

abzugeben. Der Eingang der Meldungen war ein überaus erfreulicher. Das war für mich die Bestätigung, daß ich mit meiner Maßnahme auf dem richtigen Wege bin.

Die Schulung läuft so, daß in drei verschiedenen Innungsbezirken neuntägige Kurse von dem von mir eingestellten Fachlehrer gegeben werden. Die erste Innung wird drei Tage geschult, danach die zweite Innung drei Tage und dann die dritte Innung drei Tage. So geht der Turnus noch zweimal. Damit hat jeder Berufskamerad die Möglichkeit, an den Lehrgängen teilzunehmen, ohne längere Zeit seinem Geschäft entzogen zu werden.

Über den Lehrplan will ich nicht viel Worte machen. Der Lehrplan ist von meinem Fachlehrer aufgestellt worden. Er behandelt alle Fragen, die mit der praktischen Berufsausübung des Uhrmachers zusammenhängen. Vor allem ist Gewicht darauf gelegt worden, daß die Uhrmacher mit den neuesten Arbeitsmethoden laufend vertraut gemacht werden und namentlich auch in elektrischen Uhren grundlegenden Unterricht erhalten. Es soll diese Schulung nicht eine Schule sein, sie soll meinen Berufsangehörigen wichtige Erfahrungen vermitteln, sie sollen selbst Anregungen geben, sie sollen vor allem durch praktische Arbeit beweisen, daß sie den gesamten Unterrichtsstoff in sich aufgenommen haben. Nur so kann ich es erreichen, daß der Große Befähigungsnachweis Wirklichkeit wird, daß wirklich jeder Uhrmacher ein Kömmer seines Handwerks ist.

Mit dieser Schulung habe ich gleichzeitig eine Werbung für unser Handwerk verbunden. Wenn Sie sich den Wagen ansehen, so werden Ihnen zwei Leitworte auffallen: 1. Kauft Uhren vom gelernten Uhrmacher. 2. Der Uhrmachermeister liefert genaue Zeit.

Mit dem Wort: „Kauft Uhren vom gelernten Uhrmacher“, stelle ich nicht etwa eine unberechtigte Forderung an die Verbraucher. Es ist heute so, daß der Volks-

genosse eine gutgehende Uhr haben will. Meine Umfragen bei den Verbrauchern haben mir bestätigt, daß der Verbraucher sich nicht so sehr ein Bild darüber macht, ob diese oder jene Uhr die bessere sei. Er will vielmehr seine Uhr dort kaufen, wo er die richtige Beratung erhält. Die richtige Beratung kann ihm aber, und das ist jedem Volksgenossen bekannt, der gelernte Uhrmacher geben. Der gelernte Uhrmacher kann ihm über das Werk der Uhr etwas erzählen und kann ihm die Unterschiede der einzelnen Uhrenfabrikate klarmachen.

Damit komme ich schon zu dem zweiten Leitwort: „Der Uhrmachermeister liefert genaue Zeit.“ Was nützt schon die Ansage der Zeit durch den Rundfunk oder die Zeitauskunft der Postämter? Fast alle Volksgenossen müssen in der Lage sein, sich jederzeit zu vergewissern, wieviel Uhr es ist. Die „genaue Zeit“ braucht heute der Mensch. Unpünktliche Menschen fallen unangenehm auf. Das Bedürfnis aller Verbraucher nach der genauen Zeit kann allein der gelernte Uhrmacher befriedigen. Diese Schulung ist nur ein Mittel zur Verwirklichung bedeutender Zwecke. Einen Zweck habe ich bereits angedeutet: die Verwirklichung des Großen Befähigungsnachweises. Die weiteren Zwecke kann ich aus Mangel an Zeit hier nicht näher darlegen. Meine Herren, Sie können versichert sein, daß gerade diese Schulung ein Grundstein sein wird für den weiteren Aufbau und Ausbau des deutschen Uhrmacherhandwerks. Mögen Sie die Überzeugung mitnehmen, daß ich durch diese Leistung meinem Uhrmacherhandwerk und damit auch der deutschen Volkswirtschaft dienen will.“

