

Ich kann Ihnen, Kameraden des Handwerks und Parteigenossen, nur versichern, daß es im gegenwärtigen Stadium der öffentlichen Diskussionen des deutschen Handwerks nur auf das klare Bewußtsein ankommt, daß das

deutsche Handwerk durch eine geschlossene, einheitliche, starke und sichere Führung zielklar seinen Weg in der nationalsozialistischen Wirtschafts- und Volksgemeinschaft geht. (I/426)

Aufklärung tut not!

(Schluß.)

Noch etwas von Laienansichten über Uhren — Schweizer Marken sollen die besten sein —
Markenuhren bevorzugt — Die ZentRa-Uhr ohne Zifferblatt

II.

In unserem ersten Aufsatz erfuhren wir, wie Kunden mitunter Uhren beurteilen; heute wollen wir lesen, was sie sich beim Kauf einer Uhr denken. Wir greifen auch diesmal wieder auf die Gespräche zwischen Laien zurück, die den Vorzug haben, nicht nur wahr, sondern auch unbeeinflusst geführt worden zu sein.

Eine gutsituierte Dame mittleren Alters erzählt von einem Uhrenkauf:

... Ausschlaggebend für den Kauf war eine Schweizer Marke. Schweizer Uhren sind die bekanntesten. Wenn sie heute eine Uhr kaufen müßte, würde sie auch sehr auf die Marke achten; z. B. Longines, Zenith, Alpina. Von letzterer weiß sie nicht, ob es eine Schweizer Uhr ist. Von deutschen Marken kennt sie nur Junghans und glaubt, daß diese Firma vor allem größere Uhren herstellt, weniger Taschenuhren.

Sie würde sich bei den schlechten wirtschaftlichen Verhältnissen zuerst einmal umhören, ob man heute nicht schon viel billiger gute Uhren einkaufen kann als vor 15 Jahren, wo sie noch über 100 RM für ihre Uhr bezahlt hat. Sie würde bei Bekannten umfragen, um sich eine Uhr oder ein Geschäft empfehlen zu lassen. Wenn man ihr eine bestimmte Marke empfehlen würde, hätte sie keine Bedenken, diese im Warenhaus zu kaufen (!). Im Gegenteil, sie rechnet dort mit größerer Auswahl und fortschrittlicher Bedienung. Wenn sie nicht eine bestimmte Marke kennen würde, würde sie sicher nur in einem Fachgeschäft um Rat fragen, welche Uhr sie nehmen soll. Sie würde allerdings nur einen Uhrenladen aufsuchen, der eine gewisse Größe und einiges Auftreten hat. Mit den kleineren Fachgeschäften hat sie bei Reparaturen zu schlechte Erfahrungen gemacht. Sie läßt ihre Uhr nur am Kaufort reparieren. Das ist eine größere Firma, die die Uhren zur Reparatur an die Hersteller zurückschickt (!). Das dauert zwar länger, ist aber absolut zuverlässig.

Auch eine sehr viel jüngere Dame ist der Ansicht, daß man mit einer Markenuhr besser fährt:

Für die besten Uhren hält sie Schweizer Uhren. Da man von Uhren ja wenig versteht und ihre Qualität nicht beurteilen kann, würde sie gute Uhren immer nur von Schweizer Firmen kaufen. Es ist angenehm, durch Marken von Weltruf eine Gütegarantie zu haben. Die bloße Empfehlung eines Fachmannes würde ihr, wenn er ihr eine markenlose Uhr verkaufen wollte, nur genügen, wenn er besonders empfohlen wurde. Da zieht sie den Kauf einer Markenuhr in einem Nichtfachgeschäft vor (!). Von deutschen Marken kennt sie nur ZentRa-Uhren. Das sind Uhren, die kein Zifferblatt haben, immer nur die jeweilige Stunde angeben (!). Sie sind ihr zu extravagant.

