

3 RM. Der Höchstpreis beträgt jetzt also etwa 35,20 bis 36,20 RM. Für Silber in Form von Rohmaterial (s. § 1 Ziff. 2 der Anordnung) dürfen dagegen gewisse Zuschläge gezahlt werden, die in § 5 der Anordnung aufgeführt sind. Höhere als die hiernach sich ergebenden Preise können die Uhrmacher und Juweliere also beim Weiterverkauf des von ihnen erworbenen Silbers nicht erzielen. Wenn sie an diesem Handel verdienen wollen, werden sie entsprechend geringere Ankaufspreise zahlen müssen.

Wichtiger als dieser Handel wird es jedoch sein, Silber zur Anfertigung von Waren auf ihre Rechnung zu erwerben; in diesen Fällen können die Ankaufspreise sich mit den Höchstpreisen decken. Wer über die Preise hinausgeht, setzt sich der Gefahr aus, schwer bestraft zu werden. Vorsätzliche oder fahrlässige Zuwiderhandlungen gegen die Anordnungen werden nach der Verordnung des Reichswirtschaftsministers über Preise für Silber vom 6. Oktober 1936

mit Gefängnis und Geldstrafe, deren Höchstmaß unbeschränkt ist, oder mit einer dieser Strafen bestraft.

Einschränkungen des Ankaufs von Silber werden nicht verfügt. Die Uhrmacher und Juweliere sind also ohne besondere Genehmigung berechtigt, weiterhin Silber anzukaufen und zu verkaufen. Wir weisen jedoch auf § 2 Abs. 2 der Anordnung hin, nach dem die Händler verpflichtet sind, das erworbene Silber mit möglichster Beschleunigung der Verarbeitung zuzuführen.

Der Schluß liegt nahe, daß die Preise der Silberwaren niedriger werden, da die Silber-Einkaufspreise infolge Wegfalles des freien Handels im Durchschnitt erheblich niedriger als früher sein werden. Ob eine Preissenkung eintreten wird, kann allerdings noch nicht gesagt werden, da hierbei auch noch andere Erwägungen eine Rolle spielen. Die Verhandlungen innerhalb der beteiligten Gruppen sind noch nicht abgeschlossen.

## Vermischtes

### Kleine Winke für die Werbung der Uhrmacher

**Warum schmunzeln diese Herren?** Diese Frage steht über einem Bilde, das drei ältere gutgelaunte Herren zeigt, von denen einer etwas in der Hand hält, auf das die anderen beiden mit Interesse blicken. Der Text darunter stillt die Neugierde des Lesers: „Herr Brand zeigt seinen Freunden die schöne Taschenuhr, die ihm seine Frau zum Geburtstage geschenkt hat. — Auch Ihr Gatte würde sich wohl über eine neue Uhr freuen! Es gibt in vielen Preislagen schöne und zuverlässige Taschenuhren. Wir beraten Sie gern, damit Sie die richtige Uhr wählen, die Ihrem Gatten bestimmt Freude macht.“

Grade die Frauen fangen zeitig an, für ihre Weihnachts-Einkäufe zu sparen. Was sie schenken wollen, wissen sie oft noch nicht; deshalb kann man ihnen jetzt solche kleinen „Geschenkt-Tips“ geben.

**Gemeinschaftswerbung für Schmuck.** Von der Laurin-Werbung wird den Fachgeschäften ein neues Musterblatt zur Verfügung gestellt. Es ist sehr ansprechend ausgeführt, gibt einen kleinen Überblick über die wichtigsten Gruppen von Schmucksachen und bietet auch einige nette Kostproben von Geschenkartikeln für den Herrn, von Bestecken und Armbanduhren. Die Musterblätter sind dazu bestimmt, von den Uhrmachern und Juwelieren an ihre Kunden versandt oder im Laden ausgehändigt zu werden. Auf der Titelseite ist Raum für den Eindruck eines Firmenstempels gelassen. Der Preis ist sehr niedrig, da die Laurin-Werbung mehr als die Hälfte der Herstellungskosten trägt; je 200 Stück werden für 1,60 RM unter Nachnahme geliefert. Bestellungen müssen von den Fachgeschäften an die Großhandlungen gerichtet werden, damit die Gewißheit besteht, daß die Blätter nur in die Hände der anerkannten Facheinzelhändler kommen.

