

insbesondere wenn seine ursprüngliche Farbe unschön ist, in Oel kocht, doch dieser irisierende Schimmer verliert sich bald, und an seine Stelle tritt jenes schmutzige Gelb, das dem Schmuck seinen Wert nimmt. Weitaus kostbarer sind die dunkeln Steine, deren Farben alle Töne vom Goldgelb über Honigbraun bis zum tiefsten Schwarz durchlaufen, in diesen sehr seltenen Schattierungen jedoch, die außer dem Jet oder Gagate nur noch in altindischem Bernstein vorkommen, in der Natur in der Regel nicht gefunden werden. Diese Steine, die früher einmal auch hellgelb waren, erwerben ihr wertvolles, warmes Timbre dadurch, daß sie nach ihrer Verarbeitung als Familienschmuck oft durch mehrere Menschenalter den wechselvollen Einflüssen ihrer Umgebung ausgesetzt sind, und sie sind es, die für edle Schmuckstücke gesucht, auf den Pariser Boulevards getragen werden. Dem jungen Wiener Gelehrten ist es nun gelungen, durch eine Konzentration jenes Alterungsprozesses, zu welchem der Bernstein sich selbst überlassen, einige 100 Jahre braucht, den Schmuckstücken binnen weniger Tage jene Bräunung und jene patrizische Patina zu verleihen, die ja eigentlich erst seinen eigentlichen Wert ausmacht. Das nach dem Patentverfahren hergestellte Produkt unterscheidet von dem natürlichen in gar keiner Weise, der antikisierte Bernstein hat dasselbe Feuer, dieselbe Farbentönung wie der echte, ja es gelang sogar die Verwandlung von hellgelben Bernstein in tiefschwarzen Jet. Der Vorgang hierbei ist ein recht komplizierter. Während man nämlich bis vor kurzem allgemein der Meinung war, daß Bernstein durch die Einwirkung der Luft, insbesondere des Sauerstoffes, seine Alterungserscheinungen erhält, führten Versuche, die zur Analyse dieser Färbung angestellt wurden, zu ganz anderen, überraschenden Resultaten. Gibt man nämlich Bernstein in Chloroform, so geht unter anderem sein Farbstoff in Lösung, der Stein selbst wird weich. Wenn man nun diese gelbe Lösung mit Oxydationsmitteln behandelt, so entfärbt sie sich vollkommen, das heißt es wird geradezu das Entgegengesetzte dessen bewirkt, was man bisher annahm; Sauerstoff bleicht den Bernstein.

Im Verlauf der Arbeiten hat sich nun gezeigt, daß es sich bei dem werterhöhenden Alterungsprozeß darum handelt, daß zwar eine Bindung unter den Molekülen des Bernsteins stattfindet, ohne daß Stoffe von außen aufgenommen werden. Der Chemiker nennt nun den Vorgang Kondensation. Er geht in seinem natürlichen Ablauf äußerst langsam vonstatten und braucht etwa 2 bis 3 Menschenalter bis zu seiner Vollendung. Durch Anwendung einer Drucksteigerung und den Einfluß bestimmter, sehr hoher Temperaturen, zumal bei Anwesenheit gewisser Stoffe (Katalysatoren), ist es möglich, den Bernstein in kürzester Zeit in jenen Zustand zu versetzen, dem er sonst erst nach etwa 100 Jahren verfällt. Es wird dasselbe Energiequantum wie sonst in einem großen Zeitraum verwendet, und der Stein wandelt sich demgemäß ebenso bei kurz andauernder Beeinflussung und bei hoher Energiezufuhr in kurzer Zeit wie sonst nur langsam bei geringem Energieaufwand.

