

# Geschmacksbildung und Uhrenhandel

Von Hermann Brüning

Niemand wird sich gern schlechten Geschmack nachsagen lassen, denn ein schlechter Geschmack ist ein Zeichen von Mangel an Aesthetik und Unselbständigkeit im Urteil über das Schöne. Die Entschuldigung, die von Menschen mit schlechtem Geschmack immer wieder vorgebracht wird: „Es ist nun mal mein Geschmack, und über den Geschmack läßt sich nicht streiten“, ist nicht stichhaltig. Wollte etwa jemand allen Ernstes behaupten: „Das Reiterstandbild des Bartolomeo Colleoni in Venedig ist nicht schön, ich finde das Denkmal Kaiser Wilhelms II. auf unserem Marktplatz viel schöner“, so ist das ein krasses Beispiel von schlechtem Geschmack, in diesem Falle könnte man nur bedauernd die Achsel zucken, mit dem Mann läßt sich nicht streiten. Es ist für solche Menschen viel besser, offen einzugestehen: „Ich verstehe nichts davon, aber ich will versuchen, zu lernen, und will abwarten, ob das Kunstwerk doch noch Eindruck auf mich machen wird.“

Zweifellos ist der Beruf auf die Geschmacksbildung von großem Einfluß. Der Uhrmacher wird durch seine Arbeit zur Gründlichkeit erzogen, die Gründlichkeit wiederum führt zur Kritik. Es gibt keinen guten Uhrmacher, der, ohne geprüft zu haben, ein Uhrwerk seinem Kunden als hervorragend in Qualität empfehlen wird. Diese Neigung der Uhrmacher zur Kritik ist der Weiterentwicklung der Uhr sehr förderlich. Leider aber beschränkt sich die Kritik nur zu oft auf das Werk, es würde von Nutzen sein, auch die Form einer Uhr eingehend auf ihre Schönheit zu prüfen, scharfe Kritik ist auch hier am Platze. Wer allerdings in dieser Beziehung kritisieren will, muß ein sicheres Empfinden für Schönheit und Harmonie besitzen.

Die Einwendung, daß das Schönheitsempfinden und der Kunstsinn dem Menschen angeboren sein müssen, ist eine billige und bequeme Ausrede. Auch der gute Geschmack kann herangebildet und geschult werden. Man sollte sich aber davon fernhalten, selbst eine Kunst ausüben zu wollen, zu der die Fähigkeiten nicht reichen, denn zum ausübenden Künstler muß man wirklich geboren sein. Betätigt man sich auf irgendeinem Gebiete der Kunst, so tue man es bewußt als Dilettant.

Das Hineinvertiefen und Erfassen der Kunst aus vergangenen Jahrhunderten erfordert ein gutes Einfühlungsvermögen in den Geist der verschiedenen Zeitalter. Kann man sich in die Kunstepochen gut hineinversetzen, so wird man verstehen können, warum die künstliche Ausdrucksweise in dieser oder jener Zeit so sein mußte und nicht anders, ist doch die Kunst von jeher der Ausdruck des inneren Empfindens und Erlebens der Menschen gewesen. So sehr wir auch die Kunstwerke des Altertums und des Mittelalters bewundern können, so wenig sollten wir versuchen, sie nachzuahmen, denn in unsere heutige Zeit paßt nur auch wieder das, was unserem inneren Empfinden entspricht. Es ist nicht schwer, sich einen sicheren Blick für die Formschönheit und Farbgebung unserer Zeit anzueignen, man muß nur mitten im Leben stehen und die Augen offenhalten. Daß neuzeitliche Fabrikgebäude und Warenhäuser schön sein können, haben Peter Behrens und A. Messel uns gezeigt. Wer freut sich nicht über einen schnittigen, schönen Kraftwagen, ein schönes Motorboot oder Flugzeug? Auch Bogenlampen, Reklamesäulen, oder Verkehrstürme können schön sein. Wenn bedeutende Künstler darüber nachgedacht haben, welche Form man Glühbirnen, Schreibmaschinen oder Kaffeetassen geben soll, wieviel mehr sollte man über die schöne Form einer Uhr nachdenken. Hat man die Wesensart unserer Zeit erkannt und gelernt, auch die Schönheit einer Maschine oder Handwerkszeuges zu erfassen, so wird man auch eine

schöne Uhr erkennen können. In den Zeiten eines reinen, geklärten Stiles war allerdings die Wahl einer Form bedeutend leichter als heute, wo wir erst wieder anfangen, den Stil unseres Zeitalters zu bilden.

