

Leute verdienen doch auch daran. Natürlich kaufen sie in ganz anderen Mengen ein als der Uhrmacher. Aber soviel teurer dürften die Sachen hier doch nicht sein. Ich würde gerne bei Ihnen kaufen, aber so werden wir wohl kein Geschäft machen können.“ Daß bei solchen Gesprächen dem Verkäufer „der Kamm schwillt“, ist wohl verständlich. Was soll man in einem solchen Falle antworten? Macht man ihm klar, daß seine patriotische Einstellung ihn davon abhalten solle, im Warenhaus zu kaufen, so kann man sich den Mann unter Umständen

für immer zum Feinde machen. Sagt man, daß es sich in solchen Fällen um minderwertige Waren handelt, so ist er beleidigt, daß man seine Kenntnisse zu bezweifeln wagt. Und Schweigen ist dem Kunden gegenüber das Schlimmste. Soll man ihm recht geben? Oder wie kann man den Kunden überreden, daß er doch im Fachgeschäft kauft? Vielleicht äußert sich einmal ein Kollege zu diesem Thema, denn derartige Fälle dürften heute wohl fäglich in jedem Geschäft vorkommen.

(V/64)

Junior.

## Verschiedenes

**Uhrenzollerhöhung in U. S. A. abgelehnt.** Der amerikanische Senat hat mit 51 gegen 24 Stimmen den Zolltarifentwurf der Finanzkommission abgelehnt und auf Vorschlag der Demokraten beschlossen, die gegenwärtigen Zollsätze für Uhren beizubehalten. (VI 1/720)

**Außerkündigung der 50-Pf.-Renten- und 50-Pf.-Reichspfennigstücke aus Aluminiumbronze zum 1. Dezember 1929.** Auf Grund des § 14 Abs. 1 Ziff. 1 des Münzgesetzes hat der Reichsminister der Finanzen mit Zustimmung des Reichsrats die 50-Pf.-Renten- und 50-Pf.-Reichspfennigstücke aus Aluminiumbronze zum 1. Dezember außer Kurs gesetzt. Die Einlösungsfrist läuft bis zum 30. November 1931. Die eingelösten Stücke sind der Reichsbank mit tunlichster Beschleunigung zuzuführen. Die kurz vor Ablauf der Einlösungsfrist bei den Reichs- und Landeskassen eingehenden 50-Pf.-Renten- und 50-Pf.-Reichspfennigstücke aus Aluminiumbronze werden von der Reichsbank noch bis zum 31. Januar 1932 angenommen. (VI 1/710) RH.

**Die Schmuck-Werbewoche in Köln** ist mit sehr viel Mühe und Arbeit vorbereitet worden. Die Herren Kerp, Weithoff und Worringen haben mit den anderen Herren ihrer Vereinigungen eine große Einzelarbeit geleistet. Dafür steht die Werbewoche jetzt auch geschlossen als einheitliche Aktion des gesamten fachlich organisierten Schmuckgewerbes da. Seit Freitag fahren die Straßenbahnen mit dem großen Werbeplakat; alle Lifsaßsäulen tragen die Plakate. Die Zeitungen brachten Anzeigen und Hinweise; Artikel und Sammelinserate in Sonderbeilagen folgen in den nächsten Tagen. In den drei größten Kinos laufen Diapositive für die Schmuck-Werbewoche, und in allen Schaufenstern sieht man die von der Kölner Werkschule entworfenen Plakate.

Zum Schaufensterwettbewerb haben sich 83 Uhrmacher und 10 Juweliere gemeldet. Das Preisgericht besteht aus Professor Holl (Schwäbisch-Gmünd) und den Herren Krall (Elberfeld), Zaun (Aachen), von Korf (Gelsenkirchen), Schmelze (Duisburg), Benzin (Düsseldorf). Am Montag und Dienstag nimmt es die Schaufensterprüfung vor.