Die rege Benutzung dieses Musterblattes ist im Interesse des ganzen Fachhandels dringend zu empfehlen. Seine Aufgabe besteht jedoch nicht darin, die großen Musterbücher der Versandgeschäfte unwirksam zu machen oder in ihrer Werbekraft herabzusetzen; das ist schon wegen seines viel geringeren Umfanges nicht möglich. Das Hauptwerbemittel des Einzelhandels, auch gegenüber den Versandgeschäften, können überhaupt nicht Musterbücher sein, sondern nur die Schaufenster. Diese müssen im Kampfe mit den Warenhäusern durch tadellose, zugkräftige, häufig gewechselte Dekorationen aufs äußerste eingesetzt werden. Wollte der Einzelhandel versuchen, mit umfangreichen teuren Katalogen zu arbeiten, die den weitaus größten Ausgabe-posten der Versandgeschäfte bilden, so müßte er entweder an seinen Ausgaben für das Schaufenster sparen oder seine Werbeausgaben ungebührlich erhöhen; beides aber muß vermieden werden. Werbedrucksachen der oben erwähnten Art sind dazu bestimmt, die Verbraucher auf die Fachgeschäfte aufmerksam zu machen und ihnen an Hand der wenigen abgebildeten Muster den Gedanken nahezubringen, daß eine reiche Auswahl von Schmuckstücken, Uhren usw. im Original in den Fachgeschäften zu sehen sind. Das Versandhaus aber hat kein Schaufenster; darin sind wir ihm über! Musterblätter sind also wertvolle Hilfsmittel, aber nicht die Hauptsache.

„Die Anfertigung von Maßzapfen.“ Von den im dritten Lehrjahre stehenden Uhrmacherlehrlingen wird, wie in der Deutschen Uhrmacher-Zeitung Nr. 40 veröffentlicht worden ist, in der näch-

sten Lehrlingsarbeitenprüfung (Zwischenprüfung) die Anfertigung von vier Maßzapfen gefordert. Nähere Anleitungen hierfür hat gleichzeitig Gewerbeoberlehrer Otto Böckle gegeben. In seinen Ausführungen ist, wie uns der Verfasser jetzt mitteilt, ein kleiner Irrtum enthalten, den wir hiermit richtigstellen. Die beiden letzten Sätze des zweiten Absatzes müssen lauten: „Die Tiefe des Öl-trichters (nicht: der Hohlkehle) ist halber Zapfendurchmesser, die Länge voller Zapfendurchmesser. Der Wellendurchmesser ist der dreifache Zapfendurchmesser.“

**Eine Versteigerung antiker Uhren.** Am 20. Oktober, von vormittags 10 Uhr an, wird die Firma Paul Graupe, Berlin W 9, Bellevuestr. 3, außer Gemälden und ostasiatischem Porzellan zahl-

reiche kunstgewerbliche Gegenstände versteigern, darunter auch vier Uhren. Besonders bemerkenswert ist die hier im Bilde wiedergegebene große Renaissance-

Türmchen-Uhr, die in Augsburg im letzten Drittel des 16. Jahrh. entstanden ist. Das Gehäuse aus vergoldetem, reich getriebenem Kupfer ist mit Bandelwerk und Fruchtgehängen verziert. Auf jeder der vier Seiten ist ein silbernes Zifferblatt mit Zeit- und astronomischen Zeigern angebracht. Das Uhrwerk ist noch im Gange. Als Bekrönung dient ein gestuftes mehrgeschossiges Rundtempelchen, in dem sich das Schlagwerk befindet. Das ganze Stück hat eine Höhe von 67 cm und einen Durchmesser von 31 cm. Ferner wird eine Aufsatzuhr aus Goldbronze ausboten, die gegen Ende des 18. Jahrh. geschaffen worden ist.



Eine Renaissance-Türmchenuhr Augsburg, letztes Drittel 16. Jahrh. Aufn. Graupe

Auf ovalem Sockel ist ein schreitender Amor angebracht, auf dessen Flügeln das kastenförmige Uhrgehäuse ruht. Das Zifferblatt ist mit blauen Glasplättchen belegt. Das dritte Stück ist eine in Holland um die Mitte des 18. Jahrh. geschaffene 276 cm hohe Standuhr; sie ist schwarz lackiert und mit gold- und farbengefaßten Chinoiserien geschmückt. Der Schlagwerkkasten ruht auf einem würfelförmigen Sockel; der rechteckige englische Werkkasten ist vorn verglast. Schließlich wird eine 245 cm hohe englische Standuhr aus der Zeit um 1770 versteigert, die auf dem Zifferblatt die Bezeichnung „W. M. Jourdain, London“ trägt. Sie besteht aus Mahagoni mit hellen Streifeneinlagen. Das verglaste rechteckige Werkgehäuse ist rundbogig abgeschlossen, von zwei