

wahllos das Geld in irgendeinem Sachwert an. Das Vorteilhafte an dieser Wandlung ist, daß dadurch dem zu kaufenden Gegenstand wieder wesentlich mehr Beachtung geschenkt wird und damit die solide Arbeit wieder mehr zu Ehren kommt. Der Käufer wird bestrebt sein, daß das, was er erstet, ihn nicht nur für einen Augenblick erfreut, sondern so beschaffen ist, daß es unter Umständen auch von einer Generation auf die andere vererbt werden kann und sein Geschenk dessen Besitzer dauernd die Freude macht, welche nur ein gutes Stück verleihen kann.

Natürlich wird es daneben immer wieder reine Modeartikel geben, welche plötzlich auftauchen, aber auch bald wieder verschwinden. Hier heißt es rasch zugreifen, aber wachsam und bedacht darauf sein, daß sich kein zu großes Lager darin ansammelt. Solche reinen Modegegenstände tauchen immer wieder auf, wie überhaupt das die Mode mitmachende Publikum in kapriziöser Laune stets wieder einen anderen Gegenstand zur besonderen Liebhaberei erhebt. So hat sich die Modelaune bei uns in rascher Folge zuerst sehr stark auf Möbel, dann auf Pelze und zuletzt auf den Schirm geworfen, und es wäre Zeit, daß auch einmal einige Objekte aus dem Bereich der Edelmetallindustrie einer solchen Bevorzugung teilhaftig werden. Ganz willkürlich sind die vorher genannten Liebhabereien ja nicht entstanden. Die Inflation und die Wohnungsnot richteten naturgemäß den Blick der Besitzenden, zumal das Bauen fast unmöglich war, auf eine bessere Inneneinrichtung ihres Heims. Bei der Pelzmode dürfte es im wesentlichen darauf zurückzuführen sein, daß die Pelze nach dem Kriege immer kostbarer und darum begehrter wurden, während gleichzeitig eine geschickte Reklame der Pelzwarenhäuser eine gesteigerte Kauflust weckte. Was endlich die Schirmmode anbelangt, so haben die führenden Firmen der Schirmfabrikanten es ganz offen zugegeben, daß es nur notwendig sei, erst einmal einem Artikel eine bessere Ausstattung zu geben, die von der bisher gebräuchlichen abweicht, um dann, durch eine geschickte Propaganda dafür, Mode zu machen. Gerade der Schirm ist ein typisches Beispiel dafür, wie man einen Artikel zum Modeartikel erheben kann. Der Schirm hat schon einmal zur Zeit der Krinolinen eine große Rolle gespielt, versank aber dann in die nüchterne Einförmigkeit, in der wir ihn bis vor kurzem noch kannten. Nur die Damenschirmmode wechselte ein wenig. Heute ist der Schirm wieder ein Bestandteil der Toilette ganz individueller Art geworden, und seine Verschiedenartigkeit nach Gestalt und Farbe, sowohl hinsichtlich des Stoffs als auch hinsichtlich des Schafts, ist geradezu unerschöpflich geworden, wie dies deutlich auf der letzten großen Schirmmesse in Stuttgart Anfang dieses Jahres zu sehen war. Bedingung für das plötzliche Entstehen einer solchen Mode ist, daß die Industrie es versteht, gewissen Bedürfnissen entgegenzukommen, den betreffenden Gegenstand von der hergebrachten Art zu lösen und für seine Verwendung bei Modevorführungen und ähnlichen Gelegenheiten in wohlgedachter, geschickter Weise zu werben.

Auch in der Edelmetallindustrie gäbe es genügend solcher Artikel, für welche Propaganda gemacht werden könnte. Wir denken nur an Haarspangen und Käämme oder die Stirnbänder für Pagenkopffrisuren, weiter an Taschen und kleine Garnituren für Toilette (Puderboxen, Spiegel, Manikurewerkzeuge u. dgl.) und endlich an einen Artikel, der z. B. in südlichen Ländern eine hervorragende Rolle spielt, den Fächer. Gerade die kleinen Toiletteartikel werden zur Zeit in Deutschland sehr gern gekauft, und der Geschäftsmann muß solchen Dingen Rechnung tragen. Recht schade ist es, daß wir schon seit langer Zeit keine eigentliche Kettenmode in Deutschland mehr haben, und neuerdings hat der Apachenschal, welchen jetzt die Damenwelt einmal um den Hals geschlungen und je einen Flügel vorn über die Brust und hinten über den Rücken herabhängend trägt, auch Halskette

und Halsband teilweise verdrängt. Hier vor allem müßte die Schmuckwarenindustrie sehen, daß sie wieder zu ihrem Recht kommt und Einfluß gewinnt, damit wieder eine hübsche Ketten- und Halsbandmode aufkommt.

