



Foto: Harren  
Dr. G. Bergler

## Die Uhr im Urteil des Verbrauchers

Von Dr. Georg Bergler

Am Ende des Jahres 1937 beendete die Gesellschaft für Konsumforschung eine Untersuchung, die sich mit der Verbraucherhaltung zur Uhr befaßte. Nur wenige Wirtschaftszweige verfügen über einen so eingehenden und aufschlußreichen Einblick in die wichtige Haltung des Verbrauchers zu ihren Erzeugnissen, wie er durch diese Untersuchung für die deutsche Uhrenwirtschaft gegeben ist. Und es gibt einstweilen außer der Gesellschaft für Konsumforschung auch kaum eine andere Stelle, die in der Lage wäre, derartige Arbeiten durchzuführen.

Es gilt also, die Stellung des Verbrauchers zu erfahren. Er soll eine Stimme bekommen, und zwar ist es notwendig, seine spontane, unbeeinflusste Meinungsäußerung zu erfahren. Das kann nur geschehen in zwanglosen Gesprächen, die nicht von berufsmäßigen Recherchieren herbeigeführt werden, sondern von Menschen, die an der Werkbank oder im Büro, in Gesellschaft, bei der Arbeit, bei Sport und Spiel mit dem „Verbraucher“ zusammenkommen. Sie selber sind typische Verbraucher, aber sie sind aus ideellen Gründen heraus auch die Vorposten jener Organisation, der die Gesellschaft für Konsumforschung das Rohmaterial für ihre Untersuchungen verdankt.

### Der Verbraucher spricht mit dem Verbraucher

500 Menschen gibt es in Deutschland, auf 500 Bezirke verteilt, die in solcher Weise als Korrespondenten tätig sind, ehrenamtlich, neben ihrem Beruf als Arbeiter oder Bauer, als Lehrer, Beamter, Angestellter, Vertreter, Soldat, Hausfrau, Kontoristin usw. Die ganze Vielfalt des gesellschaftlichen und beruflichen Aufbaues unseres Volkes spiegelt sich in diesen 500 Männern und Frauen wider. Sie bürgen dafür, daß alle Verbraucherschichten bei jeder Frage zu Wort kommen. Auf solche Weise ist es möglich, in verhältnismäßig kurzer Zeit die Meinungen von bis zu 10000 Verbrauchern zu erfahren. Und so ist auch die „Uhrenuntersuchung“ durchgeführt worden.

Es ist erstaunlich, welch großes Interesse alle Befragten den aufgeworfenen Fragen entgegengebracht und mit welcher Rückhaltlosigkeit (das war für das Untersuchungsziel besonders wertvoll) sie sich geäußert haben.

Da aus methodischen und psychologischen Gründen niemals mit den bekannten Fragebogen gearbeitet wurde, kamen neben den Antworten, die zahlenmäßig registriert und miteinander verglichen werden können, vor allem solche qualitativer Natur, die nicht statistisch verarbeitet werden können, sondern nach dem ihnen zukommenden Gewicht ausgewertet werden müssen. Erst mit ihrer Hilfe kann es gelingen, die Ursachen der Verbraucherhaltung aufzudecken.

Freilich ist eine Auswertung von vielen tausenden solcher Mitteilungen nicht einfach. Aber gerade die Einsicht in diese Notwendigkeit, der Ausbau und die erstmalige praktische Anwendung dieser sogenannten qualitativen Methode (die von Professor Vershofen, dem Leiter der Gesellschaft für Konsumforschung, begründet wurde), ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für die erfolgreiche Tätigkeit der hier geschilderten Einrichtung.

Wenden wir uns nun der Untersuchung: „Verbraucherhaltung zur Uhr“, selbst zu. Wenn man die Einstellung des Verbrauchers untersucht, kommt man auf drei teilweise sehr stark ausgeprägte Verbrauchertypen:

1. die Träger der Taschenuhr,
2. die Träger der Armbanduhr,
3. die Verbraucher, die ohne Uhr auskommen oder sie sogar ablehnen.

Die Gründe dieser verschiedenartigen Einstellung sind hochinteressant. Da ist zunächst der

### Liebhaber der Taschenuhr.

Mit zunehmendem Alter steigt die Bedeutung der Taschenuhr. Je älter der Verbraucher ist, desto weniger ist er von der Armbanduhr eingenommen. Das ist nicht nur etwa darauf zurückzuführen, daß er zwar seine Taschenuhr seit vielen Jahren besitzt, sie aber vielleicht aus finanziellen Gründen nicht durch eine Armbanduhr, weil ihm diese besser gefällt, ersetzen könnte. Denn die Liebe zur Taschenuhr ist in diesen Altersklassen bei Angehörigen aller sozialen Schichten gleich stark ausgeprägt. Hier spielen außerwirtschaftliche Gründe die wichtigste Rolle. Lassen wir zunächst einige Verbraucher selbst sprechen:

„Die Taschenuhr ist als Geschenk ein Erinnerungsglück. Sie hat den Krieg mitgemacht, und ich würde sie auch tragen, wenn ich eine Armbanduhr hätte.“

(Buchdruckereibesitzer, 50 Jahre.)

„Die Taschenuhr ist ein Geschenk. Es hängen viele alte Erinnerungen daran.“

(Steuerbetriebsassistent, 48 Jahre.)

„Taschenuhr aus konservativen Gründen. Eine Armbanduhr zu tragen, käme ihm läppisch vor.“

(Volksschulrektor, 67 Jahre.)

„Solange die Möglichkeit besteht, einen Studentenzipfel zu tragen, will der Befragte nur eine Taschenuhr benutzen.“

(Volkswirt, 40 Jahre.)

„Die Herren-Armbanduhr lehnt er als modische unmännliche Erscheinung ab. Auch hält er sie für technisch unzuverlässig.“

(Beamter, 48 Jahre.)

„Die Armbanduhr widerspricht meinem persönlichen Empfinden als Mann, wenn man immer affigerweise das Handgelenk heben muß, um die Zeit festzustellen. Das kommt mir immer reichlich weibisch vor. Das ist mein gefühlsmäßiger Grund.“

(Ingenieur, 34 Jahre.)

„Das Tragen der Taschenuhr ist doch selbstverständlich. Die Armbanduhr wirkt in Verbindung mit der Tracht lächerlich.“

(Bergführer.)

„Die Taschenuhr aus aller Gewohnheit. Sonntags wird sie an goldener Kette getragen.“

(Schlosser, 55 Jahre.)

Warum also wird von diesen Verbrauchern die Taschenuhr bevorzugt? Sie haben vor allem ein sehr starkes persönliches Verhältnis zu ihr. Sie ist ihnen nicht nur ein Gebrauchsgegenstand, der keine andere Aufgabe hat, als zuverlässig die Zeit anzugeben. Viel mehr ist sie: „etwas Lebendiges“, ein „treuer Kamerad und Begleiter“ in glücklichen und unglücklichen Stunden. „Viele Erinnerungen“ knüpfen sich an sie. Den Vater hat sie auf seinem Lebensweg begleitet, sie soll Weggenosse des Sohnes werden. Seelische und geistige Beziehungen wirken sich in starkem Maße aus. Die Uhr wird zum Freund. Kann man dafür wenig Geld ausgeben? Eine Uhr, die ein Leben lang dienen soll, ja, die auch für die nachkommende Generation bestimmt ist, muß allerbeste Werkmannsarbeit sein, sie muß aber auch in ein Gehäuse eingebettet sein, das dem ihr beigemessenen ideellen Wert entspricht. Die entscheidende Bedeutung kommt also dem außerwirtschaftlichen Zusagen zu.