

WARUM GELERNTER UHRMACHER?

Vor kurzem brachte der Werberat der deutschen Wirtschaft in seinem Geschäftsbericht zum Ausdruck, daß die Gemeinschaftswerbung Antrieb und Anreiz für noch stärkere Einzelwerbung sein müsse. Diese Forderung wird dem Uhrmacherhandwerk nicht unbekannt sein. Stets hat die „Berufsförderung“ des Reichsinnungsverbandes betont: Treibt Einzelwerbung; vor allem treibt richtige Einzelwerbung. Es ist immer wieder erfreulich, festzustellen, wie aufnahmebereit unsere gelernten Uhrmacher für die Vorschläge der „Berufsförderung“ sind. Kaum sind die Anzeigenentwürfe erschienen, so laufen die Bestellungen ein, kaum ist ein geschickter Werberbrief veröffentlicht, schon melden sich Uhrmacher, um mit ihm Werbung zu treiben.

Die stärkste Einzelwerbung mit stärkster Gesamtwirkung ist entschieden der „Schaufensterdienst“ geworden. Wer hätte vor einem Jahr gedacht, daß der „Schaufensterdienst“ einmal 3500 Bezieher zählen würde, und es werden sich noch mehr Kameraden an ihm beteiligen. Denn wie oft erhält die „Berufsförderung“ die Karte: „Ich habe mich erst jetzt von der vorzüglichen Wirkung der Blickfänge überzeugen können; ich melde mich zum „Schaufensterdienst“ des Reichsinnungsverbandes an und bitte um möglichst sofortige Lieferung.“ Daß die „Berufsförderung“ mit den derzeitigen Blickfängen auf dem richtigen Wege ist, beweisen die vielfachen, spontanen Anerkennungen der gelernten Uhrmacher. Das spornt die „Berufsförderung“ an, noch Besseres zu leisten, und zwar für alle gelernten Uhrmacher!

Kann der gelernte Uhrmacher nicht eigentlich stolz darauf sein, daß er für sein Schaufenster ein so sorgfältig durchdachtes, schönes und wirkungsvolles Werbemittel erhält? Man sehe sich einmal vorzüglich geleitete Geschäfte anderer Berufszweige an. Gute Lederwaren-, Schuhwaren-, Parfümeriegeschäfte, Fachgeschäfte für Hute, für Rundfunkgeräte, sie verzichten darauf, übermäßig viel Ware zu zeigen, sie verzichten aber nicht darauf, in dem Schaufenster einen Blickfang aufzustellen. Der Schaufensterblickfang des Reichsinnungsverbandes wird einmal für jeden gelernten Uhrmacher ein unentbehrliches Werbemittel werden.

Wie einsatzbereit die Uhrmacherinnung und die gelernten Uhrmacher für eine gemeinschaftliche Werbung sind, das hat so recht der „Peter-Henlein-Film“ gezeigt. Der Film steht über aller Kritik; man kann dem Schöpfer des Films und den Gestaltern nur dankbar sein für dieses Werk. Derjenige Uhrmacher, der den Film gesehen hat, wird verstehen, daß der Reichsinnungsmeister des Uhrmacherhandwerks Veit Harlan und Heinrich George aus vollem Herzen dankte und ehrte. Die Widmung auf der herrlichen Tierkreisuhr und der wunderbaren Stiluhr endete mit den Worten „Das dankbare Uhrmacherhandwerk“. Ja, dankbar wollen und müssen wir sein für diesen Film, der Peter Henlein unsterblich machte!

Wenn man mit diesem Film eine Werbung verbinden wollte, so mußte sie geschmackvoll und handwerklich sein. Die Besprechungen mit der Tobis gaben einen Gleichklang der Bestrebungen. Bis jetzt haben bereits 34 Innungen eine hervorragende Sammelwerbung aufgebaut; manche Innung hat — dem Vorbild des Reichsinnungsverbandes entsprechend — eine Schau im Lichtspieltheater veranstaltet. Manche Innung hat es durchgesetzt, daß als Vorspiel das Filmband „Wunderwerk der Präzision“ läuft. Überaus anerkanntenswert ist es, daß zahlreiche Uhrmacher ihrem Schaufenster eine ganz besondere Note gegeben haben. Es ist wirklich einmal an der Zeit, den rührigen Obermeistern, Werbewarten und Berufskameraden den Dank für ihre Werbefreudigkeit und ihren Werbeeinsatz auszusprechen.

Das berechtigt zu der Hoffnung, daß das Uhrmacherhandwerk immer mehr seine führende Rolle in der Werbung befestigt. Das muß auch so sein. Man bedenke, daß die Uhrenversandhäuser von allen Versandhausarten die durchschnittlich stärkste Belegung seit 1933 zu verzeichnen haben¹⁾. Man vergegenwärtige sich, daß die Werbekosten der Uhrenversandhäuser nahezu die Hälfte der Gesamtkosten ausmachen. Es liegt auf der Hand, daß die Uhrmacherbetriebe infolge ihrer völlig anderen Struktur stets mit den Löhnen, der Miete, als dem Hauptanteil der Kosten, zu rechnen haben werden; in dessen, der Posten Werbekosten wird von jedem Uhrmacher bei seiner künftigen Finanzplanung etwas höher als bisher ausfallen müssen. Die Sammel- und Einzelwerbung muß stärker und stärker werden, um so besser wird das Uhrmachergewerbe aus dem Leistungswettbewerb hervorgehen.

