

## Sprechsaal

**Entgegnung.** Die Äußerung des Kollegen Habicht auf meinen Artikel in Nr. 36 der UHRMACHERKUNST veranlaßt mich, zu entgegnen, daß ich in demselben zuerst selbst bemerkt habe, daß ich nicht mehr aktiv bin, aber auch, daß ich noch großes Interesse am Fach und seinen Fragen habe.

Zweitens, daß ich das Schema zum Reparaturen- buch vor wohl bald 20 Jahren entworfen habe, bezüglich dessen versah ich zu bemerken, daß, wenn ich das Buch

erst jetzt verbrochen hätte, ihm noch eine Rubrik angefügt worden wäre zur Angabe der zur Reparatur gebrauchten Zeit.

Kollege Habicht spricht bezüglich der Leihuhr, wie beauftragt, für die gesamte Kollegenschaft; ich habe nur meine Ansicht (diese auch von früher) ausgesprochen und will sie niemand als allein richtig hinstellen, wie es aber umgekehrt geschehen ist.

(V/600)

Camburg a. d. S.

Alb. Hüttig.

## Verschiedenes

**Kurzer Bericht über die Ila.** Gegenwärtig findet bis zum 28. Oktober in Berlin die Internationale Luftfahrt-Ausstellung, kurzweg „Ila“ genannt, statt.

Diese bietet eine reichhaltige Übersicht über alles was nur irgendwie mit der Luftfahrt zusammenhängt. Auch das Ausland hat die Ausstellung reich beschickt. 20 Nationen haben sich an ihr beteiligt. Es ist also sicher anzunehmen, daß bis jetzt kaum so viel verschiedene Flugzeugtypen zu einer Schau vereinigt worden sind, wie hier. Von den großen Riesenflugzeugen bis zu den kleinen Sportfliegern ist alles vertreten.

Es werden etwa 100 verschiedene Flugzeuge im Original gezeigt. Weiter sind viele Modelle, Pläne und Zubehörteile ausgestellt. Man sieht eine umfangreiche historische, wissenschaftliche, literarische und künstlerische Abteilung, die in ihrer Vollständigkeit einzigartig sind.

Das Flugzeugzubehör, welches in seiner Herstellung das Gebiet der Präzisionsmechanik umfaßt, wird von den verschiedensten Firmen hergestellt. Es gibt da Kompass, Barometer, Barographen, Thermometer, Benzinuhren, Tourenzähler, optische und akustische Apparate und vieles andere.

Doch haben sich die Uhrenfabriken mit der Herstellung solcher Instrumente wenig oder gar nicht befaßt. Eine Ausnahme bildet die Firma Löbner, Berlin W. Diese ist die einzige auf dieser großen Ausstellung, die außer vielen verschiedenen Waren für Luftfahrzeuge auch Bordinstrumente mannigfaltiger Art, zum größten Teil eigenes Fabrikat, ausstellt. Es ist nur zu begrüßen, daß eine deutsche Firma dieses Gebiet pflegt. Ohne Zweifel wird die Zukunft für solche Apparate noch viele Anwendungs- und Absatzmöglichkeiten bringen.

Besichtigt man beispielsweise die Bordeinrichtungen der ausgestellten Flugzeuge auf Grund ihrer Vorrichtung zur Zeitbestimmung, so muß man leider feststellen, daß diese sehr viel zu wünschen übriglassen. An Stelle von guten Präzisionsuhren sieht man Uhren einfacher Ausführung. Nur an einer Stelle sieht man eine Präzisionsuhr. Genau wie bei der Seefahrt auf genaue Zeitangabe Wert gelegt wird, müßte dies bei der Luftfahrt auch verlangt werden. Bordinstrumente eigener Fabrikation für die Luft- und Seefahrt in bester Ausführung stellte die den Uhrmachern durch die Fabrikation ihrer Zapfenrolliersfühle bekannte Firma C. Plath in Hamburg, aus. Die meisten der gezeigten Gegenstände waren durchweg Qualitätserzeugnisse. Man muß sagen, daß die Industrie hier in der kurzen Zeit von einigen Jahrzehnten eine Leistungsfähigkeit erlangt hat, wie sie fast beispiellos ist. Alle Errungenschaften von Technik und Wissenschaft hat sich die Flugzeugindustrie nutzbar gemacht. Daß dabei die Uhren schlecht abschnitten, liegt wohl nur daran, daß unsere Fabrikanten und Konstrukteure diesem Gebiet noch nicht genügend Beachtung schenkten. Sicher wäre hier ein Weg für neue, gewinnbringende Fabrikation gegeben.

(VI 1/425)

Hans R.-H.

