

es immer. Darum finde ich es ganz gut, wenn in der Reklame gesagt wird: „Uhren schon von 5 *Rtl* an beim Uhrmacher zu haben!“ Denn uns wird dadurch geholfen. Der Fachhandel muß gehoben werden.

Ich verweise auf die in USA. mit großem Nachdruck betriebene Reklame über „The Dollar Watch“. Vor 30 Jahren war ich auch einmal in New York, und damals kannten selbst Neger, Mulatten, andere Farbige und Chinesen schon die Uhr für 4,20 *Rtl*. Um nun den Kaufwert des Dollars von jener Zeit zu kennzeichnen, muß ich Ihnen sagen, daß man im billigen Gasthaus für drei Spiegeleier 15 Cent und für ein Bier, das es damals noch gab, 5 Cent bezahlen mußte. Sie müssen das vergleichen, aber auch in Betracht ziehen, was damals schon die Reklame vermochte. Schon zu jener Zeit war die Uhr für einen Dollar bei allen Völkerstämmen des Landes populär. Denn ging solch Ding nicht mehr oder war es gänzlich hinüber, so brauchte man nur in einem der vielen Geschäfte, die diese Uhren vertrieben, die alte Uhr für 20 Cent zurückzugeben und 80 Cent daraufzuzahlen, um eine neue gleicher Art, die wieder ihre Dienste tat, zu erhalten. Aber die Uhrengeschäfte verkauften auch genügend bessere Uhren und führten auch Reparaturen an besseren Uhren aus.

Ich erinnere an die gute Wallham- oder Elgin-Uhr, die in Amerika in Qualitäten verkauft wurden, die teurer waren als Genf oder Glashütte. Wie der Besitzer eines Ford-Wagens, als des billigsten, so wenig glücklich konnte sich der Besitzer einer Dollar-Watch fühlen gegenüber den feineren Erzeugnissen, die er zu besitzen wünschte. Und er befriedigte sofort den Wunsch, sobald er sie zu bezahlen vermochte. — Die UHRMACHERKUNST brachte bereits früher einen Artikel über diese Verhältnisse, eine ganz launige Abhandlung, insbesondere über die flammenden Lichtreklamen an allen Ecken für „The Dollar Watch“. Eine Dollar-Watch ist natürlich keine Qualitätsmarke, das verlangt auch niemand.

Warum sollte nun unsere deutsche Thiel-Uhr oder sonst ein gleichwertiges Erzeugnis einer anderen Fabrik

in ihrer billigsten Preisstellung hinsichtlich Volkstümlichkeit und Bewertung in der öffentlichen Meinung keine „Dollar Watch“ werden? Es ist nun einmal der gegebene billige Artikel für den, der nicht viel Geld ausgeben will oder — kann! Es weiß wohl jeder meiner verehrten Kollegen, daß wir heute eine ganze Menge von denen haben, die nicht kaufkräftig sind. Ihr Herren, stellt euch einmal in den Laden und verkauft „nur teure Uhren!“ — Ich spreche von mir; da weist es die Statistik nach, daß ein hoher Prozentsatz von billigen und nur ganz wenige bessere Uhren verkauft werden.

Ich glaube nicht, daß es bei den meisten Kollegen anders aussieht. Fern sei es, daß ich für „The Dollar Watch“ mit ganzem Herzen einstehe will, aber wenn es nicht anders geht, mein Kunde befiehlt es mir eben — Dienst am Kunden. Will ich ihm durchaus eine teure Uhr verkaufen, dann geht er ab, und ich habe mir die 5 *Rtl* Einnahme, die ich auch gut gebrauchen kann — verscherzt! Man verherrlicht ja heute mehr denn je das „Land der unbegrenzten Möglichkeiten“, und stellt fast alles von drüben als fortschrittlich hin, warum will man denn hier nicht gestatten, daß ebenso wie dort die billige Uhr propagiert wird. Es wird doch dahin kommen, denn niemand kann gegen den Strom schwimmen, oder es hält schwer, vorwärtszukommen. Wir leben in einem Lande, das durch Kriegs- und Inflationswirren ausgepowert ist, und die breite Masse, die als Käufer für uns in Betracht kommt, ist verarmt. Darum, meine Herren vom grünen Tisch, rennt nicht zu sehr Sturm gegen die Reklame für die billigen Uhren, denn wir sind dankbar, daß etwas getan wird, was Zugkraft besitzt, den Verkauf zu fördern. Es genügt nicht, zu sagen: „Ich bin billig!“ — Würde der Uhrmacher keine Preise an seinen Waren im Fenster haben, so würde er bald merken, wie der Verkauf nachläßt. Gibt er aber seine Waren mit Preisen bekannt, so kann der Käufer sich schon vor dem Geschäft damit vertraut machen, was ihm zusagt. Für das Inserat gilt ganz dasselbe wie für das Fenster. (V/158)

Paul Kochanowski.

Abschlußfeier an der Deutschen Uhrmacherschule in Glashütte (Sa.)

Am 25. April fand in Glashütte die alljährliche Abschiedsfeier statt. Sie hatte ein besonderes Gepräge dadurch erhalten, daß gleichzeitig der Alte-Herren-Verband „Saxonia“ sein 25-jähriges Bestehen feiern konnte. Demzufolge waren aus ganz Deutschland zahlreiche Freunde und Gäste gekommen, um in Glashütte ein



Gedächtnisfeier am Denkmal

Wiedersehensfest zu feiern und um alle freundliche Erinnerungen aufzufrischen. Glashütte hatte sich auf seine Gäste vorbereitet, um sie festlich zu empfangen. Alle öffentlichen Gebäude hatten Flaggenschmuck angelegt, und der Aufforderung des Stadtrates an die Bürgerschaft, gleichfalls Flaggenschmuck zu zeigen, war entsprochen worden.

Ab 9 Uhr morgens fanden die üblichen Unterrichts-

proben statt durch die Herren: Gewerbelehrer Schröder über Kraftmaschinen und Leistungsmessung, Studiendirektor Dr. Giebel über freie Hemmungen und freie Pendel, Oberlehrer Hellwig über Zapfenlagerung und Gewerbelehrer Müller über das Einziehen von Forderungen. Nach diesen Unterrichtsproben wurden die Schüler durch eine zu Herzen gehende Ansprache des Herrn Studiendirektor Dr. Giebel entlassen. Herr Studiendirektor Dr. Giebel wies in seiner Ansprache darauf hin, daß die Schule Gelegenheit genug gegeben habe, sich Wissen und auch Können anzueignen. Die Schule sei auch mit der Zeit mitgegangen und habe die Aufgaben so gestellt, wie sie jetzt in der Praxis an die Schüler herantreten würden. Einen besonderen Schritt habe man durch die Durcharbeitung eines Armbanduhrenkalibers getan. Diese schwierige Arbeit, die in der Fabrikation oft jahrelang dauert, wurde in sechs Monaten in der Schule durchgeführt, und das bei den Schülerarbeiten ausgestellte Werk zeige, daß hier eine Konstruktion geschaffen sei, die sicher als Muster Vorbild für ein Herren-Armbanduhrenwerk dienen könne. Was die Schule aber noch den Schülern mitgeben möchte und was sie hoffentlich erreicht habe, das wäre die Freude an Wertarbeit, die den höchsten Ansprüchen genüge. Gerade in der heutigen Zeit sei dieser Gewinn, den die Schule biete, sicher nicht hoch genug anzuschlagen.