kann. In dieser Hinsicht ist die Konzentration der Uhrenausstellungen im Sachsenhof für die deutschen Uhrmacher ein großer Vorteil gegenüber der früheren Zersplitterung in mehrere Gruppen. Abgesehen von dem rein fachgewerblichen Interesse des Uhrmachers auf der Leipziger Messe ist es für ihn von großem Wert, die Entwicklung anderer Berufszweige, besonders der Präzisionstechnik und des Reklamewesens, zu verfolgen, wozu sich nirgends eine ähnliche Gelegenheit bietet. Man kommt von der Leipziger Messe immer mit neuen Eindrücken, aber auch mit geschäftlichen Erfolgen zurück. Ich kann den Besuch der Leipziger Messe allen Kollegen auf Grund meiner Erfahrungen im Sinne einer modernen Geschäftsführung nur empfehlen." (VI 1/284)

Die Fachvereinigung des Edelmetallgewerbes in Hanau a. M. beschäftigte sich in ihrer Jahresversammlung vom 1. Juni ds. Js. besonders eingehend mit der Messefrage. Bekanntlich hat die Hanauer Edelmetall-Industrie seit der letzten Leipziger Frühjahrsmesse im Meßhaus Sachsenhof eine Gesamtausstellung eröffnet, die noch weiter ausgebaut werden soll. Deshalb wurde folgender Beschluß gefaßt:

Die Fachvereinigung sieht es als notwendig im Interesse der Zukunft der Hanauer Edelmetall-Industrie an, daß die auf der Leipziger Messe bereits bestehende Musterausstellung Hanauer Erzeugnisse durch die noch fernstehenden Firmen, die am Export interessiert sind, besonders der Juwelenbranche, vervollständigt wird. Die Fachvereinigung würde es außerdem sehr begrüßen, wenn die Edelmetall-Industrie in Schwäbisch-Gmünd sich ebenfalls durch eine Gesamtausstellung an der Leipziger Messe beteiligen und sich nach Möglichkeit der Hanauer Ausstellung anschließen würde. (VI 1 285)

Das Schaufenster des Juweliers. Bei dem Vortrag, den Frau von Stephanie-Hahn (Berlin) auf der diesjährigen Gmünder Schulungswoche für das Edelmetallgewerbe hielt, gab die Künstlerin auch wertvolle praktische Anregungen, die für jeden Ladenbesitzer von Wert sind. Wir geben deshalb einen eingehenderen Bericht ihres Vortrags wieder:

Das künstlerische Schaufenster ist sowohl ein Wirtschafts- als auch ein Kulturfaktor. Der moderne Ladeninhaber ist gezwungen, ihm größte Aufmerksamkeit zu widmen. Das richtig aufgemachte Schaufenster dient ja vor allem zur Reklame. Reklame bedeutet Werbung, Anlockung von Käufern.

Die künstlerischen Grundsätze für das Auslegen der Waren sind folgende: Es gilt, die Ware in ihrem höchsten Reiz zu zeigen und mit feinem psychologischem Verständnis die Auslage zu einem Erlebnis für den Beschauer zu machen. Höchste Werbekunst — und das ist heute eine feine Wissenschaft — verlangt höchste Veredelung der Warendarbietung.

Der Fall liegt nun beim Juwelier besonders schwierig. Gerade für Gold- und Silberwaren ist es gewiß nicht leicht, neue Darbietungsmöglichkeiten zu schaffen. Deshalb hängen auch noch so viele Juweliere fest an ihren alten schweren Möbeln im Schaufenster, oder sie legen haufenweise Waren auf ihre altmodischen Glasplatten und Glaskästen. Vor allem also fort mit den vollgepfropften Schaufenstern! Nicht möglichst viel, sondern ein paar möglichst raffiniert ausgelegte Stücke — die ziehen das Publikum herbei. Es ist nicht wahr, daß das Publikum nur das kauft, was es vorher im Schaufenster gesehen hat. Es gilt, das Publikum zu packen, es innerlich zu bewegen, dann läßt es sich auch belehren. Das neuzeitliche Juwelier-Schaufenster muß den Charakter eines Trägers von Edelwerten haben, es muß dem Beschauer zurufen: „Bei mir gibt es nur Edelwerte in verschiedenen Preislagen." Und um das zu zeigen, bedarf es keiner schweren Möbel und reicher Brokatstoffe im Fenster. Dazu genügt ein einfacher Kistenaufbau, mit Samt oder Seide überzogen und entsprechendem Stoffhintergrund.

