



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

52. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 16. SEPTEMBER 1927 / Nummer 38

Fünzigtausend Mark

Fünzigtausend Mark, das ist ein nettes Sümmchen, wie es die allermeisten Kollegen noch nicht beisammengesehen haben. Dieses Sümmchen soll nun aufgebracht werden. So hat es wenigstens die Reichstagung in München beschlossen. Nun ja, wird mancher denken, so ein Beschluß ist sehr leicht gefaßt. Aber so leicht ist es den Kollegen in München gar nicht gewesen, die Zustimmung zur Aufbringung dieser Summe zu geben. Sie wußten sehr wohl, daß es sehr, sehr schwierig ist, von den deutschen Uhrmachern Geld zu bekommen, noch dazu, wo ja die Wirtschaftslage in unserem Gewerbe nicht gerade die allergünstigste ist, und wo sehr viele Kollegen an den Folgen der Nachkriegsjahre schwer zu leiden haben. Und trotz allem, die Summe muß aufgebracht werden.

Wer unser Wirtschaftsleben aufmerksam verfolgt, hat schon lange ein erbittertes Ringen unter den einzelnen Gewerbebezügen um die Kaufkraft der deutschen Bevölkerung feststellen können. Die Folgen dieses Kampfes zeigen sich in der vollständigen Umschichtung des Geschmacks und der Bedürfnisse großer Volkskreise. Dieser Kampf der einzelnen Berufszweige war bisher nur von ganz wenigen nach bestimmten Regeln geführt. Im allgemeinen war man sich dieses Wettbewerbs untereinander in voller Klarheit noch nicht bewußt. Aber immer und immer mehr bricht die Erkenntnis durch und die Folgen davon sind die gewaltigsten Anstrengungen von allen Seiten. Man hat in den anderen Berufskreisen nicht nur 50 000 Mk., sondern bedeutend höhere Summen aufgebracht. Man hat auch dort anfangs die gleichen Schwierigkeiten gehabt, die uns noch bevorstehen. Nur die Berufszweige, die schon einige Jahre Gemeinschaftspropaganda getrieben haben, stehen heute fest und jeder hält es für selbstverständlich, daß diese Propaganda fortgesetzt wird. Man hat den Nutzen verspürt und will natürlich den Vorsprung, den man unter schweren Opfern errungen hat, nicht aufgeben.

Warum galt früher die goldene Uhr als Zeichen der Wohlhabenheit? Worin lag der Zwang, sich eine goldene Uhr mit Kette zu kaufen oder schenken zu lassen? Doch nur in der allgemeinen Meinung, daß man als Bürger nur Anspruch auf eine gewisse Gewichtigkeit erheben konnte, wenn man auch eine goldene Uhr besaß. Erst damit zeigte man nach außen, daß man sich etwas leisten konnte. Warum mußte früher die Dame der Gesellschaft unbedingt echten Schmuck tragen? Doch nur, weil es allgemeines,

ungeschriebenes Gesetz war, daß dieser Schmuck zur Dame gehört. Man weiß nicht, wie diese Meinungen und ungeschriebenen Gesetze entstehen. Sind sie einmal da, so sind sie fester und strenger als geschriebene Gesetze.

Diese allgemeine Meinung läßt sich nur durch Suggestion, d. h. durch Reklame hervorrufen und beeinflussen. Wer ist heute unter unseren Kollegen nicht der Ansicht, daß hier vieles von uns versäumt wurde, wer fühlt nicht die Folgen der Versäumnis durch den Rückgang des Umsatzes an Qualitätsuhren und an Uhren überhaupt? Da helfen keine Klagen und Beschwerden über Außen-seiter, die auf eigene Faust versuchen, das zu tun, was von uns versäumt wurde. Hier hilft nur fest anpacken und selbst etwas tun.

Ungünstig für den einzelnen ist es, daß heute das Reklameangebot im allgemeinen ein viel stärkeres ist als vor dem Kriege. Konnte man sich vor dem Kriege als einzelner noch Geltung verschaffen, so reichen heute die Mittel des einzelnen nicht mehr, um dasselbe zu erreichen. Hier gilt es, alle Kräfte zusammenzufassen, um einen Erfolg nicht nur für das Ganze, sondern auch für den einzelnen zu erzielen, der im richtigen Verhältnis zu den aufgewandten Mitteln steht! Dabei bleibt es dem einzelnen natürlich gar nicht verwehrt, für sich zu tun, was er vermag, ganz im Gegenteil, er wird gut daran tun, die Wirkung der allgemeinen Reklame nutzbar für seine eigene zu machen.

Nun ja, für die großen Geschäfte und für die Kollegen in der Großstadt mag ja eine Gemeinschaftsreklame auch Nutzen bringen, für uns in der Kleinstadt und für unsere kleinen Geschäfte bringt sie doch keinen Vorteil. So kann man sehr häufig die Kollegen hören, mit denen man über die Sache spricht. Und doch ist diese Ansicht falsch. Wird im allgemeinen das Verlangen nach einer Uhr geweckt, so wird der einzelne sich die Bezugsquelle aussuchen, bei der er glaubt, am vorteilhaftesten zu kaufen. Und es gibt gerade unter den Uhrenkäufern mehr Menschen, als man im allgemeinen annimmt, die das größte Vertrauen zu ihrem Uhrmacher haben, der vielleicht nur einen kleinen Laden sein eigen nennt, aber selbst am Werkisch sitzt. Er weiß, daß er im großen Geschäft nie so persönlich bedient werden kann, wie es bei „seinem Uhrmacher“ möglich ist. Und dann bedenke man, daß ja die Reklame nicht nur auf den Großstädter wirkt oder auf die Kreise, die man die wohlhabenden