Dieses Verfahren, das eine Wertsteigerung der einzelnen Schmuckstücke auf mehr als das Doppelte mit sich bringt, ist unter Umständen geeignet, für die österreichischen Juweliere, vielleicht sogar für die österreichische Volkswirtschaft eine nicht unerhebliche Binnahmequelle zu bieten; denn Bernstein ist dornier cri und wird überall, besonders aber in Paris und Amerika, stark getragen. Da gibt es lange Schnüre aus Bernsteinoliven, große Kugeln, matt oder glasklar geschliffen, dann wieder einzelne gefaßte Steine und längliche, tropfenförmige Ohrgehänge. Der Altberstein beginnt die Modekreation der letzten Jahre, die großen, alten Perlen und die schweren Halbedelsteine zu verdrängen. Das Ausland kennt und anerkennt auch bereits die Wiener Erfindung, und die Ambre antique wird schon für alle Arten von Schmuck, von schweren Kolliers bis zum zarten Ohrgehänge, in allen Variationen von Form und Farbe verarbeitet. In absehbarer Zeit dürfte auch bei uns wohl auch der Altberstein jene Würdigung finden, die er jenseits der Grenzen und jenseits des Ozeans hat.

Pariser Brief

Der Uhrenbranche geht es wie allen anderen Zweigen des Handwerks und der Industrie: sie leidet unter der Disharmonie der Gestehungskosten und der Verkaufspreise. Während aber die für die Notwendigkeiten des täglichen Lebens erzeugten Waren regeren Absatz finden, weil die Importe wegen der 30prozentigen Zoll-erhöhung und der Baisse des Franken immer mehr zurückgehen, stockt im Uhrenhandel das Geschäft, soweit der Inlandsverkauf in Frage kommt. Uhren und Juwelen werden weniger gekauft. Die Zeiten der Geldflucht und des Wareneintausches sind vorüber, äußerste Geldknappheit besteht, größere Barmittel müssen für andere Zwecke verfügbar gehalten werden. Um dennoch das Geschäft nicht zu verderben, werden die Verkaufspreise nur für besondere Artikel wesentlich hinaufgesetzt, die gangbarsten Waren, in erster Linie Weckeruhren und Eheringe, sind seit 3 Monaten nicht teurer geworden, was so viel bedeuten will, daß der Händler angesichts der realen Werterhöhung des Materials und der Erhöhung von Miete, Lohn und Steuer Opfer auf sich nimmt, die er nicht sicher ist ausgleichen zu können; denn ein gutes Geschäft ist selten. Ein Uhren-

händler, der seinen Standort an den großen Verkehrsadern hat oder vermöge seiner Kapitalkraft in der Lage ist, die Fassade seines Geschäftes zu verschönern und sein Lager zu bereichern, wird in der Regel mit Ausländern zu tun bekommen, die noch gut situierte Klientel anziehen und an guten Reparaturen noch genug verdienen. Die Zurückhaltung des Publikums bekommt der bescheidene Geschäftsmann zu spüren, der ja auch in der Periode der Geldflucht (Herbst 1925 bis Frühjahr 1926) befriedigende Gewinne verzeichnet hat, nun aber alle Mühe hat, das Neueste nachzuschaffen. Das Publikum verzichtet auf die alten Schaufensterstücke und verlangt vom Kleinen das, was es beim Großen sieht; es muß natürlich nicht das edle Material sein, doch ist der Sinn für die Form, den Stil und die Ausführung durch die Mode so allgemein, daß selbst Landgeschäfte über die Unverkäuflichkeit ihres alten Lagers klagen. Wenn auch diesen nicht so ganz Glauben zu schenken ist, denn es gibt in Frankreich keinen konservativeren Menschen als den Provinzler, so gilt dies sicher für den ganzen Pariser Rayon.

Gewisse, den Ruf der Branche schädigende Händler, die ihr Geschäft mehr kommerziell als technisch betreiben, haben durch Einführung des Schneeballsystems die Behörde auf ihre Tätigkeit aufmerksam gemacht. Die Offerte ist verführerisch: „Sie gewinnen ohne Risiko und Verlust eine goldene Uhr (oder eine Perlenschnur usw.), wenn Sie an unserem Goldregensystem teilnehmen.“