Ist es überhaupt notwendig, daß ein Uhrmacher beim Einkauf einer Uhr ihre Schönheit bewertet? Genügt es nicht, wenn er die Wünsche seiner Kunden kennt und sich nach ihrem Geschmack richtet? Leicht zufriedenen Menschen genügt es, wenn sie ihr Auskommen haben, was soll man sich unnötige Sorgen machen! Plötzlich entwickelt irgendein Kollege am Ort eine erhöhte Geschäftstätigkeit, er macht wirkungsvolle Reklame, stattet seinen Laden und sein Schaufenster geschmackvoll aus. Der Hecht im Karpfenteich ist da! Stellt sich aber auch immer bei dem Betreffenden der gewünschte Erfolg ein? Oft genug auch nicht, es muß irgendein Fehler vorhanden sein, etwas Unbekanntes, das man nicht in Rechnung gestellt hat. Den Hauptpunkt, daß man nur für Qualität Reklame machen kann, um einen Scheinerfolg zu vermeiden, hat man berücksichtigt. Auch hat man sich im Ausbau seines Ladenraumes und der Ausstattung seines Fensters nach seiner Kundschaft gerichtet, alles ist so eingerichtet worden, daß es zu der Kundschaft paßt. Warum aber bleibt der erwartete Erfolg aus?

Man berücksichtige, daß bei der gesunkenen Kaufkraft der Entschluß, eine Uhr zu kaufen, trotzdem bei vielen Menschen vorhanden ist. Vielleicht hat eine geschickte Gemeinschafts- oder Einzelreklame geholfen. Hat nun ein Kunde die Absicht, eine Uhr zu kaufen, so will er auch für sein Geld das Stück haben, das ihm gefällt. Er will lange Zeit, man kann sagen, sein ganzes Leben, Freude an der Uhr haben. Für das Geld, das er sich nicht ohne Mühe erübrigt hat, will er etwas Gutes und Schönes haben. Es dürfte nicht so oft vorkommen, daß die Zeichner der Möbelgeschäfte herangezogen werden, eine Hausuhr zu entwerfen, oder daß sich die Kunden aus entfernten Städten oder von Auslandsreisen die Taschen- und Armbanduhren mitbringen. Der Kunde soll die Uhren bei seinem Uhrmacher kaufen.

Das Geheimnis des Erfolges vieler Uhrmacher liegt nicht in den Preisen, zu denen sie verkaufen, auch nicht in der geschickten Aufmachung des Verkaufsraumes, der von geschulten und erfahrenen Kräften ausgebaut werden kann, sondern die Ursache des Erfolges ist der gute Geschmack des betreffenden Inhabers. Dieser gute Geschmack macht es unnötig, eine für die Kapitalkraft übergroße Auswahl zu unterhalten. Außerdem vermeidet es dieser Inhaber, Uhren einzukaufen, die anfangen „unmodern“ zu werden. Gewiß nützt er die Mode nach Kräften aus, er weiß aber auch im richtigen Augenblick Schluß im Einkauf zu machen, er wird daher niemals auf einer größeren Anzahl Ladenhütern sitzenbleiben, die schließlich unter Preis verkauft werden müssen. Sieht man sich in einem Uhrenladen um, so wird man sofort wissen, ob der Inhaber ein guter Einkäufer ist.

Ein wirkliches Kunstwerk steht allerdings außerhalb der Mode, es wird seinen Kunstwert für alle Zeiten behalten. Durchweg sind es aber Uhren von höherem Wert und edlem Material, auf die das Können eines großen Künstlers verwendet wird.

Es war zu Anfang schon gesagt worden, daß ein guter Geschmack herangebildet werden kann. Das Material zum Studium bietet das Leben um uns. Es kostet nichts, die Auslagen im Schaufenster anderer Berufsarten zu betrachten. Naturgemäß wird der Uhrmacher besonders den Ausstellungen der Möbelhandlungen Aufmerksamkeit schenken.

Nr. 1  
Man br  
etwas A  
Zeit er  
das Ma  
die gut  
Galante  
macher  
Fenster  
tisch de  
ausges  
Die  
Messen  
weit un  
gefolgt  
und da  
Zweige  
es nicht  
Besuch  
jedem G  
Sinn se  
gekauft  
Der  
kaufe, ob  
Qualität,  
diene“, I  
zu dieser  
wendig,  
die schon  
Seite ist  
ist keine  
Absicht,  
schau zu  
beschrän  
mit dem  
in zieh  
an Stelle  
Die  
hat eine fe  
Laufkun  
stellen, d  
angehöre  
auf die I  
welchen W  
Wissen is  
Menschen  
eigenheit  
diktatorisc  
richtung e  
Anschluß  
Die passe  
Aufgabe d  
schön sein  
stammen,  
schön sein  
darf daher  
Sonderstel  
Bei d  
arten, die  
eine Art t  
hat aber e  
die Eitelke  
äußerlich e  
Sinn nich  
Uhrkäufer,  
solide eing  
und das er  
wesen muß  
sich mit d  
was noch