

Kanada sehr beliebt. Deshalb konnte es ab 1969 von der Lizenzfirma vitabath in einem 40 Minuten entfernt von der New Yorker City befindlichen Werk hergestellt werden. Hier wurden pro Tag je 7000 Flaschen vom 504-er, 7000 Flaschen vom 505-er und 7000 vom 94-er badedas, also 21 000 Flaschen produziert.

In der Sparte Klebstoff lief es nach wie vor sehr günstig. Schließlich wurde eine hohe Nachfrage sowohl nach dem UHU-Alleskleber als auch nach dem Spezialkleber konstatiert.

Auch im Jahr 1972 war das Bemühen um „neue Märkte“ greifbar. Um diese zu erreichen, wurde badedas an „Haupt und Gliedern“ erneuert. Dies bedeutet, es wurde ihm mehr „Jugendlichkeit“ und „Modernität“ verliehen bzw. badedas wurde den wissenschaftlichen Erkenntnissen aus dem Bereich der Kosmetika angepasst. Darüber hinaus wurde ein Anti-Schuppen Shampoo in das Repertoire der kosmetischen Produkte aufgenommen.²⁷

Ferner weiß das Fischer Journal von einer internationalen „Marketing Konferenz“ mit zahlreichen Repräsentanten der UHU-Niederlassungen aus dem In- und Ausland zu berichten. Teilnehmer dieser Veranstaltung waren neben Klaus und Manfred Fischer u. a. die Herren Genther (Firma Uhu-Products New York) und Neudascher (UHU-Italia). Auf der Tagesordnung dieser Veranstaltung standen u. a. „die Gestaltung einer internationalen Verpackung für badedas“, wichtige Punkte der Marketingkonzeption bzw. für zwei geplante Werbeaktionen für Uhu in Frankreich und Italien.²⁸

Ende der 1970er Jahre trübte sich das gute wirtschaftliche Klima für UHU ein wenig ein. So konnten in der Zeit von Januar bis September 1977 nur 2 Prozent statt der angestrebten 3 bis 4 Prozent Zuwachs in punkto Umsatz erreicht werden. Dass es „Problemkinder“ für UHU gab, belegt der Rückgang des Exports um 8 Prozent sowie die Einbußen bei der badedas Seife um 12 Prozent und den Dr. Best Zahnbürsten um 3 Prozent. Der nachlassende Export war für den Preisverfall verantwortlich. Trotz dieser negativen Zahlen konnte in der Sparte Kosmetika ein Umsatzplus von 22 Prozent erzielt werden, da andere Produkte, wie zum Beispiel badedas, einen Zuwachs 3 Prozent an Wert und 21 Prozent an Verbrauchsmenge zu verzeichnen hatten.²⁹

Die UHU, die Fischer-Arzneimittelwerke in Politik und Wissenschaft

Manchmal waren die UHU-Werke und deren Repräsentanten bei Politikern von Interesse. In diesem Sinne empfing der Chef der UHU-Werke Dr. Manfred Fischer den ehemaligen Bundeskanzler Kurt Georg Kiesinger, wie das Fischer Journal Nr. 6 von 1968 zu