Daß die Franzosen den deutschen Kollegen Ehre angedeihen lassen und sie sogar für sich requirieren, tritt nicht nur bei der gegenwärtigen Ausstellung von Uhren aus den letzten Jahrhunderten zutage — wir meinen die alten, herrlichen Straßburger Werke —, sondern geht auch aus einer Kritik über ein Buch von Theodor Ungerer (Straßburg) in der Tagespresse hervor, das sich mit der Geschichte einer Straßburger Uhrmacherdynastie, Habrecht, befaßt. In dieser Kritik stehen folgende Worte: „Wir sind stolz darauf, die Habrechts, die vollendete Type von Meistern alter Zeit, zu den Unseren zählen zu dürfen und würden wünschen, daß unsere Enkel den Weg ihrer Voreltern (?) einschlagen . . .“ Die Zeit der Enkel ist noch fern, aber von deutscher Kunst zu lernen, kann keinem Fremden schaden.

Der beste Verkäufer

Ein Herr betrat einen Juwelierladen und ließ sich ein Brillantschmuckstück aus dem Fenster zeigen, das seine Aufmerksamkeit erregt hatte.

Der Verkäufer erging sich in den üblichen Lobeserhebungen, während der Liebhaber die Steine prüfte. Schließlich wurde auch der Preis genannt, der jedoch dem Kunden so hoch erschien, daß er von dem Kauf Abstand nehmen wollte.

In diesem Augenblick kam der Geschäftsinhaber hinzu und mischte sich in die Unterhaltung. Auch er hob die Schönheit der Steine und ihre wunderbare Fassung hervor, hielt das Stück gegen das Licht und machte auf die kristallklare Reinheit der Brillanten aufmerksam. Dann beschattete er sie mit der Hand und wies auf ihr blitzgleiches Funkeln in allen Farben des Regenbogens hin. Gleichzeitig sprach er mit einer tief empfundenen Ehrfurcht über die Herkunft der Juwelen und ihre abenteuerliche Wanderung bis in seinen Besitz und seinen Laden.

Plötzlich zog der Kunde seine Brieftasche hervor, zählte den geforderten Betrag auf und empfahl sich. In der Tür wandte er sich noch einmal an den Inhaber, der ihn dortbin begleitet hatte, indem er ihn fragte: „Sagen Sie mir eins: Wie war es Ihnen nur möglich, mich doch noch nachträglich zum Kauf zu bestimmen? Als Sie hinzutraten, war ich bereits fest entschlossen, nicht zu kaufen!“ — „Weil mein Angestellter sich nur auf Diamanten versteht, während ich sie liebe“, war die schlichte Antwort des Juweliers.

Ein Beweis, daß nicht nur Kenntnisse, sondern vor allem Begeisterung zum Erfolg des Verkäufers gehören!

*

Wir entnehmen diese Ausführungen mit freundlicher Genehmigung des Verlags der neuen Monatsschrift „Verkaufspraxis“, Zeitschrift für Kundengewinnung und Kundenerhaltung (Stuttgart, Pfisterstr. 5; Jahresabonnement zu 12 Hefen 20 Mk.). Während es viele Zeitschriften gibt, die sich der „Reklame“ widmen, ist die „Verkaufspraxis“ das erste Organ, das sich darüber hinaus vorwiegend mit der Psychologie des Verkaufs befaßt und praktische Verkaufserfahrungen und -Systeme aus allen Ländern der Welt schildert, und zwar nicht nur für Einzelhandel, sondern auch für den Großhandel und die Fabrikation. Ihre Ziele lassen sich zusammenfassen in dem Schlagwort „Dienst am Kunden“.

Budapester internationale Frühjahrsmesse

Man vermißt die deutsche Uhrenindustrie

In der Zeit zwischen dem 17. und 26. April ging die 20. Budapester Frühjahrsmesse vor sich, welche ihren äußeren und inneren Dimensionen nach im Vergleich mit den früheren bedeutungsvoller und umfangreicher schien, hinsichtlich des Erfolges indes den vorangegangenen weit zurückblieb.

Vor Torschlus wurden allgemeine Klagen, Unzufriedenheit seitens der Teilnehmer laut, die mit dem Aufgebote ihrer moralischen