Die angeführten Zahlen dürfen nun nicht zu Fehlschlüssen führen. Die neue Sperranordnung des Reichswirtschaftsministers für die Versandhäuser sieht wesentliche Einschränkungen für die Errichtung, Erweiterung und Übernahme von Versandhäusern vor. Das trifft insbesondere auf die Uhrenversandhäuser zu. Vor allem wird von den künftigen Versandhausinhabern der Befähigungsnachweis des Handels gefordert werden. Daraus ergibt sich unseres Erachtens die zwingende Notwendigkeit, daß dann auch die Hausierer und Reisenden ihre Befähigung beweisen müssen, ehe sie den Verbraucher bearbeiten können²⁾. Es ist doch untragbar, wenn ein Uhrenversandhaus im Sudetenland Reiseverfreter sucht und dabei hervorhebt, daß für den Bewerber fachmännische Kenntnisse nicht gefordert werden. Erhalten diese Vertreter etwa ein Anleitungsbuch für den Uhrenverkauf? Ähnlich der Praxis eines Furniturenlieferanten, der für 11,50 RM den Bestellern ein Lehrbuch der Uhrmacherei abgibt; das ist, gelinde gesagt, Verleitung zur Schwarzarbeit; man kann sich heute allerdings damit trösten, daß kaum jemand Zeit zur Ausführung von Schwarzarbeiten haben wird. Vielleicht werden in einem solchen Buch auch die Abzahlungsgeschäfte der Versandhäuser behandelt. Das ist ja das A und O der meisten Uhrenversandhäuser. Nieschlag, der Verfasser des erwähnten Sonderheftes, hebt mit Recht hervor, daß die Uhrenversandhäuser zum größten Teil auf Kredit verkaufen. Unrichtig ist aber seine Begründung, daß es sich bei den von den Uhrenversandhäusern gefügigen Geschäften durchweg um große Objekte und hohe Beträge handle. Man sehe sich nur die Anzeigen der Uhrenversandhäuser an; abgesehen von den ganz billigen Sorten von 1,90 RM aufwärts, findet man als häufige Preislagen für Armband- und Taschenuhren Beträge von 12,50, 15,50, 18,00 RM. In diesen Preislagen gibt es überhaupt keine Rechtfertigung für einen Teilzahlungskauf mit einer Anzahlung von 1,50 RM und sechs Raten. Diese Teilzahlungsgeschäfte sind aber das Lockmittel zahlreicher Verleiher; sie sind unwirtschaftlich und verderben die guten Zahlungssitten. Die aus derartigen Geschäften herrührende Zinsknechtschaft muß beseitigt werden. Hier muß der Grundsatz verwirklicht werden: „Erst sparen, dann kaufen!“

Der Grundsatz der Sparsamkeit gilt heute auf vielen Gebieten. Auf die Werkstatt übertragen, fordert er Vereinfachung und Verbesserung der Arbeitsmethoden. Wie will noch der Uhrmacher die Arbeit schaffen? Der Anfall der Reparaturen war im Jahre 1938 erheblich höher als 1937; das Reparaturgeschäft belebte sich umsatzmäßig um durchschnittlich 18% gegenüber dem Vorjahre, mengenmäßig um 22–25%. Noch bedeutender wurde der Anfall der Überholungsreparaturen. Beste Geschäfte erklären immer wieder, daß die handwerkliche Überprüfung der Uhren, namentlich der Großuhren, ein unabweisbares Bedürfnis ist. Aus Mangel an Fachkräften sitzt der Uhrmacher bis in die Nacht, um die Überholungs- und Instandsetzungsarbeiten zu erledigen; und die Meisterfrau tut es ihm gleich, sie bemüht sich bis in die Nacht hinein, die Geschäftsvorfälle zu ordnen und zu buchen. Wenn die Wünsche der Kundschaft bisher im wesentlichen befriedigt werden konnten, so ist das ein Verdienst unserer Meisterfrauen und Meister. Sie haben damit einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätserhaltung und Werterhaltung geleistet. Denn würden sich die Uhrmacher dieser Aufgabe nicht unterziehen, so würden sie mehr denn je dem Vertrieb der billigen Uhr den Weg ebnen. Dann würden sie mithelfen, daß noch weit mehr Uhren in den Müll geworfen werden, als bisher an Weckern im Berliner Müll gefunden wurden. Die Uhrmacher arbeiten für die Rohstoffhaltung und lehnen eine Rohstoffvergeudung durch Vertrieb der billigsten Uhren ab.

Die Frage, wie die Arbeitsmethoden der Uhrmacher vereinfacht und verbessert werden können, wird derzeit vom Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks eingehend überprüft. Dem Reichsinnungsverband haben sich bewährte Uhrmacher und Furnituren-Großhandlungen zur Mitarbeit zur Verfügung gestellt. Es ist nur zu hoffen und zu wünschen, daß auch andere Kameraden dem Reichsinnungsverband Verbesserungsvorschläge unterbreiten. Wer dem Reichsinnungsverband bei dieser Aufgabe hilft, dient damit dem gesamten Berufsstand. (I/2152)

¹⁾ Nieschlag: „Versandgeschäfte in Deutschland“, Sonderheft 47 der Schriftenreihe des Institutes für Konjunkturforschung.

²⁾ Soll etwa nur der Uhrmacher eine Vielzahl von Prüfungen machen, während andere ohne Prüfungen Uhren verkaufen dürfen?