Dazu gehört aber eine vorzügliche Beleuchtung, die die richtige Lichtwirkung gibt. Die goldenen und silbernen Farbtöne der ausgestellten Sachen müssen durch richtige Farbenwahl des Unter- und Hintergrundes zum Klingen gebracht werden. Um die richtige Lichtwirkung zu erzielen, müssen wir unterscheiden zwischen kaltem und warmem Licht. Bei der Beleuchtung können wir hartes (direktes) oder weiches (zerstreutes) Licht anwenden. Perlen z. B. wirken am schönsten bei weichem Licht auf hellfarbigem Untergrund, da glänzen sie am zartesten. Brillanten dagegen in tiefem Dunkel, von direktem Lichtstrahl getroffen — das kann wirken wie ein Sternenhimmel.

Auch auf die Modefarbe ist Rücksicht zu nehmen, die jedes Jahr mit der Jahreszeit wechselt. Dabei zeigt sich, daß Rot eine gefährliche Farbe ist, besonders neben Gold. Gegenwärtig ist Violett die große Mode in Berlin. Da hat sich nun gezeigt, daß von allen violetten Tönen für Goldschmuck ein kaltes Blauviolett sich am besten eignet. Sehr zu beachten ist auch die verschiedene Wirkung eines Gegenstandes, je nachdem ich ihn von einem hellen oder dunklen Hintergrund sich abheben lasse.

Zu einer guten Dekoration gehört auch die Hervorhebung eines besonders kostbaren Stückes durch Schaffung eines sogenannten Blickfanges, so daß das Auge des Beschauers unwillkürlich auf ihn hingezogen wird. Um dem Publikum zu zeigen, wie Schmuck getragen werden soll, empfiehlt es sich, Bildnisse berühmter Frauen auszustellen, die reichen Schmuck tragen. Auch durch geschickte Massengruppierung oder durch Anbringen eines vornehmen Plakats kann man unter Umständen die Wirkung der Ware im Schaufenster erhöhen. Es gibt da keine starren Regeln, sondern viele Möglichkeiten und vielerlei Lösungen. Die Zeit geht weiter, die Mode verlangt immer wieder etwas Neues, wir müssen fortschreiten und Abwechslung bringen. Entscheidend ist immer das, daß ich mit möglichst einfachen Mitteln eine feine künstlerische Wirkung erziele, das gibt dann die wahre Sachlichkeit, und das ist unser Ziel. (VI 1/292)

Glashütte von einer schweren Wetterkatastrophe betroffen. Wie unsere Leser aus den Tageszeitungen bereits wissen, ist das Müglitztal und damit auch unsere Uhrenstadt Glashütte von einem schweren Unwetter betroffen worden. Sehr viele Menschenleben sind zu beklagen, der Materialschaden ist noch unübersehbar. Ganz besonders hat die Uhrenfabrik Stübner gelitten, bei der die Werkstätten zerstört und wertvolle Instrumente fortgeschwemmt wurden. Auch im Bahnhofsviertel sind sehr große Verwüstungen angerichtet. Wir werden über die Katastrophe noch näher berichten, sobald uns die Berichte von Augenzeugen vorliegen und der Gesamtschaden zu übersehen ist. Wie wir hören, wird der Zentralverband einen Aufruf zur Hilfeleistung erlassen. (VI 1/310)

