

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 SW 68, Neuenburger-Str. 8

Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{2}$ Seite 200,— RM. $\frac{1}{100}$ Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM. für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis \times Multiplikator $\frac{1}{2}$)

Postcheck-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. 33, Jahrgang 58 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 11. August 1934

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Gemeinschaftskampf für das deutsche Edelmetallgewerbe

Gemeinschaftswerbung — Pforzheimer Musterausstellung — Musterschutz — Facherziehung — Nationaler Schmuck — Handwerk und Industrie

Anlässlich der Pressebesprechung und der Eröffnung der „Historischen Schmuckschau“ in Pforzheim am 1. August 1934 hielt Fabrikant H. Frank, der Leiter der Kulturabteilung des Reichsverbandes der Deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie e. V., Pforzheim, einen Vortrag, der näheren Aufschluß über die ungemein bedeutsamen gemeinschaftlichen Bemühungen der verschiedenen beteiligten Organisationen und Stellen um die Förderung des deutschen Edelmetall- und Schmuckwarengewerbes sowie des einschlägigen Uhren-gewerbes gab. Die wesentlichen Teile dieses Vortrages lassen wir hier folgen mit dem Bemerkung, daß alle Gruppen des Gesamtgewerbes, die Organisationen wie die einzelnen Fabrikanten, Groß- und Einzelhändler, es als ihre Pflicht betrachten sollten, die auf eine Gesundung des Gesamtgewerbes abzielenden Bestrebungen nach Kräften zu unterstützen. —

Die Erkenntnis, daß heute der führende Wirtschaftsverband auch auf kulturellem Gebiet eine große Erziehungsarbeit zu leisten hat, führte bei der Gründung des Reichsverbandes der Deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie zur Schaffung einer besonderen Kulturabteilung, deren Arbeitsgebiete sind: Mode, Werbung, Musterschutz und Facherziehung. Angegliedert wurden der Kunstgewerbeverein, die Ständige Musterausstellung, die Gemeinschaftswerbung der Deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie und die Musterschutzstelle, alle in Pforzheim.

Die Werbung begann mit der Gründung der „Wirtschaftlichen Mitteilungen“, eines Organs, das die Fabrikanten täglich über die besonders wissenswerten Dinge unterrichtet. Dann folgte die „Braune Messe“ in Karlsruhe als Vorläuferin der großen Ausstellung „Deutsches Volk — Deutsche Arbeit“ in Berlin. Mit der Gemeinschaftswerbung der Deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie am 15. Februar d. J. in Berlin und der Übernahme des Zentralausschusses für Deutsche Schmuckkultur war die Grundlage für die Gemein-

schaftswerbung geschaffen. Diese hat ihre Tätigkeit am 1. Juni d. J. aufgenommen. Die Hauptaufgabe war, die Voraussetzungen für eine geordnete und schlagkräftige Werbung zu schaffen. Durch die Gemeinschaftswerbung sollen alle Möglichkeiten herangezogen werden. Die Vorarbeiten für diese Werbung sind jetzt zum größten Teil beendet.

Es war notwendig, geeignete Lichtbilder, Zeichnungen und Artikel zu beschaffen. Gerade bei den Lichtbildern war es erforderlich, neue Wege zu finden, um das Publikum zum Schmuckkaufen anzuregen. Lichtbildmaterial, Zeichnungen und Aufsätze finden in der Presse Verwendung. Es werden laufend unterrichtet: Tageszeitungen, Zeitungsbeilagen, Wochen- und Monatszeitschriften und Modezeitschriften. (Nähere Angaben sind darüber in der vorigen Nummer der Deutschen Uhrmacher-Zeitung auf S. 405 gemacht worden. Die Schriftleitung.) Ferner ist beschlossen worden, im November einen Werbeprospekt für Schmuck und Kleingerät in einer Auflage von einer Million den Mode- und Familienzeitschriften beizulegen. Ein besonderes Aufgabengebiet ist die direkte Werbung durch die Uhrmacher und Juweliere. Es wird Werbematerial für diese Gruppe zusammengestellt werden, um auch von ihr aus die Bearbeitung des Publikums zu ermöglichen. Hier wird es sich hauptsächlich um die Sonderwerbung für bestimmte Anlässe handeln wie: Weihnachten, Ostern, Konfirmation und Muttertag.

Im Herbst wird eine große Mode- und Schmuckschau veranstaltet werden. In ungefähr 110 Städten Mittel- und Süddeutschlands und des Rheinlandes werden 175 Mode- und Schmuckschauen stattfinden. Wir wollen die Hauptbetonung auf die Schmuckschau legen, denn unsere Aufgabe wird es sein, dem Publikum den Schmuck so vor Augen zu führen, daß er tatsächlich einen Anreiz zum Schmuckkaufen gibt. Die Durchführung ist derartig gedacht, daß 1. der Schmuck zusammen mit den Kleidern bei den Vorführungen gezeigt wird, und daß 2. zu gleicher Zeit ein „Schmuckmädel“ Schmuck auf Tablett an den Tischen