerks eine hohe „Krisenfestigkeit“ gezeigt haben, die u. a. in der Aufrechterhaltung der Werkstätten auch unter wirtschaftlichen Opfern zum Ausdruck kommt.

Kleine Winke für die Werbung der Uhrmacher

Eine Uhren-Bühne wird gebaut. Das ist leichter, als es nach der hier beigegebenen Skizze zu sein scheint. Acht oder mehr Wecker werden auf zwei Stockwerke gestellt, die man aus Brettern zusammenbauen und mit Stoff beziehen kann. Davor kommt das Schild mit dem viereckigen Ausschnitt. Die Personen können aus andersfarbiger Pappe ausgeschnitten und dann auf das Schild geklebt werden. Sie wirken dadurch plastischer.



Zeichn. H. Thamm

Entwurf einer Uhren-Bühne im Schaufenster

Übrigens ist die Zeichnung des Mannes und der Frau mit wenigen Strichen hergestellt. Der Text läßt sich aus den fertig erhältlichen Buchstaben zusammensetzen. Wenn die Wecker-Ausstellungsbühne noch natürlicher wirken soll, so können an den beiden Querseiten kleine Stoffvorhänge, ähnlich wie bei den großen Bühnen, angesteckt werden. Man kann später statt der Wecker auch Stuhuhren, Reisewecker usw. auf der „Bühne“ zeigen. Otto oder seine Frau bekommen dann einen anderen Text in den Mund gelegt. Wer also Lust hat, kann sich jetzt in einer Arbeitspause als Bühnenbauer betätigen. Der „Beifall“ für die aufgetretenen Künstler soll in Ihre Ladenkasse rollen, Herr Kollege! Je besser die Leistung, desto stärker der Beifall. Handeln Sie danach!

Das Schaufenster allein tut's nicht! An Ihrem Geschäft kommt nur ein Teil der Kunden und der Personen, die Kunden werden sollen, vorbei. Anzeigen und Werbeflyer müssen Ihre Schaufenster-Werbung unterstützen. Die Anzeigen sollen neue Käufer