

überall wieder zum Vorschein. Trotzdem, längliche Formen behaupten sich immer. Reichere Dekorationen (heute aber ohne Emaille!) machen der einfachen Linie Platz. Helleres Gold dominiert. Die Kunden wissen ja oft noch besser Bescheid in den modernen Formen als der Verkäufer selbst – leider!

Wird sich das goldene Milanaisband auf immer behaupten können? Viele Kundinnen kommen schon wieder davon ab, weil es zu viel gleiche Ausführungen in Doublé gibt. Mir leuchtet das auch ein. Es müßte einmal eine Art aparter Milanaisbänder gemacht werden, welche aber nur in Gold zu haben sind. – Und Doublébänder, mag es eine noch so gute und beste Qualität sein, es verleidet vielen Damen den Kauf eines solchen Bandes. Schon spricht die verschiedene Transpiration mit, daß die Bänder sehr schnell unansehnlich werden. Vom Fabrikanten dürfte meiner Ansicht nach auch keine Garantie für fünfjähriges goldähnliches Tragen gegeben werden, er weiß ja selbst, daß kein Band so lange goldähnlich bleibt.

Die Herren-Armbanduhr hat fast die Gebrauchstaschenuhr überholt, besonders bei jungen Leuten. Bevorzugt werden jetzt kleinere und mittlere Formen in rechteckig, tank und tonneau. Die große Armbanduhr muß als veraltet angesprochen werden, trotzdem sie gegenüber der kleineren zweifelsohne technische Vorzüge hat. Das neue Silber- und Nickelchromé hat sich sehr rasch seinen Weg erobert. Die verchromten Uhren lassen sich besser verkaufen insofern, als im Fenster die leicht anlaufenden silbernen Uhren nicht mehr so sehr zu sehen sind. Dem Kunden fällt es gewiß schon auf, daß die Taschen- und Armbanduhren bei Herrn Konrad Tick-Tack immer blanker sind als die bei Herrn Unruh, der sich nicht zum Einkauf moderner Uhren entschließen kann. In seinem Fenster sind stets noch Regenbogenfarben zu sehen. Man verkauft ja viel leichter, wenn der Kunde sieht, daß man mit der Zeit geht. Heute findet auch kein Mensch mehr die Strichzahlen für häßlich, sondern höchst praktisch. Man muß anerkennen, daß die Armbanduhren jetzt durchweg mit geschmackvolleren Lederbändern angeboten werden, auch ein Grund, um die Uhr leichter zu verkaufen.

Aber ohne Taschenuhr kann ja der Herr doch nicht leben. Es wäre auch schade, wenn die Taschen nicht benutzt würden, wir Frauen hätten dann auch keine Arbeit mehr, diese zu flicken! Heute schleppt sich kaum noch ein Herr mit einer „Kartoffel“, aber es ist doch vielleicht noch ein Andenken vom Onkel Nepomuk oder vom Großvater. Das Dingelchen schlägt sogar, hat obendrein Klappdeckel. Der Gedanke herrscht noch zuviel vor, daß es eine Uhr mit Sprungdeckel sein muß, nur dann stelle sie etwas vor. Wir sind ja wohl froh, ein solches Stück zu verkaufen und daran zu verdienen. Es liebt eben nicht jeder eine offene Uhr, und überall kann man sie nicht verkaufen. Aber dann wird eine goldene Savonnetuhr mit modernem Dekor verkauft.

Man versucht, dem Kunden mit allen Mitteln klarzumachen, daß er heute nicht mehr mit einer unmodernen Uhr herumlaufen kann. So nach und nach bürgert sich dies doch ein. Die wirtschaftliche Lage spricht auch ein wichtiges Wort, es kann sich heute nicht jeder eine goldene Uhr kaufen. So geht man eben zur silbernen oder Nickel- verchromten Uhr über. Hier kommen mehr und mehr die flachen Formen zum Vorschein, sehr geschmackvoll und ansprechend auch im Dekor. Schon allein die Zifferblätter, die heute in ganz aparten Ausführungen hergestellt werden, geben den Ausschlag zu einem schnellen Verkauf. Gott sei Dank kommt man auch langsam von der Zylinderuhr ab. Es ist schrecklich,

zu hören: „Nun haben Sie mir wohl eine äußerlich schöne Uhr verkauft, aber sie geht zuviel nach.“ Besonders erfreulich ist es, daß auch unsere deutsche Industrie den Erfordernissen nach modernen und soliden Uhren Rechnung getragen hat.