Werfen wir noch einen kurzen Blick auf die gleichmäßig alle Perioden überdauernden, immer begehrten Stücke der Gold- und Silberschmiedekunst, welche, sei es Zier-, Gebrauchs- oder Kunstgegenstand, immer den Grundstock eines gut sortierten Warenlagers bilden. Da sind vor allem zu nennen Tafelgeräte und Silberbestecke, Geräte in schöner, formvollendeter Ausführung und in Stilen gewisser Zeiten oder auch in ganz moderner, glatter Ausführung; Dekorationsstücke, wie Schalen, Leuchter, Vasen, Pokale in leichter und schwerer Ausführung für Prunkräume und für kleine Empfangszimmerchen, Damenboudoirs usw., Bestecke in allen Arten, vom einfachen Faden- bis zum Rokokomuster und vom modernen Besteck mit dem breit auslaufenden Stiel bis zu dem nur für bestimmte Zwecke gedachten Besteck, wie Dessertbestecke, Fischbestecke, Kompott-, Eis- und Mokkalöffel und den einzelnen Besteckpaaren, wie Tranchierbesteck, Tortenschaufel und -messer, Butter- und Käsebesteck u. dgl.; Spargelheber, Fleischgabeln (mit Mechanik), Zuckerzange, Teeseiher usw. nicht zu vergessen. Schließlich sei auch noch der Zierlöffel für Streuzucker, Konfekt und ähnliche Zwecke gedacht.

Einen anderen dauernden Bestandteil eines größeren Lagers stellen sodann die Toilettegarnituren dar in kleinerer und größerer Zusammenstellung, und ebenso die Etuis für Nagelpflege und Parfümerie, sowie für die Reise. Letztere, ausgestattet entweder mit dem Notwendigsten und möglichst kleinen Umfanges, oder größer, aber in praktischer Anordnung und den Inhalt vor Bruch schützend durch gute Fütterung und elastische oder harte Wandung. Hier werden neuerdings immer mehr kleine Lederetuis mit den notwendigsten Gegenständen für Picknicks, welche in Autos mitgenommen werden können, gesucht.

Von den Schmuckgegenständen wird der „große Schmuck“ sich in der Hauptsache gleichbleiben. Perlkolliers, Perlohrringe, Brillantringe, Broschen mit Brillanten, Perlen und Farbsteinen oder solche mit schönen handgeschnittenen Gemmen werden immer getragen. Perlschmuck hat zu allen Zeiten für kostbar und vornehm gegolten, und die Damen der Aristokratie aller Zeiten und Länder haben stets Vorliebe für schöne Perlen gezeigt. Der intime Glanz und die unendliche Mannigfaltigkeit der Perle haben von jeher besonderen Reiz auf das weibliche Geschlecht ausgeübt, und in Sagen und Geschichten ist immer wieder von Perlen die Rede. Auch das Aufkommen der Japanperlen hat daran nichts zu ändern vermocht, echte Perlen sind trotz allem ständig im Werte gestiegen. Ja, die Perle wird, nachdem das Erdbeben in Japan anscheinend den größten Teil der dortigen Perlbanke vernichtet hat, in nächster Zeit vermutlich noch weiter im Preise steigen. Auch der Smaragd, welcher jetzt sehr beliebt ist, wird voraussichtlich seine Beliebtheit behalten, weil er schwer zu imitieren ist.

Wenn hinsichtlich der edlen Steine eine Prophezeiung erlaubt ist, so ist es unserem Empfinden nach die, daß die Freude an schönen Farbsteinen (neben dem Brillanten, welcher immer eine große Rolle spielen wird) noch zunehmen wird und daß dabei besonders solche Steine große Beliebtheit gewinnen werden, welche, wie der Opal, nicht einfarbig, sondern, sei es durch ihr Farbenspiel oder durch ihre eigenartige Aderung, den Reiz des Besonderen, fast könnte man sagen Individuellen, haben; derselbe Grund, aus welchem auch der Bernstein mit seinen Wolken und Einschlüssen eine Zeit lang so beliebt war.

Betrachten wir die Frage des Absatzes von Schmuckwaren im allgemeinen, so liegt kein Grund zu der Annahme vor, daß im verarmten Deutschland nun kein Schmuck mehr