

# Deutsche Uhrenmacher-Zeitung



Bezugspreis für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,25 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepassten Bezugsbedingungen gern mitgeteilt. Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrenmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

Preise der Anzeigen: Grundpreis  $\frac{1}{4}$  Seite 200 RM,  $\frac{1}{100}$  Seite - 10 mm hoch und 46 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postcheck-Konto Berlin Nr. 2581. Telegramm-Anschrift: Uhrzeit Berlin. Sechsfacher: Sammel-Nummer 175246

## Uhren-Edelmetall- und Schmückwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 26, Jahrgang 65 • Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 • 28. Juni 1941

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten. Nachdruck verboten

### Die deutsche Uhr in Südamerika

Von Dr. S a s s e, Geschäftsführer der Fachgruppe Uhrenindustrie

Im Rahmen des Vorkriegs-Exportes nach Südamerika, der sich im Jahre 1938 auf nahezu 520 Millionen Reichsmark — das sind etwa 9% der Gesamtausfuhr Deutschlands — belief, spielt die deutsche Uhrenindustrie mit etwa 5 Millionen Reichsmark Ausfuhr eine immerhin nicht unbeachtliche Rolle, wenn man bedenkt, daß es sich hier um Verbrauchsgüter der auf dem Schwarzwald von jeher gepflegten serienmäßigen Gütefabrikation handelt.

Den größten Anteil an diesem Export hatten die Länder Argentinien, Brasilien und Chile, wo die deutsche Uhr einen zuverlässigen und von ihr stets pfleglich behandelten Markt vorgefunden hatte.

Gerade auf dem Gebiet der spezifischen Schwarzwälder Uhrenerzeugnisse, nämlich der Wecker-, Stil- und Tischuhren, hatten sich in den letzten Vorkriegsjahren erfreulich rege Beziehungen angebahnt, unterstützt durch einen Stab fachkundiger Vertreter, der sich sowohl aus Angehörigen der belieferten Staaten selbst als auch zum Teil aus den deutschen Repräsentanten unserer Uhrenindustrie zusammensetzte.

Diese für beide Teile — Liefer- und Einfuhrland — bemerkenswerte Entwicklung darf wohl in erster Linie auf den Umstand zurückgeführt werden, daß die deutsche Uhrenindustrie beizeiten sich zu der Auffassung bekannte, es sei für die Ausfuhr nach Übersee die Qualität des Gebotenen ausschlaggebend. Die Träger dieser Qualität der deutschen Uhr waren im wesentlichen folgende Faktoren: 1. das Material; 2. die Form; 3. die technische Vollkommenheit.

Die wichtigsten Rohmaterialien — Holz und Messing — wurden größtenteils in den Produktionsgebieten der Uhrenindustrie selbst erzeugt, wodurch die Uhrenfabriken die Möglichkeit hatten, auch einen maßgebenden Einfluß auf die Zubereitung des Rohmaterials zu nehmen.

Unter der Form, die einen entscheidenden Einfluß im Hinblick auf die Anpassungsfähigkeit an den Geschmack der

Käufer, insbesondere der Käufer des Auslandes, ausübt, sind alle Eigenschaften der Uhr zu verstehen, die ihre ästhetische Wirkung bedingen, also außer der Gestalt auch die Farbe sowie das figürliche und ornamentale Beiwerk.

Über die technische Vollkommenheit der deutschen Uhr gibt die Tatsache hinreichend Aufschluß, daß das deutsche Erzeugnis im Durchschnitt eine vielfache Lebensdauer gegenüber dem der ausländischen Uhrenindustrie aufweist.

Wenn die deutsche Uhrenindustrie es verstanden hat, gerade in der Zeit nach dem politischen Umschwung diese drei Faktoren so organisch zu entwickeln und zu verbinden, daß die deutsche Uhr auf dem Weltmarkte immer mehr ein klassisches Beispiel deutscher Qualitätsarbeit wurde, so hat, wie die steigenden Ausfuhrzahlen nach Übersee beweisen, diese auch von der Fachorganisation immer wieder empfohlene Anstrengung ihren wohlverdienten Erfolg gezeitigt.

Ohne den Wert einer geschickten und vielleicht manchmal etwas zu massiven Werbung, wie sie zum Beispiel von den Uhrenfabriken der Vereinigten Staaten von Nordamerika in den südamerikanischen Ländern betrieben wurde, zu verkennen, darf doch festgestellt werden, daß die beste Werbung stets die Güte des Erzeugnisses selbst gewesen ist.

Der inmitten einer von Zweifeln und allerhand Hemmnissen erfüllten Weltwirtschaft seit 1933 stetig fortschreitende deutsche Aufschwung war der beste Beweis für die Widerstands- und Lebenskraft der deutschen Wirtschaft und damit auch der Uhrenindustrie gegen allerhand Einflüsse, mit denen man von draußen diese Entwicklung aufzuhalten versuchte.

Den ausländischen und insbesondere den Überseemarkt haben die deutschen Gebrauchsuhrer erobert, weil ihre Preise es gestatteten, den bei allen Menschen fortschreitender Kultur vorhandenen Bedarf nach Zeitmessern zu wecken und zu befriedigen.

Es ist nicht die Schuld Deutschlands und der deutschen Wirtschaft, daß diese friedlichen und der Wohlfahrt aller