Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3,75 RM.; Jahresbezugspreis 13,50 RM. (einschließlich Versandkosten); für das Ausland nach Anfrage. — Die „Uhrmacherkunst" erscheint an jedem Freitag. Anzeigenschluß: Mittwoch früh. — Briefanschrift: Verlag Wilhelm Knapp, Abteilung „Uhrmacherkunst", Halle (Saale), Mühlweg 19.

Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/1 Seite 184 RM., 1/100 Seite — 10 mm hoch und 48 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 1,84 RM., für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß laut Tarif. — Postscheck-Konto: Leipzig 169 33. — Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherkunst" Hallesaale. — Fernsprecher: 264 67 u. 283 82.

Offizielles Organ des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks

66. Jahrgang | Halle (Saale), 28. Februar 1941 | Nummer 9

Der Uhrmacher auf der Leipziger Frühjahrsmesse

Von Bernhard Dierich

Der Besuch der Leipziger Frühjahrsmesse wird vielen Berufskameraden noch schwerer möglich sein als die Messefahrt im Herbst des vergangenen Jahres. Viele stehen in den Reihen der Wehrmacht oder dienen der Kriegswirtschaft, und andere nützen die Tages- und Nachtstunden, um die Berge von Reparaturen einigermaßen zu bewältigen. Und gerade diese Berufskameraden werden unter Erinnerung an die bemessenen Kontingente, die Edelmetall- und Dubleeanlieferungen sowie die Produktionsverhältnisse fragen, was sie auf der Leipziger Frühjahrsmesse sollen.

Natürlich bietet die Leipziger Messe keinem Besucher des In- und Auslandes mehr die früheren Möglichkeiten. Jeder kann nur kaufen im Rahmen seines Kontingentes und der Einschränkungen der Materialbeschaffung. Jeder nimmt vorlieb mit einer allgemeinen Begrenzung der Produktion, zumal auf nicht unbedingt lebensnotwendigen Gebieten. Die kriegsmäßige Veränderung nimmt der Messe jedoch keineswegs ihren Sinn. Im Gegenteil! Deutscher Erfindungsgeist erweist gerade unter diesen Gegebenheiten besonderen Ideenreichtum. Schon von der Leipziger Herbstmesse 1940 konnten wir berichten, daß die Schwierigkeiten im Edelmetallgewerbe und auf dem Uhrenmarkt erleichtert wurden durch eine Fülle von **Ausgleichsartikeln**, die sich auch in unseren Geschäften gut verkaufen lassen und die den Charakter eines Uhrmachergeschäftes nicht stören oder aufheben. Viele Messestände zeigten eine Vielfalt von Keramikgegenständen zweckhafter und figürlicher Art, die sich inzwischen im Uhrengeschäft als dankbare Ausgleichsartikel zumal dort eingeführt haben, wo man es verstand, den Kaufwunsch des Kunden auf solche Neuheiten hinzulenken. Diese Ausgleichsartikel waren mit und ohne Silberanlieferung erhältlich. Sehr geschmackvoll waren z. B. Service aller Art, in matt und mit neuartigen Glasuren, teilweise verziert durch silbergetriebene Deckel. Wenn solche Dinge der Kundschaft mit der richtigen Einstellung und Freude am Neuen, nicht aber mit dem Mißmut, nichts Schwersilbernes ohne Silberanlieferung bekommen zu haben, angeboten werden, wird der Erfolg nicht ausbleiben.

Der Uhrmacher hat sich als kriegswirtschaftlich besonders wichtig erwiesen, nicht nur in der Präzision unserer Kriegsindustrie, sondern auch in der Lebenswichtigkeit der Uhrenreparaturen, ohne die eine geordnete Arbeit, zumal bei dem laufenden Schichtwechsel der Industrie, nicht denkbar ist. Durch seinen Einsatz hat er großes Verständnis und dankenswerte Selbstlosigkeit bewiesen. Es wird ihm auch nicht mangeln an Verständnis für die kriegsbedingten Verkaufswege, wie sie durch die Ausgleichsartikel gegeben sind.