Diese merkwürdige Ansicht über ZentRa-Uhren zeigt wiederum, wie wenig Aufmerksamkeit doch mancher Kunde den Uhren schenkt. Jetzt lassen wir einen Mann zu Worte kommen, dem offenbar der Rat des Verkäufers wichtiger ist als die Marke der Uhr:

Über den Kauf von Uhren hat er noch nicht viel nachgedacht. Seine Uhr wurde seinerzeit bei dem einzigen Uhr-

macher eines kleinen Nestes in Österreich auf einer Sommerreise gekauft. Schweizer Uhren sollen die besten sein. Für seine Ansprüche genügen auch deutsche Uhren. Er hat sich damals und würde sich jederzeit ganz auf den Rat des Verkäufers verlassen, von sich aus nur den Preis bestimmen. Er nimmt ruhig eine billige Uhr, allerdings würde er immer eine Taschenuhr einer Armbanduhr vorziehen, weil das Werk größer und daher sicher besser ist.

Schließlich ist es nicht uninteressant, noch einige Äußerungen über Uhrenreparaturen von verschiedenen Laien zu hören:

„Ich bin mit meiner Uhr, die ich nun bald 15 Jahre habe, sehr zufrieden. Sie mußte in der ganzen Zeit nur einmal richtig repariert werden. Seit sie ein unzerbrechliches Glas hat, fallen auch die Glaserneuerungen weg, die bei Armbanduhrn sonst häufig sind.“

„Meine Uhr ist immer gut gegangen. Die wenigen notwendigen Ausbesserungen habe ich selbst verschuldet durch Hinwerfen der Uhr, durch Wasser oder Sand bei Reisen an die See. Diese sind der Uhr immer schlecht bekommen.“

„Wenn meine Uhr mal etwas vor oder etwas nach geht, gebe ich sie noch nicht zum Uhrmacher, sondern stelle sie nach einer öffentlichen Uhr. Seit im Rundfunk immer die genaue Zeit angegeben wird, richte ich die Uhr mit Vorliebe danach aus, darauf ist wenigstens sicher Verlaß.“

„Reparaturen lasse ich bei einem richtigen alten Uhrmacher durchführen, der mir empfohlen wurde und deshalb so angenehm ist, weil er die Uhren abholen kommt und wieder zurückbringt. Reparaturen in den großen Geschäften sind viel zu teuer, zumal man ja überhaupt nicht kontrollieren kann, ob alles Berechnete auch wirklich gemacht worden ist und ob es nötig war, es zu machen. Ich habe zu meinem Uhrmacher in dieser Beziehung absolutes Vertrauen.“

In den letzten Äußerungen spricht das Mißtrauen mit, das oft wegen der Reparaturarbeit gegenüber dem Uhrmacher besteht. Auch hier wird die Gemeinschaftswerbung Wandel schaffen können. Je mehr dem Publikum gesagt wird, welche gründliche Schulung der Uhrmacher durchzumachen hat und welche schwierige Arbeit beim Reparieren der Uhr zu vollbringen ist, um so eher wird das Mißtrauen des Publikums weichen. Alle diese Gespräche beweisen, wie bitter not die Aufklärung ist.

Mit diesen Gesprächsausügen wollen wir diese Artikel abschließen. Noch einmal möchte ich jedoch bemerken, daß es verfehlt wäre, aus diesen wenigen Laienäußerungen allgemeine Schlüsse zu ziehen. Für die Werbung des Uhrmachers zeigen sie allerdings erneut, daß er seine Waren klar und verständlich und vor allen Dingen erschöpfend erläutern muß.

Besonders gilt dies für die Schaufenster, die noch viel interessanter werden müssen dadurch, daß zu den angebotenen Waren genau gesagt wird, worum es sich handelt. Also sprechende Schaufenster! (I/417)

Die Uhrenindustrie auf der Leipziger Messe

Die deutsche, vor allem die Schwarzwälder Uhrenindustrie hat sich mit ihren Leistungen seit einem halben Jahrhundert Weltruf errungen, was für den Uhrmacherstand durchaus nicht gleichgültig war. Von einer solchen durch die Anforderungen des Weltmarktes angespornten

Industrie gehen tausendfältige Wirkungen auf das tägliche Berufsleben der mit ihr verbundenen Fachgenossen aus, für die es besser ist, mit einer blühenden Industrie zu arbeiten, als einer notleidenden. Das braucht hier nicht näher ausgeführt zu werden, doch es ist wieder einmal