Uhrmacher als Erfinder. Es gibt kaum etwas, was nicht ein Uhrmacher erfunden hätte. Vor 100 Jahren erhielt am 7. Juli 1827 der Wiener Uhrmacher Anton Löhner ein österreichisches Privileg auf seine Räderschuhe (Rollschuhe). Sie bestehen aus einer hölzernen Sohlenplatte mit abwärtsgebogenem Bügel, in dem drei Messingräder (zwei hinten nebeneinander und ein größeres vorn) liegen. Das Vorderrad wird durch Verzahnung und Sperrklaue am Rückwärtsgleiten verhindert. (VI 1/293)

Einbruchsdiebstahl. In der Nacht zum 7. Juli wurde in das Geschäft des Herrn Kollegen Schnurr (Hohenmölsen) eingebrochen. Den Dieben fielen eine Anzahl goldener Armbanduhren und silberner Herrenankeruhren in die Hände. (VI 1/304)

Ergebnislose Zollbesprechungen zwischen der französischen und schweizerischen Uhrenindustrie. Die zwischen den Vertretern der französischen und schweizerischen Uhrenindustrie abgehaltenen Besprechungen über die Uhrenzölle im französischen Zolltarifentwurf sind ergebnislos verlaufen. Die französischen Vertreter beharrten auf der Wertzollbelastung, während die schweizerischen Vertreter als Voraussetzung für den Abschluß eines Handelsvertrages die Ersetzung der Wertzölle durch spezifische Zölle verlangten. (VI 1/312)

Taschenuhr-Sicherungen in besserer Ausführung. Die bisher bekannten Taschenuhr-Sicherungen aus vernickeltem Blech wurden gerade von den Besitzern der Sicherung bedürftiger wertvoller Uhren wegen ihres schlechten Aussehens abgelehnt. Das hat die Firma Rudolf Flume in Berlin C 19 veranlaßt, eine Taschenuhr-Sicherung in feiner Ausführung herauszubringen. Die Sicherungen, von denen unsere Abbildung je eine im offenen und geschlossenen Zustande zeigt, sind aus Doublé hergestellt und sehr solid gearbeitet. Das Stück kostet Mk. B.as. Sie bilden bei entsprechendem Angebot sicher einen guten Nebenartikel. (VI 1/302)

Schaufenster auf der Reichstagung München. Wie im Vorjahre in Köln, so hat es sich Kienzle auch in diesem Jahre angelegen sein lassen, den Ausstellungsbesuchern nicht nur eine Übersicht über seine neuesten Muster zu bieten. Die Reichstagungsausstellungen sollen ja nicht nur eine Art Verkaufsmesse darstellen, sondern sie sollen insbesondere der in kleineren Städten ansässigen Kollegenschaft gleichzeitig auch nach Möglichkeit neue Anregungen für die Hebung der Verkaufstätigkeit bieten. Kienzle sind diesmal auf dem bereits im Vorjahre eingeschlagenen Wege fortgeschritten und zeigten eine Anzahl vorbildlich ausgeführter Musterschaufenster.

Von dem Gedanken ausgehend, daß der Uhrmacher die Werbekraft seines Schaufensters weit mehr als bisher, insbesondere durch Veranstaltung von Spezialausstellungen, ausnutzen muß, zeigte Kienzle Anregungen für Spezialdekorationen von Wecker-, Küchenuhren-, Geschenkuhren- und Reiseuhren-Fenstern.

Wir zeigen nachstehend Abbildungen dieser Fenster, die als einfarbige Bilder natürlich nur einen stark eingeschränkten Begriff von dem vorzüglichen Eindruck, den diese Fenster machen, geben können. Der ganze Aufbau der Fenster weicht, wie die Abbildungen zeigen, sehr erheblich von der bisher allgemein üblichen Art der Dekoration von Uhrmacher-Schaufenstern ab. Kienzle haben eine Art von Schaufensterbaukasten geschaffen, aus dessen einzelnen Teilen wie Stufen, Treppen, Säulen, Würfeln usw. sich, ganz wie mit einem Anker-Steinbaukasten

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318594536-19270100/544