

### Leichtmetallegerierungen

Leichtmetalle vermochten sich in der Taschen- und Armbanduhrenindustrie noch keinen Eingang zu verschaffen. Es ist dies verständlich, wenn man bedenkt, daß ihr Hauptvorteil, das geringe Gewicht, bei den Taschen- und Armbanduhren nicht von Bedeutung ist.

### Kunstharz

Eine weitere Gruppe neuer Werkstoffe sind die auf Kunstharz basierenden Preßstoffe. Ihre hauptsächlichsten Vertreter sind die Phenoplaste und die Aminoplaste. Zu diesen Werkstoffen dürfen wir auch das Plexiglas zählen, trotzdem es einer anderen Stoffkategorie zuzuteilen ist. Letzteres ist eigentlich der einzige Werkstoff dieser Sorte, der sich dank seiner vorzüglichen Eigenschaften bei Uhren mit Erfolg eingeführt hat. Die übrigen Kunstharze sind bis heute für die Kleinuhren kaum von Bedeutung.

Plexiglas hat folgende Eigenschaften: Es ist wasserklar, farblos und bei Normaltemperaturen ziemlich hart. Ferner ist es geruchlos, hat eine ziemlich große mechanische Festigkeit, ist ziemlich elastisch und dadurch weitgehend bruch-sicher. Plexiglas ist im Warmzustand leicht verformbar und

kann zu beliebigen Formen gepreßt werden. Es läßt sich leicht verarbeiten. Dank aller dieser Vorzüge findet es folgende Verwendung: Als Uhrglas, als Dichtungsmaterial bei wasserdichten Uhren, als Gehäuse oder Gehäusebestandteil.

Die unzerbrechlichen Gläser aus Zelluloid haben deshalb an Bedeutung verloren, weil sie weniger hart sind als Plexiglas. Die Erfahrung mit dichten Uhren hat gezeigt, daß der Dampf, den die Gläser auf Zelluloidbasis immer abgeben, das Öl angreift und verdickt.

Abschließend möchte ich vor der Auffassung warnen, die Berylliumlegierungen könnten in der Uhr für alles gebraucht werden. Ihre Anwendung ist nur dort von Wert, wo eine Qualitätsverbesserung oder eine verbesserte Konstruktion erzielt werden kann.

Ich möchte Sie bitten, dem Techniker und Konstrukteur, der die Uhr mit Hilfe der Bestandteile aus berylliumhaltigen Werkstoffen verbessern will, dadurch zu helfen, daß Sie seine Vorschläge wohlwollend und verständnisvoll entgegennehmen, die Uhren mit den neuen Werkstoffen im Gebrauch überwachen und Ihre Feststellungen mitteilen. Der Fabrikant wird Ihnen dankbar sein, und Sie werden die Genugtuung haben, an der Qualitätsverbesserung der Uhr aktiv mitzuwirken.

## Sommerwerbung für das Reparaturgeschäft

Erfreulicherweise ist das Reparaturgeschäft bei sehr vielen Uhrmachern auch jetzt, nachdem schon vor Wochen im Verkaufsgeschäft die sommerliche Stille eingetreten ist, immer noch lebhaft, und voraussichtlich wird dies auch in den nächsten Monaten so bleiben. Wenn auf diesem Gebiete Sorgen bestehen, so nur die: „Wer führt die anfallenden Reparaturen rechtzeitig aus? Werde ich auch die Gehilfen bekommen, die ich dringend nötig habe?“

Wer sich in dieser Lage befindet, die wir trotz aller Schwierigkeiten eine glückliche nennen können, braucht sich natürlich den Kopf über die Reparaturwerbung nicht zu zerbrechen. Aber es geht längst nicht allen Uhrmachern so gut, vor allem nicht in ländlichen Gegenden, und diese Fachgenossen sollten sich gerade jetzt darum bemühen, Reparaturen in ausreichender Zahl zu bekommen. Die Methoden müssen natürlich je nach Lage des Einzelfalles verschieden sein. Vielfach können sich tüchtige, aber wenig beschäftigte Fachgenossen in kleinen Orten dadurch helfen, daß sie für Fachgeschäfte in einer benachbarten größeren Stadt, die unter Gehilfenmangel leiden, Reparaturen ausführen.