**Berliner Musterschau für das Uhrmacher- und Juweliergewerbe.** Die diesjährige Musterschau für das Uhrmacher- und Juweliergewerbe wurde in der Zeit vom 30. September bis zum 2. Oktober in den Kammersälen zu Berlin abgehalten. Die Ausstellung war von 55 Firmen beschickt, die einen guten Überblick über die für Uhrmacher und Juweliere in erster Linie in Frage kommenden Waren boten. Der Besuch war am ersten Tage der Musterschau wie üblich ein außerordentlich großer, während er an den anderen beiden Tagen schwächer war. Das Geschäft war im allgemeinen befriedigend, teilweise recht gut. In Großuhren, die trotz des Fehlens der großen Schwarzwälder Fabriken sehr stark vertreten waren, wurden diejenigen in niedrigen und mittleren Preislagen bevorzugt. Sehr guten Absatz fanden Neuheiten, besonders in Weckern und Tischuhren, so z. B. Holzwecker in modernen Formen, die wegen der rückseitigen Weckerstellung auch als Tischuhren Verwendung finden können; aber auch die neueren Muster von Hausstanduhren erfreuten sich lebhafter

Nachfrage. Für die verschiedenen Systeme elektrischer Uhren zeigten die Besucher großes Interesse. In Taschenuhren wurden in erster Linie Markenuhren verlangt, jedoch im wesentlichen nur solche in niedriger und mittlerer Preislage. Auch hier zeigte es sich, daß die Armbanduhren mit Milanaisband, in denen die verschiedensten Formen und Muster gezeigt wurden, immer mehr in den Vordergrund rücken. Ziehbander wurden fast nur im Gewicht von 5 bis 7 g gekauft, weil die Bänder mit geringerem Gewicht sich nicht recht bewähren. Auch in Schmuckwaren wurden durchweg die billigeren und mittleren Waren bevorzugt. Eine Ausnahme bildeten die goldenen Ringe, in denen vor allem bessere Qualitäten gekauft wurden. Ebenso wie bei den verschiedensten Arten von Uhren erstreckte sich die Nachfrage bei Schmuckwaren auf die neuen, modernen Formen. In Brillanten war das Geschäft normal; die Erwartungen der in Frage kommenden Firmen sind erfüllt worden. Allerdings ist hier fast nur billige Ware, also in der Preislage bis zu 200 RM., abgesetzt worden. Der Absatz von Bestecken war befriedigend. Gekauft wurden vorzugsweise Barockmuster und zwar die besten Qualitäten in Hundertgramm-Versilberung. Spezialartikel wie Myrtenkränze usw., fanden guten Absatz. Besonderes Interesse fanden die von einzelnen Firmen auf den Markt gebrachten Ausstattungsstücke, die in erheblichem Umfange gefragt waren.

Von der Mitgliederversammlung des Vereins Berliner Musterschau wurde beschlossen, im nächsten Jahr wieder eine Musterschau zu veranstalten.

(VI 1/377)

**Das Geschäftsjubiläum als gute Werbung.** In den großen Wirtschaftskreisen ist es bekanntlich schon länger üblich, Geschäftsjubiläen als Werbeanlaß auszuwerten. Auch größere Einzelhandelsgeschäfte machen von diesem Anlaß in den letzten Jahren öfters Gebrauch.

Bei näherem Zusehen ist es durchaus natürlich, wenn man so hervorsteckende Abschnitte als Werbegrundlage benutzt. Man spricht seinen Dank an die treue Kundschaft aus, und wenn dieser Dank werbepsychologisch gut durchdacht ist, dann fühlt sich die Kundschaft geehrt und eng mit dem Geschäft verbunden. Die Folge zeigt sich schließlich in neuen Käufen.

Man sollte das Jubiläum viel mehr zum Anlaß von kleinen, geschmackvollen Werbeschriften machen, als es bisher der Fall war. Auch die mittleren und kleinen Geschäfte sollten sich mehr beteiligen, denn mit nicht zu hohen Kosten lassen sich hier gute Werbewirkungen erzielen. Wenn es gegenwärtig auch nur die wirklich Fortschrittlichen sind, so können doch viele aus dem neuen Jubiläumsprospekt des Kollegen Riesler Anregung schöpfen.

Also, Kollege Carl Riesler in Charlottenburg feierte am 1. Oktober 1928 sein silbernes Geschäftsjubiläum. Er nahm diesen recht erfreulichen Anlaß auf und schuf einen sehr ansprechenden Werbeprospekt.

Auf der Vorderseite sehen wir die gute äußere Front des Geschäftslokals, die beiden Schaufenster, das erste, eine ausgezeichnete Spezialdekoration der vornehmen und werbewirksamen Kienzle-Schaufenster, das zweite auch in recht guter und anziehender Aufmachung. Nun schließt sich geschmackvoll typographisch angeordnet die Jubiläumsfirma an. Auf der nächsten Seite folgt der Dank an die Kundschaft, der Dank für das Vergangene und die Bitte für die Zukunft, immer treuer Kunde zu sein, dem die treue und aufmerksame Bedienung immer gewiß ist.

Der Prospekt wird geschlossen mit einem kurzen Abriss der Geschichte des Jubiläumshauses. Gerade dieser kurze geschichtliche Rückblick vermittelt dem Kunden das persönliche Kennen von und um die Firma, und das ist ja bekanntlich immer von guter Werbewirkung.

Hoffentlich macht der Riesler-Jubiläumsprospekt gute Schule bei allen Fachgeschäften, zum Segen des Standes.

(VI 1/376)