Auf dem Gebiet der Großuhren hat auch ein großer Umschwung stattgefunden, besonders durch die neuen geometrischen Formen. Man kann ein modernes Uhrengeschäft mit einem Zeichensaal vergleichen, an dessen Wänden Zeichnungen verschiedenster Formen hängen. Kreise, Quadrate, Rechtecke usw. Aber gerade diese Abwechslungen der Formen geben ein lebendiges Bild. Ein wesentlich vorteilhafterer Eindruck entsteht durch die edlen Hölzer in einfachen aparten Formen der Wanduhren. Standuhren sind nicht mehr so beliebt, wegen Platzmangels werden auch meistens Tischuhren gewählt.

Wie gern entsinne ich mich eines Falles, als eine Kundin eine Wanduhr feiner Qualität in Kaukasisch-Nußbaum kaufte und ganz entzückt war, wie herrlich sich die Uhr in ihrer Wohnung ausnahm. Die Uhr gab dem Raum etwas Vollständiges, einfache gerade Linien. Besonders viel hilft auch ein angenehmer Schlag, eine Uhr schneller zu verkaufen. Eine besonders beachtenswerte Neuerung ist der Schwinghammergegong, der die Kundschaft tatsächlich zum Kauf eher anreizt als die bisher gehaltenen Gongs. Mit den modernen Formen lernt man sich leicht vertraut machen durch moderne Zeitschriften als auch durch Besuch moderner Möbelausstellungen, eine Gelegenheit, die viel zuwenig von den Uhrmachern wahrgenommen wird.

Wir als Uhrmacher haben auch oft Gelegenheit, in ein gutes Haus zu kommen, um irgend etwas an einer Uhr zu erledigen und dadurch Studien an den Einrichtungen zu machen. Selbstverständlich bevorzuge ich beim Ein- und Verkauf die moderne Linie in allen Großuhren, besonders apart wirkende Farbzusammenstellungen. Strichzahlen muß man auch haben, denn ohne diese kann man sich ein modernes Uhrengeschäft nicht mehr denken. Man soll dem Publikum auch einmal den modernen Geschmack ein bißchen eintrichtern, eine Sonderausstellung nur moderner Uhren, das hilft! Sehr oft muß man allerdings dem Kunden erklären, daß die Uhr nicht ein absolutes Möbelstück, sondern ein Schmuckstück bedeutet. Sie braucht nicht immer dieselbe Form wie die Möbel zu haben; eine Uhr ist kein Einrichtungsstück, sondern ein Einzelstück, an dem man seine Freude haben will und das durch seine Eigenart wirken soll.

Doch dürfen wir nicht nur allein moderne Uhren führen, denn manch älteres Ehepaar kauft sich noch eine Stand- oder Tischuhr in die vorhandene Einrichtung. Jedes Geschäft muß ganz auf seine Kundschaft eingestellt sein. Darin liegt heute eine schwierige Aufgabe des Uhrmachers, die richtige Grenze zu ziehen zwischen modernen und sogenannten brauchbaren Waren. Unsere deutsche Großuhrenindustrie hat sich in den letzten zwei Jahren geradezu musterhaft der neuen Zeit angepaßt.

Wenn ich meine Gedanken nochmals zusammenfassend über das Niedergeschriebene prüfe, so muß ich doch erkennen, welche große Wandlung während der Zeit meiner Geschäftstätigkeit in der Uhren- und Schmuckwarenbranche vor sich gegangen ist. Ich habe gern den jeweils gegenwärtigen Verhältnissen Rechnung getragen, doch niemals dabei vergessen, daß die modernen Formen nicht vernachlässigt werden dürfen. Würde dies allgemein beachtet, würde die ganze Branche heute auf einem höheren Niveau stehen.

Daß es so kommen möchte, ist mein Wunsch!
(I/493)