Der deutsche Uhrmacher wird sich hier nicht vom Ausland beschämen lassen, das es nicht nur für wert hält, einen wesentlichen Teil des Messegeländes für sich zu belegen, sondern auch als Käufer von uns ebenfalls zur Verfügung stehenden Waren erscheint. Wenn die Uhrenindustrie aus kriegswichtigen Gründen auch nicht mit der gewohnten Zahl neuer Muster aufwarten kann, so wird doch auf allen Gebieten des Schmucks viel Neues geboten. **Nur mit neuen Mustern und neuen Ideen rufen wir Kaufwünsche des Publikums wach und mit ihnen neue Verkaufschancen.**

In dieser Zeit ist nichts schädlicher als ein die gewohnte Aktivität lähmender Geschäftspessimismus. Gerade mit der Schwierigkeit der Verhältnisse sollte sich auch im eigenen Interesse unser Elan steigern, wir sollten stärker als je um das Interesse unserer Kundschaft und damit um ihre Erhaltung für normale Zeiten werben. **In Verbindung mit den Neuigkeiten der Messe sind Werbebriefe besonders wirkungsvoll.** Mehr als früher ist dabei Gelegenheit, die Psyche der Kundschaft zu studieren und sich auf sie zeitentsprechend einzustellen.

Die Leipziger Frühjahrsmesse 1941 ist die Bilanz von Großtaten der deutschen Wirtschaft, denen auch das Ausland mit Achtung begegnet. Sie zeugt von der Größe deutschen Erfindergeistes und gibt damit die Gewähr ihrer Unbesiegbarkeit. **An einer solchen Schau kann der deutsche Uhrmacher nicht mit einer Geste der Zwecklosigkeit vorübergehen,** nein, er wird sich die Zeit nehmen und zur Messe kommen, denn dieser Zeitverlust im Geschäft ist nur Gewinn. Das werden die Messebesucher der Herbstmesse 1940 ebenfalls bestätigen können.

Jeder besorgt sich zuerst ein Messeabzeichen und einen Messeausweis und damit die Berechtigung zum Besuch der Messehäuser. Kein Uhrmacher, der nach Leipzig kommt, wird versäumen, den Beratungsstand des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks im Gefolgschaftsraum der Firma Georg Jacob, Leipzig C 1, Hainstr. 17 bis 19, zu besuchen. **Reichsinnungsmeister Flügel** und **Assessor Natorp** geben dort Auskunft über alle wichtigen Fragen. **Werbeleiter Ebeling** steht den Berufskameraden in allen Sparten der Werbung (Plakate, Dias, Photos, Werbebriefe usw.) zur Verfügung. Die technische Abteilung ist durch **Uhrmachermeister Müller** vertreten. Es liegen ferner Listen aus über gesuchte und andere suchende Berufskameraden.

Die „Uhrmacherkunst" ist am Montag, dem 3. März, durch den Verlag und die Hauptschriftleitung vertreten und nimmt gern Wünsche und Vorschläge entgegen. Auch erteilt sie Auskünfte jeder Art. Bestellungen für die „Uhrmacherkunst" können ebenfalls dort aufgegeben werden.

Herr Apelt steht mit allen Steuerauskünften und allen Buchführungsfragen zur Verfügung. Schon die umfassende Beratungsmöglichkeit ist des Besuches der Beratungsstelle des Reichsinnungsverbandes wert, die außerdem wertvolles, der Geschäfts- und Werkstattentwicklung dienendes Material bietet.

Auch unseren Meisterfrauen empfehlen wir den Messebesuch. Mancher neue Ausgleichsartikel wird ein schöner Blickfang im Schaufenster sein und die Kundschaft überzeugen, daß auch vom Uhrmacher alles getan wird, was ihm unter den Zeitverhältnissen möglich ist. Je schwieriger die Warenbeschaffung, desto größer die Chance der Festigung des Vertrauens unserer Kundschaft durch ganzen Einsatz für ihre Interessen.

Den Berufskameraden ist anläßlich des Messebesuches Gelegenheit gegeben, sich im Beratungsstand des Reichsinnungsverbandes kennenzulernen und alte Bekannte zu treffen bzw. Treffpunkte zu vereinbaren. Es wäre schön, wenn diese Möglichkeit reichlich benutzt würde. Die Berufskameraden werden dann, vom Gemeinschaftsgedanken neu gestärkt, an ihre Arbeit gehen.

England ist der Feind jeder deutschen Entwicklung!
Mit Churchill schwor England: „Deutschland wird zu stark, es muß vernichtet werden!"

Darum: Alle Arbeit, alle Kraft dem deutschen Sieg!

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19410100/87