Am Freitag nachmittag fand ein Pressetee statt, bei dem Herr Gerlach vom Zentralausschuß für deutsche Schmuckkultur Ausführungen machte, worüber die Kölner Presse folgendes berichtet:

„Die Entwicklung zur Qualität und zum guten Geschmack, die sich in Deutschland seit der Nachkriegszeit zeigt, hat besondere Geltung im deutschen Schmuckgewerbe erhalten. In der Silberproduktion ist das englische Vorbild längst erreicht, in der Fassung hochwertiger Steine sind wir ebenso gut wie Paris, und im feinen Goldschmuck mit Buntsteinen sind wir in der Welt zur Zeit unerreicht. Auch Doublé wird so materialgerecht und formenfein verarbeitet, daß selbst das Organ des Werkbundes im Vorjahre Artikel über Qualitätsarbeit im Doublé schmuck brachte. Unter diesen Gesichtspunkten kann es das deutsche Schmuckgewerbe wohl wagen, an einem Schnittpunkt zweier Kulturen auf seinem Gebiete (der deutschen und der französischen Kultur) in der Stadt Köln durch eine Werbewoche anzustreben, die Aufmerksamkeit des Publikums auf die deutschen Qualitätsleistungen hinzuweisen. Die deutsche Frau ist immer stärker Eigenpersönlichkeit geworden. Sie läßt sich nicht mehr in die Diktatur einer »Schemamode« einzwängen, sondern verlangt, daß ihre Kleidung und ihr ganzer Eindruck Ausdruck persönlicher Einstellung ist. Die Schmuck-Werbewoche wird zeigen, wie vielseitig und individuell die Schmuckproduktion für diese verschiedenen Zwecke gehalten ist.“

Die Schmuck-Werbewoche hat aber noch einen anderen Zweck. Sie soll in diesen schwierigen Zeiten dem schwer ringenden Einzelhandel auf diesem Gebiete praktisch zeigen, wie er durch gemeinschaftliche Aktion, durch gutes Ausstellen im Schaufenster auch bei geringen Mitteln sich zur Geltung bringen kann. Sie ist also eine Propaganda-Schulungswoche für die Einzelhandelsgeschäfte. Das Schaufenster des Schmuckgewerbes ist eines der schwierigsten Propagandaprobleme, da die Kleinheit des

Einzelstücks die Herstellung von Blickfängen im Schaufenster und monumentale Wirkungen ausschließt und andererseits Häufungen von kleinen Einzelstücken zu leicht Überfüllung und Unruhe in die Ausstellung bringen.

Der Wettbewerb der Kölner Schmuckschaufenster ist also eine der schwersten Propagandaaufgaben, die überhaupt gestellt werden können. Die Schmuck-Werbewoche urteilt dabei nicht etwa nach der Pracht und der Kostbarkeit des Schaufensters, sondern lediglich nach dem guten Geschmack und nach der Lösung der Schwierigkeiten, die auch das einfachste Schaufenster bietet. Der Erfolg der Kölner Werbewoche soll die Unterlage für ähnliche Organisationen und Unternehmungen sein, die in den nächsten Jahren der Reihe nach in den einzelnen Großstädten Deutschlands auf Grund der Kölner Erfahrungen durchgeführt werden sollen.“

Herr Kerckhoff, der Vorsitzende des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher, sprach dann über die Bedeutung der Reklame für den Einzelhandel und die Bestrebungen und Arbeiten seines Verbandes auf diesem Gebiete.

Herr Eschweiler vom Verband der Juweliere, Gold- und Silberschmiede sprach über gemeinsame Interessen von Juwelieren und Uhrmachern bei völliger Wahrung der Sonderinteressen beider Gruppen; Herr Kreiden über Kultur, moderne und Goldschmiedekunst.

Am Montag, dem 25. November, beginnen die Arbeiten des Preisgerichtes unter Prof. Holl (Schwäbisch-Gmünd). Bei der



will seinen Lieben in diesem Jahre eine besondere Freude machen, denn eine Standuhr ist schon lange der Wunsch der Familie. Der ruhige Gang und der harmonische Gongschlag verleihen der Häuslichkeit erst die Behaglichkeit. Die Pünktlichkeit u. Ordnung wird durch die unbedingte Zuverlässigkeit einer Standuhr gefördert. Diese Garantie haben Sie aber nur beim Kauf in einem Uhren-Fachgeschäft mit nebenstehendem Zeichen.