Generalsekretär Dr. Schüler sprach Reichsinnungsmeister Parteigenossen Hans Flügel die Anerkennung für dieses vorbildliche Schulungsmittel aus und wünschte dem Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks für seine Schulungsarbeit guten Erfolg. (I/1536)

Notwendigkeit der Wirtschaftswerbung im Handwerk

Vor kurzem war die Reichslagung „Die Deutsche Werbung“. Auf ihr sprach Staatssekretär Funk. Da die deutsche Uhrenwirtschaft Gemeinschaftswerbung treibt, da zahlreiche Uhrmacher Sammelwerbungen veranstalten und schon heute viele Uhrmacher die Einzelwerbung als notwendige Betriebseinrichtung anerkennen, lohnt es sich, die wesentlichen Sätze aus der Rede des Staatssekretärs Funk hervorzuheben.

Die Werbung ist heute eine staatspolitische Aufgabe. Den Kritikastern, die da meinen, die Werbung habe keinen Sinn mehr, hält Staatssekretär Funk entgegen: es ist unrichtig, daß es nicht mehr möglich und nicht mehr nötig sei, überhaupt zu werben. Die Wirtschaftswerbung ist wichtiger denn je. Nur ist sie keine reine Privatangelegenheit des Werbungtreibenden mehr; nur darf sie nicht mehr ausschließlich auf den Eigennuß gestellt sein. „Das Reich erwartet von dem einzelnen, daß er mit seiner Wirtschaftswerbung den Bestrebungen des Reiches dient.“ Denen, die die Wirtschaftswerbung ablehnen, weil sie Kosten verursacht, hält Staatssekretär Funk entgegen: „Die geldlichen Aufwendungen, welche für die Wirtschaftswerbung gemacht werden, sind niemals unnütze Ausgaben. Sie stellen vielmehr, wie viele andere Maßnahmen, Anlagekapital für den künftigen Aufstieg der Wirtschaft und für die Sicherung des einzelnen Unternehmens dar. Die Werbekosten verfeuern deshalb auch nicht die Ware; im Gegenteil, sie helfen mit, durch die Steigerung des Absatzes

die auf den Waren liegenden Unkosten zu verringern und die Güte der Ware zu erhöhen.

Welche Forderung stellt nun die Regierung an den Inhalt und die Art der Wirtschaftswerbung? Die Wirtschaftswerbung soll ein ehrlicher Berater des Verbrauchers und ein Erzieher gleichzeitig sein. Sie soll entweder neue Bedürfnisse wecken oder den Bedarf von Wirtschaftsgütern aller Art lenken. Für die Bedarfsdeckung und -lenkung ist die Wirtschaftswerbung unentbehrlich. Deshalb muß man, so trug Staatssekretär Funk vor, von Industrie, Handel und Handwerk verlangen, daß die wirtschaftliche Notwendigkeit der Werbung anerkannt wird und daß sich jeder einzelne in steigendem Maße der Wirtschaftswerbung als Wettbewerbsmittel bedient.

Seit mehreren Jahren läuft die Gemeinschaftswerbung der deutschen Uhrenwirtschaft, Uhrenindustrie, Uhrengroßhandel, und Tausende von Uhrenfachgeschäften sind an ihr beteiligt. Sie will die Aufmerksamkeit der Volksgenossen auf die Güte der Uhr lenken. Sie will den Volksgenossen einprägen, daß sich gerade das Fachgeschäft bemüht, den Kunden sorgfältigst zu beraten und zu bedienen, daß gerade das Fachgeschäft bestrebt ist, dem Verbraucher eine Ware zu liefern, an der er seine Freude hat und für die er schon „etwas anlegen“ kann.

Uhrenkauf ist Vertrauenssache. Vertrauen erringt man durch Leistung, sauberen Betrieb und anständige Geschäftsführung. Die Arbeit des Uhrmachers an sich

