



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER  
57. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 29. APRIL 1932 / Nummer 18

## Wer weiß einen besseren Namen?

Von H. W. Tümena

Verkaufsmethoden im Uhrenfachgeschäft müssen dem Kunden angepaßt sein. Das gilt natürlich auch für alle Bezeichnungen der Waren. Gegen diesen Grundsatz wird leider oft gesündigt. Der Verkäufer bedient sich vieler Fachausdrücke für die Waren, die dem Kunden unverständlich sind und ihm keine Vorstellung des Angebotes ermöglichen.

Welcher Kunde weiß z. B., was unter einer „Stiluhr“ zu verstehen ist? Wir alle kennen diese Bezeichnung für die hübschen modernen Uhren, die man auf den Schreibtisch stellen oder sonst irgendwo zur Zierde und zur Zeitangabe aufbauen kann. Die Bezeichnung „Stiluhr“ ist absolut irreführend. Jeder Laie wird dabei entweder an eine Uhr, die einer bestimmten Stilart entspricht, denken, oder aber an eine Uhr, die in dem mit Recht bemängelten geschmacklosen „Jugendstil“ gestaltet ist. Vielleicht stellt sich auch der Kunde eine Uhr mit einem „Stiel“ zum Aufstellen oder Aufhängen oder für sonst nützliche Verwendungen vor. Es wäre des Schweißes der Edlen wert, hier endlich einmal eine klare und dem Kunden verständliche Bezeichnung zu schaffen. Wie wäre es z. B. mit „Schreibtischuhr“? Anregungen aus der Praxis wird die Schriftleitung gern entgegennehmen.

Nicht unerwähnt bleiben soll, daß auch die Bezeichnung „Boudoir-Uhr“, die eine große Uhrenfabrik ihren Stiluhren gibt, nicht das Richtige trifft. Zweifellos entspricht diese Bezeichnung eher der Vorstellungs- und Wunschwelt des Kunden als die Bezeichnung „Stiluhr“; sie ist aber deswegen abzulehnen, weil ja die Stiluhr

nur in seltenen Fällen auf dem Toilettentisch der Dame ihren Platz findet.

Die Stiluhr stellt aber nicht die einzigste unkorrekte Bezeichnung in der Branche dar. So sollte man auch das Wort „Hausuhr“ ausmerzen und dafür allgemein, wie es auch der Kunde tut, „Standuhr“ sagen. Wenn auch der Fachmann gegen das Wort „Standuhr“ einen gewissen Widerwillen empfindet, denn die Uhr soll ja nicht stehen, sondern gehen, so ist es doch ratsam, die allgemein vom Kunden gewählte Bezeichnung nun endlich auch feierlichst der sogenannten „Hausuhr“ zu verleihen. Unter dem Wort „Hausuhr“ stellt sich der Kunde gewöhnlich eine Uhr am Haus vor, also eine Außenuhr, Rathausuhr od. dgl.

Haben Sie schon einmal einen Kunden kennengelernt, der weiß, was eine „Savonnette-Uhr“ ist? Auch diese Bezeichnung ist zu verwerfen und dafür besser die deutsche Bezeichnung „Sprungdeckeluhr“ einzuführen. Ebenso sollte man die Bezeichnung „Plaque“ und „Doublé“ verdeutschen. Es versteht sich nach dem bisher Gesagten von selbst, daß auch der Ausdruck „Portefeuille-Uhr“ unzeitgemäß und mißverständlich ist. Die korrekte Bezeichnung dafür ist „Reiseuhr im Lederetui“.

Nicht nur bei Uhren, sondern auch bei anderen Artikeln, die der Uhrmacher führt, muß einmal gründlich mit mißverständlichen Bezeichnungen aufgeräumt werden. Hier nur ein kleines Beispiel: Welcher Kunde weiß bei Bestecken, was ein „Brandel“ ist? Die richtige Bezeichnung wäre unseres Erachtens „Rohlöffel“ oder „Rohgabel“. (I/799)

## Internationales Uhrmachertreffen in Montreux

(Fortsetzung statt Schluß aus Nr. 17)

Delegierten-Sitzung des Internationalen Uhrmacherverbandes in Montreux, 4. u. 5. April 1932

### Reklame

Denken Sie an die Millionen, die alle Fabrikanten zusammengenommen in allen Ländern unnötigerweise für Kataloge ausgegeben haben, die das gefäuschte und unwissende Publikum nichts lehren. Hätte man nur ein Zehntel dieser Summen darauf verwandt, um gegen die zerstörende Etablissage anzukämpfen, um das Publikum und den Detailhändler aufzuklären, so würden Sie, meine Herren, die wirklichen Fabrikanten, heute ganz anders dastehen. Sie hätten auf diese Weise viel sicherer die

Chablonnage- und Ebauche-Fabrikation abgebremst, als dies die Eidgenossenschaft mit all ihren Millionen und ihren Organisationen, die zu nichts nütze sind, jemals tun kann, und die nur dazu dienen, alle bisher genannten Fehler zu sanktionieren.

Ihre Lagerbestände, meine Herren Detailhändler, sind sehr krank. Sie haben zum Preissturz beigetragen. Doch schwierigere Zeiten stehen Ihnen noch bevor; denn Sie wissen es nur zu gut, daß man Uhren nicht wie irgend etwas anderes ausverkaufen kann. Eine Uhr, die in