

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,5 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 20, Jahrgang 57 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 13. Mai 1933

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Sportpreise

„Nicht nur soll der Sieger des Preises, sondern auch der Preis muß des Kampfes würdig sein.“

Jeder Uhrmacher und Juwelier, der das Geschäft mit Sportpreisen, dem im Sommer ja besondere Saisonbedeutung zukommt, aus ideellen oder auch aus rein materiellen Gründen pflegt, sollte sich immer wieder diesen Leitsatz vor Augen führen. Wer aber das Sportpreisgeschäft einzig und

den Sportpreisen, die in erster Linie Symbole einer volkstümlichen Bewegung zum gesünderen und natürlicheren Menschen sein sollen. Auf der anderen Seite weiß aber aus der Praxis so mancher Kollege ein Lied davon zu singen, daß selbst, wenn er mit sicherem Geschmack und größter Diskretion einen wirklich schönen Sportpreis empfiehlt, der Vereinsvorsitzende und der Kassenwart, die



Moderne Sportpokale in glatten Formen mit künstlerischen Gravierungen
(P. Bruckmann & Söhne A.-G., Heilbronn a. N.)



Ein schöner Tennis-Turnier-Preis: Kasten mit moderner Dekoration

allein vom Standpunkt des Händlers ansieht, etwa mit der Tendenz: „Möglichst billig einkaufen und möglichst günstig verkaufen“, der schadet seinem Ruf, auf die Dauer gesehen, mehr, als ihm der Augenblickserfolg eines günstigen Verkaufs einbringt.

Nun heißt es freilich mit Recht, daß die „Geschmäcker“ sehr verschieden sind, und je weitere Kreise irgend eine Bewegung erfaßt, desto größer ist die Gefahr, daß sie dabei auch immer ungeistiger wird, und daß sich in den äußeren Formen und Symbolen eine „Verkitschung“ bemerkbar macht. Das gilt auch von

letzten Endes als Käufer entscheiden, sich selbst in dieser Hinsicht ein viel besseres Urteil und mehr künstlerischen Geschmack zutrauen als dem Fachmann unseres Gewerbes. Und die „Bonzen“, die es auch in den zahllosen Sportvereinen mehr als genug gibt, nehmen leider oft mehr Rücksicht auf die Vereinskasse als auf die berechtigten Interessen und Anschauungen des wirklich aktiven jugendlichen Sportkämpfers.

Nun ist es gewiß auch hier für manchen vom reinen Händlerstandpunkt ein einfacheres und bequemeres Geschäft, sich von vornherein auf die Wünsche der Kundschaft in