

man eine starke Absicht dahinter, man glaubte sich einem Trust gegenüber zu befinden, der seine Zubehörteile wie Spitzen etc. an den Mann resp. an die Frau bringen und verhüten wollte, dass dieselbe auch noch Geld für Schmuck ausgabe, die Modenfiguren erschienen ohne Schmuck, es bildete sich im Publikum die Meinung, es sei chic, ohne Schmuck zu erscheinen — in der Modezeitung könne man das ja am allerersten bestätigt finden. —



Jedem erfahrenen Geschäftsmann wird es klar erscheinen, dass eine solche einmal bestehende Meinung sich rasch in allen Schichten verbreitet, von der gnädigen Frau herab bis zum Dienstmädchen, von der massgebenderen städtischen Bevölkerung bis aufs Land.

Die Erwerbsgruppen der Goldwaren-Branche haben das auch stark an ihrem Leibe spüren müssen und die Erkenntnis, dass hier etwas geschehen müsse, brach sich Bahn. Die Kunstgewerbe-Vereine betrachteten es als eine ihrer ersten wirtschaftlichen Aufgaben, die gegen das Schmucktragen herrschende Meinung zu bekämpfen. Es wurde vor etwa 5 Jahren eine Kommission eingesetzt, deren Wirken vorübergehend Erfolg zeigte, welche aber mit dem Nachlasse der Agitation wieder schwanden. Die Arbeit stellte sich nämlich als eine so gewaltige heraus, dass sie für die Dauer von im Erwerbsleben stehenden Männern als Nebenarbeit nicht geleistet werden konnte, abgesehen von den baren Mitteln, die zur Erreichung des Zieles erforderlich waren.

In einer Sitzung des K. G.-Vereins zu Pforzheim, welcher der Herausgeber der Handelszeitung vor etwa 3 Jahren bewohnte, wurden wir auf die hohe Bedeutung der Aufgabe hingewiesen und angespornt, unsere Thätigkeit auch diesem Gebiete zu widmen. Wir waren uns der Schwierigkeiten wohl bewusst, die sich uns auch bergeshoch entgegenstellten, denn das Ziel konnte nur durch eine umfangreiche Organisation erreicht werden.



Auf unsere Initiative bildete sich in Berlin eine Fachkommission aus den bekanntesten Mitgliedern der „Freien Vereinigung für das Gold- und Silberwarengewerbe in Berlin“, welcher ausser dem Herausgeber der Handelszeitung noch die Leiterin unserer Berliner Filiale, eine Modeschriftstellerin, angehört. Zu den Mitarbeitern zählen viele Fachleute, Modezeichner, Künstler und Schriftsteller. Die von uns herausgegebenen Modebilder, von denen eines diesem Artikel beigelegt ist, sind bezüglich des Anlegens von Schmuck tonangebend geworden. Diese Modebilder vermitteln wir an Modezeitungen, denen dieselben als Vorbilder dienen; weiterhin stellen wir sie den Mitgliedern der Centralstelle zum Auslegen im Laden oder Schaufenster zur Verfügung. Auch zum Versenden als Reklameblätter werden die Modebilder benutzt und liefern wir dieselben in jedem Quantum mit der Firma des Bestellers unter billigster Berechnung.

Neben dieser Hauptaufgabe beschafft die Centralstelle den Mode- und Familienzeitungen auch Schmuckentwürfe, auf Wunsch sogar die Klischees, und wird jeder, der unsere Modezeitungen verfolgt, in letzter Zeit öfter Abbildungen von Schmuck in Originalgrösse gefunden haben, die aus unserer Centralstelle stammen. Aber nicht allein in der Vermittelung von Schmuck-

bildern besteht unser Wirken, auch durch das Wort agitieren wir für den Schmuck, indem wir Plaudereien über das Schmucktragen etc. von geeigneten Schriftstellern verfassen liessen und an die meisten Familien- und Tageszeitungen versandten. Der Umstand, dass die Tageszeitungen für die grosse Masse oft die einzige Lektüre bilden, liess uns deshalb dieselben als geeignetestes Mittel besonderer Bearbeitung wert erscheinen. Wir boten denselben kostenlos unsere Feuilleton-Artikel und es ist begreiflich, dass dieselben gern aufgenommen wurden. Ja es ist die sichere Aussicht vorhanden, dass unsere nachhaltige Thätigkeit die gesamte Presse für sich gewinnen wird.

Die Berichte der Centralstelle sind aber auch als massgebend schon anerkannt, denn sie repräsentieren nicht die Meinung eines Einzelnen, sondern sind unter Mitwirkung der hervorragendsten Vertreter der Goldwarenbranche, wie der Kunstgewerbevereine Hanau und Pforzheim, des Kunstgewerbemuseums in Gmünd und der schon genannten Freien Vereinigung in Berlin entstanden.

Diese Fachkommissionen haben einerseits Fühlung mit dem Detaillieur, andererseits mit dem Fabrikanten; in ihr liegt die Vertretung der gesamten Interessen der Branche in wirtschaftlicher wie kunstgewerblicher Richtung. Durch eine umfassende Organisation ist dafür Sorge getragen, dass deren gemeinsame, aller



Interessen fördernde Thätigkeit bestehen bleibt, weil wir gerade darin (wohlverstanden nicht durch die Arbeit und Interessenvertretung oder Ausnutzung eines Einzelnen) ein Gedeihen und eine stabile Weiterarbeit der Centralstelle erblicken.

Wird diese Sache für uns Wert haben? — so wird mancher unserer Leser fragen. — Jene Uhrmacher, welche die Goldwaren-Branche für sich zum Vorteil bereits ausnutzten, haben diese Frage längst zustimmend beantwortet. Alle andern seien auf unser Bild hingewiesen. Das seitens der Centralstelle betonte Hervorheben der Damenuhr an den Kostümen wird sicherlich eine stärkere Nachfrage hervorrufen, wie ja manche Firmen zu Weihnachten nicht alle Aufträge auf Ketten und Schleifen erledigen konnten. Die Damenuhr gilt seit Jahren fast ausschliesslich als Schmuckstück, und vermöge unserer Agitation kann der Uhrmacher an der Hand unserer Bilder dem Publikum zeigen, was Mode ist.

Neben dem, was Mode ist, sollen unsere Schmuck-Bilder, die wir regelmässig bringen, aber auch beim Einkauf eine leitende Rolle übernehmen. Aus unserer bildlichen Darstellung kann man den Genre des Neuesten sehen, darnach einkaufen und verkaufen und das ist von vielem Wert.

Für jene Kollegen, die schon Goldwaren führen, ist dieser Gesichtspunkt natürlich noch von grösserem Nutzen, und wenn man uns vielleicht einwendet, die Bilder zeigten nur feinste Kostüme und teuersten Schmuck, während die Uhrmacher allgemein nur den Mittel- und geringeren Genre führen, so möchten wir demgegenüber das eine erwähnen, dass Jedermann, wer es auch sei, sich gern nach höher stehenden Modellen richtet und diese nachzuahmen bemüht ist, soweit es eben seine Mittel erlauben.

Wir können deshalb die Anschaffung des Reklame-Blattes auch dem Uhrmacher bestens empfehlen und haben die Einrichtung getroffen, dass für den Beitrag von Mk. 2.— die Mitglieder der Centralstelle „Die Uhr“ die Schmuckblätter ebenfalls erhalten.

Während des Entstehens dieses gewaltigen Bauwerkes der Centralstelle „Schmuck und Mode“ haben wir unentwegt auch der Interessen des Uhrmachers gedacht. Sind diese, wenigstens