

# 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  $\frac{1}{4}$  Seite 200,— RM.  $\frac{1}{16}$  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  $\frac{1}{16}$ )

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. 41, Jahrgang 58 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 6. Oktober 1934

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Uhren und Schmuck — Bedarf und Kultur

Der Wiederaufbau Deutschlands hat auf allen Wirtschaftsgebieten erfreuliche Fortschritte gemacht. Unter Zugrundelegung der Produktionsmenge sind, wie die D.D.-Bank in ihren Betrachtungen zur Wirtschaftslage im September 1934 feststellt, seit dem Herbst 1932 rund zwei Drittel des Krisenausfalls wieder wettgemacht worden. Diesem Anstieg des Produktionsumfanges entspricht annähernd auch der Rückgang der Arbeitslosigkeit von über 6 auf 2,4 Millionen. Betont wird auch, daß die sonst zur Verfügung stehenden Kennziffern zur Beurteilung der Lage, z. B. die Umsatz- und Verbrauchssteuern, die Behauptung des Tätigkeitsgrades und auf manchen Gebieten eine weitere Belebung bestätigen. Je weiter ein Gewerbe von der Befriedigung des täglichen Lebensbedarfs entfernt ist, desto später lassen sich bei ihm die Merkmale der Besserung spüren, und so kann es nicht wundernehmen, daß im Uhren- und Schmuckwarenfache sich erst seit einiger Zeit eine Belebung zeigt, während andere Teilgebiete der Volkswirtschaft schon wesentlich früher einen Aufstieg verspürten. Daß aber die erfreuliche Entwicklung jetzt auch in unserem Fache immer klarer in die Erscheinung tritt, ist ein außerordentlich gutes Zeichen für die gesamte deutsche Wirtschaft, deren Genesung man mit an dem Grade messen kann, in dem für die nicht lebensnotwendigen Bedürfnisse Geld übrig ist.

Unter gewissen Vorbehalten wird man immer sagen können: Je mehr Volksgenossen die Möglichkeit haben, Einkommensteile für Gegenstände auszugeben, die nicht zum unmittelbaren Lebensbedarf gehören, je größer also der allgemeine Wohlstand ist, desto ansehnlicher wird auch die Zahl derer sein, die mit ihrem Schicksal zufrieden sind. Natürlich spielt das tägliche Brot die Hauptrolle; aber es muß doch eindringlich darauf hingewiesen werden, daß der Mensch über die Befriedigung der Lebensnotdurft hinaus einen Anspruch auf gewisse Kulturgüter hat, zu denen auch Uhren und Schmuckgegenstände gehören. Vielleicht ist nichts für ein Volk verderblicher als der schon im vorigen Jahre von Adolf Hitler scharf abgelehnte Primitivitätskult, der die Kultur ebenso wie die Wirtschaft zerstört. Gerade da sich Deutschland im Aufstieg befindet, muß sich das Interesse der Deutschen an schönem Schmuck heben, der ja einen Teil der Gesamt-

kultur darstellt. Es ist notwendig, das ganze Volk mehr für Qualitätsuhren und guten Schmuck zu interessieren; denn da der kulturelle und wirtschaftliche Aufstieg allen Volksgenossen zugute kommen soll, so muß auch jeder Gelegenheit haben und nehmen, den Bedarfsteil zu decken, der auf den Wunsch, sich zu schmücken, gestützt ist. Preiswertes, wohlfeiles Angebot ist ebenso wie die Herstellung geschmackvoller Waren eine wichtige Voraussetzung für die Erreichung dieses Zieles. Das Gütezeichen „Laurin“ trägt dazu bei, auch in den breiten Massen des Volkes erhöhtes Interesse an gutem Schmuck, wie ihn nur das Fachgeschäft anbietet, zu wecken. Die großzügige Gemeinschaftswerbung der Schmuckwarenindustrie und die für den Herbst zu erwartende Gemeinschaftswerbung des Zentralverbandes wirken in der gleichen Richtung.

Der einzelne Uhrmacher und Juwelier kann und muß sehr viel durch kaufmännische Tüchtigkeit, ohne die kein Erfolg möglich ist, dazu beitragen, unserem Fache einen weiteren Auftrieb zu geben; es sei nur an die vielen, oft uralten Erbschmuckstücke erinnert, die in den Familien schlummern. Soweit sie sich mit dem heutigen Geschmack nicht vertragen, sollen sie entweder aus Pietät zu Hause aufbewahrt oder anderenfalls umgearbeitet werden. Immer noch tragen viele Menschen zu modernster Kleidung die unmöglichsten Uhren und den altmodischsten Schmuck. Durch entsprechende Aufklärung, die jeder Einzelhändler in seinem Kreise leisten kann, wird viel zu erreichen sein.

Der gesamte äußere Mensch in Kleidung, Schmuck und Benehmen soll möglichst eine kultivierte Einheit darstellen. Dazu ist nicht nur nötig, daß die Kleidung entsprechend gewählt wird, sondern auch, daß Uhren und Schmuckstücke getragen werden, die mit dem allgemeinen Kulturstand der Nation und dem besonderen des Trägers harmonieren. Der Schmuck, zu dem auch die Kleinuhren gehören, ist sozusagen eine Visitenkarte des Geschmacks. Die Fachleute können in dieser Hinsicht sehr viel zur Erziehung beitragen, nicht zuletzt durch das eigene Beispiel. Je besser sie die ihnen obliegenden kulturellen Verpflichtungen erfüllen, desto größer wird auch das Interesse aller Volksgenossen an der wechselnden Schmuckmode sein.

Dr. A.