

ben. Aus diesem Grund war es beabsichtigt, „in einer neuen Zeitschriften-Kombination vierfarbige Anzeigen erscheinen zu lassen sowie auch in bekannten Tageszeitungen, wie der FAZ oder der Süddeutschen Zeitung Werbeanzeigen zu schalten“<sup>11</sup>.

Durchaus werbewirksam war auch der Artikel, welcher unter der Überschrift „Die Prominenz der Welt nimmt badedas“. Die Frau des südafrikanischen Präsidenten Fouchs und der Präsident von Zypern Makarios wurden als Beispiele genannt.

In den 1970er Jahren stand zunächst der Kleber „Kontakt 2000“ im Mittelpunkt der Werbung. Der entsprechende Slogan lautete: „Packt zu mit magischer Kraft. Sofort. Ein Produkt modernster Forschung. Kontakt 2000 von Uhu.“ Der Kleber „Kontakt 2000 eignete sich zum Verleimen bzw. Furnieren von Holzteilen, Kanten, Rundungen“ sowie für andere großflächige Holzarbeiten.<sup>12</sup>

In den Bereich der werbewirksamen Publizität gehörte auch das 1971 von der Werksleitung ausgelobte Kinderpreisausschreiben, das unter dem Motto „Die Uhu's sind los“ stand. Die Teilnehmer hatten die Aufgabe, „einen farbigen Uhu“ aus Stücken von einem Puzzle auf eine Postkarte zu kleben. Die glücklichen Gewinner konnten sich über 1000 Uhu-stic Hopser und 1000 Uhu-stic Quaker freuen.<sup>13</sup>

### Der familiäre Charakter des Unternehmens

Auch die Wirtschaftsethik spielte bei den UHU-Werken eine große Rolle. Dies wird durch eine Ansprache von Dr. h. c. Manfred Fischer, dem Seniorchef der UHU-Werke, vor der für Bühl zuständigen IHK deutlich. In dieser hebt er hervor, dass der „moderne Unternehmer seine Leute nicht als Untergebene“, sondern als „echte Mitarbeiter“ behandeln muss. Bei der Maifeier des Betriebs waren die Geschäftsleitung und Belegschaft der UHU-Familie gesellig vereint. Bei dieser Veranstaltung bemerkte der Seniorchef der UHU-Werke Dr. Manfred Fischer, dass Arbeitnehmer „echte Mitarbeiter“ sind.

Das Verhältnis zwischen der Unternehmensleitung und den Mitarbeitern verlangt daher die Achtung der „Würde“ und der „Freiheit“ des jeweils anderen. Das „Füreinander“ und „Miteinander“ sollten nach Meinung Fischers die zentralen Merkmale des Verhältnisses zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern sein.

Ferner, so Fischer, war es nicht nur eine Pflicht des Unternehmers, sich um die Daseinsvorsorge des Arbeitnehmers in Form der Zahlungen von Lohn und Gehalt zu kümmern, sondern auch sich für dessen Vermögensbildung einzusetzen. Man kann festhalten: Dr. h. c. Manfred Fischer setzte sich 1968 dafür ein, was