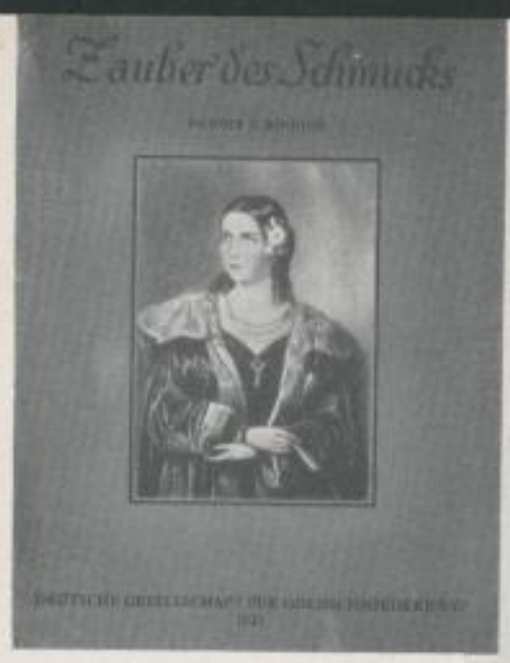

WERBUNG FÜR SCHMUCK

Goldschmied
Goldsmith

F. R. WILM

In der Zeit vom 28. bis zum 31. August 1935 findet in Berlin der V. Internationale Kongreß der Industrie-, Handwerks-, Groß- und Einzelhandelsverbände des Juwelier-, Gold- und Silberwarengewerbes statt. Wir legten dem bekannten Berliner Goldschmied Wilm, Präsidialmitglied des Kongresses, nachfolgende Frage vor:

Für die Leser unserer Zeitschrift ist es interessant zu erfahren, ob auf dem Internationalen Juwelierkongreß in Berlin die Probleme der Werbung behandelt werden. Wie ist Ihre persönliche Stellung zu diesen Fragen? Welche Dienste kann nach Ihrer Meinung die Werbung für die Goldschmiede und die Juweliere leisten?

Antwort: Wenn sich die Angehörigen irgendeines Berufsstandes zu einem Kongreß oder sogar zu einem internationalen Kongreß zusammenfinden, dann ist ihr ganzes Sinnen und Trachten natürlich auf Förderung ihres Berufes gerichtet. Es ist also Werbung im weitesten Sinne.

Die deutschen Goldschmiede haben in den letzten Jahren viel unternommen, um das Interesse an ihrer wertvollen Kunst wieder lebendiger werden zu lassen. Am 3. August 1932 wurde in Berlin die Deutsche Gesellschaft für Goldschmiedekunst gegründet. Sie ist keine Berufsorganisation, sondern ein Zusammenschluß von Persönlichkeiten, die über die Sorgen und den täglichen Lebenskampf hinaus noch

„Zauber des Schmucks"
Eine Publikation der Deutschen Gesellschaft für Goldschmiedekunst mit Bildern alter und neuerer Meister und einem Geleitwort von Rudolf G. Binding

"The Magic of Jewels"
a publication issued by the "German Society for the Promotion of the Goldsmith's Art" with pictures after old and later masters with introductory remarks by Rudolf G. Binding

SLUB Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id32782187-19350080/72
gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT