

Deutsche Uhrenmacher-Zeitung



Bezugspreis für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,25 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen gern mitgeteilt. Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrenmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

Dreife 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. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postfach-Konto Berlin Nr. 2581. Telegramm-Anschrift: Uhrzeit Berlin. Fernsprecher: Sammel-Nummer 17 52 46

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 30, Jahrgang 62

Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68

23. Juli 1938

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten - Nachdruck verboten

Uhren, Gold- und Silberwaren in Amerika

Einzelhandel mit Uhren und Juwelen

Wenn man als Juwelier einige Großstädte der Vereinigten Staaten bereist, so ist es wohl selbstverständlich, einmal zu versuchen, einen Einblick in das Leben und Treiben der Kollegen jenseits des Ozeans zu bekommen. Zieht man die Geschäfte von New York, Philadelphia, Washington und Chicago zum Vergleich mit unseren Geschäften heran, so zeigen die meisten schon rein äußerlich ein anderes Gesicht. Die Schaufenster der bekannten Juweliere, wie z. B. Tiffany & Co., Black Starr & Frost Gorham, New York, und C. D. Peacock, Chicago, sind im Verhältnis zu ihrer Breite ungewöhnlich hoch, und man vermutet hier in einiger Entfernung eher ein Konfektionsgeschäft als das eines Juweliers. Die Auslagen verraten nicht die reichhaltige und vielseitige Auswahl, die im Laden vorhanden ist. Die Schaufenster sind durch verhältnismäßig niedrige Glaswände von dem Verkaufsraum getrennt, so daß man einen Teil des Inneren von der Straße aus zu sehen bekommt. Black Starr & Frost Gorham zeigt in einem seiner Fenster einige gravierte Pokale zu einem Pferderennen. Um die Straßengänger auf den Zweck dieser Cups besonders hinzuweisen, hat man vor sie die bunte Jacke und die Mütze eines Jockeys gelegt. Diese Dekoration wird aber nicht so beachtet wie die für unser Empfinden doch sehr kitschige Dekoration der Firma C. D. Peacock in Chicago; sie zeigt einen langen Brautzug, der sich im Inneren einer Kirche nach dem Altar zu bewegt. Die Personen sind durch etwa 10 cm hohe Wattepuppen dargestellt. Hier wird für die mit Brillanten besetzten Verlobungs- und Trauringe Propaganda gemacht. Die gleiche Art der Dekoration findet man auch in verschiedenen anderen Geschäften. Oft wird eine die Echtheit der Ringe und Steine garantierende Bescheinigung abgebildet, die der Kunde beim Kauf der Ringe mitbekommt. Der Hinweis darauf, daß man die Ringe in zwölf Monatsraten kaufen kann, ist nicht selten. Einen glatten oder facettierten Trauring, wie wir ihn kennen, findet man fast überhaupt nicht in den Fenstern der amerikanischen Uhren- und Goldwarengeschäfte. In einem anderen Fenster zeigt diese Firma noch ein großes Aquarium,

in dem ein Taucher nach einer wasserdichten Uhr greift. Dieser Ausstellung hat man durch Luftblasen, die sich in regelmäßigen Abständen von dem Kopfe des Tauchers lösen, etwas Leben gegeben.

Im Gegensatz zu den erwähnten Geschäften, die nur wenig Gegenstände in ihren Fenstern zeigen, stehen die kleineren Geschäfte, die oft einem Papierladen gleichen. Auf Pappkartons in einer ungefähren Größe von 8×6 cm ist in der Mitte ein Schmuckstück befestigt. Der Karton ist meist rot und schwarz beschriftet. Oft ist die Zahl des Preises größer als das Schmuckstück selbst, und in dieser Aufmachung ist Stück an Stück gereiht.

Interessant ist in New York die „Schwarze Börse“ an der Bowery, einem verrufenen Viertel in der Nähe der bekannten Wallstreet. Hier sind viele Geschäfte, in denen in jedem einzelnen bis an die zwanzig Händler ihre oft kostbaren Juwelen zum Kauf anbieten. Hier sieht man oft zwei bis drei nicht immer vertrauenerweckende Personen an einem Stande, jeder einen losen Brillanten, ein wertvolles Brillantarmband, eine Uhr oder sonst ein Schmuckstück in der Hand, mit dem Verkäufer feilschend. Man bekommt den Eindruck, daß wohl mancher ein ihm gestohlenen Schmuckstück hier unter Umständen wiederfindet. In der Mehrzahl sind es natürlich Juden, die diese Juwelen verschachern, wie es überhaupt bemerkenswert ist, daß von den 7 Millionen Einwohnern New Yorks 2,3 Millionen Juden und 300 000 Neger sind.

Man findet an der Bowery auch kleinere Geschäfte, hinter deren Schaufensterscheibe ein Uhrmacher, oft eine Zigarette im Munde, Uhren repariert. Man fragt sich, wie dieser Mann überhaupt zwischen all dem Schmutz eine kleine Uhr wieder in Gang bringen kann. Diese Geschäfte haben ganze Kästen voller Werke, die man für 20 Cent bis 4 Dollar das Stück erstehen kann, in ihren Schaufenstern.

Die drei größten Warenhäuser Amerikas, Wanamaker, Macy und Marshall Field & Co., unterhalten große Abteilungen für Juwelen, Uhren, Gold- und Silberwaren. Die Größe der Auswahl und der Wert der einzelnen Stücke können durchaus mit den Spezialgeschäften konkurrieren.