

von Ebermünster auf dem Programm, ehe zum Abschluss des Ausflugs in Straßburg jeder Teilnehmer einen angemessenen Zeitraum für sich selbst zur Verfügung hatte.²²

Auch die sehr guten Leistungen der Nachwuchskaufleute bei der Lehrabschlussprüfung fanden im „Fischer Journal“ ihre Würdigung, wenn die entsprechende Überschrift „Beste Ergebnisse bei der Lehrabschlussprüfung“ lautet. Im Anschluss daran wurden die Namen der Prüflinge genannt. Darunter befanden sich „Fräulein Kinning und Fräulein Menges“. Beide erhielten die Gesamtnote 1 und bekamen dafür von der Geschäftsleitung einen „Preis“.²³

Zum Bild der „UHU-Familie“ gehört es auch, wenn in der achten Ausgabe des Fischer Journals im Jahre 1969 ein Artikel mit der Überschrift „Hermann Fischer zur Gratulation“ aus Anlass seines 50. Geburtstages zu finden ist. Neben seinen wichtigsten biographischen Daten kommen darin auch seine Verdienste zum Wohle der Firma zur Sprache. Der Verfasser des entsprechenden Artikels nennt ein „gut ausgebautes Vertreternetz“ sowie eine gleichmäßige Streuung der Verkaufskontore als entsprechende Beispiele. Sie ermöglichen es, schnell auf „Entwicklungen des Marktes“ zu reagieren. Auch der von Hermann Fischer ins Leben gerufene Verkaufsstab zeigt, dass er mit „Akribie und Weitblick“ den Binnenmarkt erfasste. Man kann zudem sagen: Hermann Fischer war in seiner Eigenschaft als Geschäftsführer und Mitarbeiter der Firma stets um ein faires Verhältnis zu den Mitarbeitern bemüht. Nicht anders ist es zu erklären, dass „die Belegschaft (...) dem Jubilar mit großer Herzlichkeit zum Geburtstag gratuliert“ und ihm bei dieser Gelegenheit ein herzliches Dankeschön für sein „wirtschaftliches Denken und Handeln“ ausspricht, dessen Leitfadens stets der Gedanke der „Humanität“ gewesen ist.²⁴

Die wirtschaftliche Entwicklung der UHU-Werke und ihrer Töchter

Eine Information, welche in punkto Umsatzentwicklung²⁵ vorliegt, ist in das Jahr 1968 zu datieren. In der zweiten Ausgabe des Fischer-Journals von 1969 ist bezogen auf den Dezember des Jahres 1968 von einem „erfreulichen Umsatzhoch“ die Rede. Die entsprechende Zuwachsrate betrug in der Sparte Klebstoff „zwanzig Prozent“ und bei den Kosmetika „zwölf Prozent“. In der letztgenannten Sparte war das Cremeschaumbad „badedas“ ein Grund für diese positive Entwicklung.

In punkto Verbrauch von badedas bestand eine interessante Erkenntnis darin, dass dabei ein Gefälle zwischen Nord- und Süddeutschland zu konstatieren war. Schließlich wurde in Nord-