Die Uhrmacher, die auf die Reparaturwerbung angewiesen sind, sollten, soweit sie sich an solche Personen wenden, die im Sommer eine Urlaubsreise unternehmen, hauptsächlich zwei Werbegedanken ins Treffen führen:

„1. Auf der Reise gebrauchen Sie und Ihre Angehörigen, einerlei wohin Sie fahren, eine zuverlässige Uhr. In erster Linie kommt eine Armbanduhr in Betracht, auch für die Männer, da sie bei warmem Wetter meist ohne Weste ausgehen. Notwendig ist ferner auf der Reise ein kleiner Wecker oder eine besondere Reiseuhr, um nicht morgens und auch tagsüber (wenn Sie dann ein Schläfchen tun oder an irgend etwas erinnert sein wollen) ständig auf fremde Personen angewiesen zu sein oder Gefahr zu laufen, zu allen möglichen Gelegenheiten zu spät zu kommen. Können Sie sich bestimmt auf Ihre Uhren verlassen? Wenn nicht, dann bringen Sie sie mir; ich bringe sie schnellstens wieder in Ordnung. Sie sollten mir die Uhren auch nicht nur dann anvertrauen, wenn sie stehengeblieben sind oder erhebliche Gangfehler zeigen. Jede Uhr sollte in gewissen Zeiträumen einmal überholt werden. Wenn Ihre Armbanduhr z. B. vor zwei oder drei Jahren zum letztenmal beim Uhrmacher war, so sollten Sie sie jetzt überholen lassen, um nicht Gefahr zu laufen, daß sie gerade dann plötzlich stehenbleibt, wenn Ihnen dies recht unangenehm ist.

2. Wie ist es um Ihre Zimmeruhren bestellt, die Sie nicht mit auf die Reise nehmen? Ich empfehle Ihnen, sie mir zur Re-

paratur zu geben, soweit sie überholungsbedürftig sind. Ich bin mit Vergnügen dazu bereit, sie beim Beginn Ihrer Urlaubsreise abzuholen und nach der Rückkehr sofort zurückzubringen. Dann werden Sie durch das Fehlen Ihrer Uhren überhaupt nicht gestört. Sie brauchen nur bei mir anzurufen oder mir eine Postkarte zu schreiben; dann hole ich die Uhren zur gewünschten Zeit ab, selbstverständlich auch die Taschen- und Armbanduhren, die Sie mir zur Reparatur geben wollen.“

Von diesen Werbegedanken können die Uhrmacher bei den verschiedensten Gelegenheiten Gebrauch machen, vor allem dann, wenn die Kunden den Laden betreten. Oft wird es dann auch möglich sein, neue Uhren, z. B. besonders widerstandsfähige gegen Stöße und Eindringen von Wasser gesicherte Armbanduhren zu verkaufen. Hausbesuche ohne irgendwelche bestimmte Anhaltspunkte sind freilich nicht zu empfehlen, und die Aufgabe von Zeitungsanzeigen wird nur in seltenen Fällen in Betracht kommen. Eine Kundenkartei kann gute Dienste leisten, jedoch nur dann, wenn sie immer sorgfältig geführt wird und vor allem Angaben über den Familienstand, den Uhrenbesitz und möglichst auch über die Urlaubsgewohnheiten enthält.

Will der Uhrmacher neue Kunden gewinnen, also Personen, mit denen er bislang noch nicht in Verbindung gestanden hat, so wird er an eine Prospekt- und Briefwerbung denken müssen. Bei der Unmasse von Werbematerial, das täglich durch die Briefkästen, ohne groß beachtet zu werden, in die Papierkörbe wandert, haben nur diejenigen Werbeschriften Aussicht Beachtung zu finden, welche die Aufmerksamkeit der Empfänger durch irgendeine nette Besonderheit erregen. Natürlich kann man sich mit Werbebriefen auch an die alten Kunden wenden, doch müssen diese Schreiben dann einen persönlicheren Zuschnitt haben. Die alten Kunden müssen wir immer pflegen und zu halten suchen, solange das ohne Würdelosigkeit möglich ist, auch deswegen, weil sie uns viele neue Kunden zuführen können. Wir sollten daher den Briefen an unsere alten Geschäftsfreunde auch Werbematerial für Verwandte und Bekannte beilegen. Eine aus zweiter Hand weitergegebene Drucksache wiegt die Erfolgsaussichten von dreißig auf gut Glück „gestreuten“ auf.

Den weiter entfernt wohnenden Kunden wird der Brief durch die Post, den anderen Kunden durch Boten zugestellt. Die beste Zeit für den Einwurf ist der Sonnabendnachmittag oder der Sonntagvormittag, möglichst kurz vor dem Brief-