



# VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

58. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 20. JANUAR 1933 / Nummer 4

## Mehr Gegenwartsnähe, Herr Uhrmacher!

Machen Sie es sich einmal klar: Finden Sie es nicht erstaunlich, daß sich das Publikum jahraus, jahrein in Zeiten der Prosperität und der Krise vorschreiben läßt, was es anziehen soll?

Irgendwo in Paris, London oder Berlin sitzen ein paar phantasievolle Köpfe hinter den Kulissen. Zufall, Laune oder Wohlüberlegtheit bestimmen den Stil, die Farbkombinationen der Saison. Mit Windeseile verkünden die führenden Modeblätter, die großen und kleinen Tageszeitungen, Radio und Film: Die Mode diktiert für diese Saison, „so muß man gekleidet sein“!

Die Sucht nach Neuem, das Bestreben der Industrie, den Umsatz zu steigern, alle die zahllosen Triebfedern sind bekannt, die die Herrschaft der Allmacht Mode garantieren; aber einer der unbeachteten Gründe dürfte der Mangel an künstlerischem Gefühl sein, der der Mehrzahl des Publikums gänzlich abzusprechen ist. Jeder Geschäftsmann, der künstlerische Waren verreibt, wird unser hartes Urteil bestätigen. Wie oft betreten Kunden den Laden, bei denen man künstlerisches Empfinden bis in die Fingerspitzen voraussetzte, und sobald es an die Auswahl unter den vorgelegten Schmucksachen, Bestecken od. dgl. geht, überläuft den Juwelier ein kaltes Grausen über soviel Unverständnis und Geschmacklosigkeit. Das sind jene Käufer, die man sofort bei ihrer Entscheidung durch das Stichwort beeinflussen kann: „Ich empfehle Ihnen dieses Genre, das ist das modernste!“ Zu dieser Kundenkategorie gehören durchaus nicht nur die sogenannten Neureichen!

Die Mode nun stößt alle diese Unsicheren und Tastenden und diktiert einfach den Stil der Saison.

Nützt uns diese Abschweifung in die Psychologie der Mode? Ja, sie lehrt, daß der Schmuckverkäufer noch mehr als bisher die Mode verfolgen und ihre wechselnden Strömungen unterstützen sollte. Früher „vererbte“ sich Schmuck von Generation zu Generation. Man trug nicht den Schmuck an sich, man trug Werte und Prestige. — Ganz zwangsläufig durch die Anforderungen der wechselnden Mode und auch durch die Minderung der Einkommen erhielt der Schmuck wieder seine Hauptbedeutung des „Schmückenden“, und der eigentliche Wert trat etwas in den Hintergrund. Es nützt nichts, wenn sich der Uhrmacher gegen diese Zeiterscheinung sträubt; wir müssen uns darüber klar sein, daß die Zeit vorüber ist, in der man ein Vermögen in einem einzelnen Schmuckstück anlegte.

Wie aber kann der Uhrmacher zum Ausdruck bringen, daß er „mit der Zeit geht“, daß er für jede Saisonmode stets das Neueste auf Lager hat? Dafür gibt es zahl-

reiche Mittel und Wege. Anstatt in ihren Erinnerungsanzeigen in der Tagespresse lediglich eine Aufzählung zu bieten, nur banale Gedanken auszusprechen, etwa: „Ein schöner Schmuck verschönt Ihr Aussehen!“, bringe er kleine Modeplaudereien. Er setze sich mit dem Anzeigenchef des besten und größten Damenmodenhauses am Plätz in Verbindung und lasse sich beraten. Vielleicht wäre ein gemeinsames Inserat gar nicht übel! Und veranstatte diese befreundete Firma — es wird sich bald ein freundschaftlicher Kontakt ergeben — eine Modenschau, so versäume der Uhrmacher nicht, zu den neuen Modeschöpfungen auch seine Neuheiten tragen zu lassen.

Schmuck auf dunklem Sammetkissen in der taghell beleuchteten Auslage zwingt die bewundernden Blicke der Passanten auf sich, aber eine Beziehung zum Beschauer ist nicht gegeben.

Diese Klippe ließe sich umgehen, wenn der Schmuck einer Schaufensterpuppe (es gibt hochkünstlerische, stilisierte Puppen), gekleidet in das neueste und modernste Modell des befreundeten Modehauses, umgelegt würde. Eine solche Dekoration ist leider im Schmuckwarenfenster nicht gut möglich. Viel nützt aber eine Stoffdekoration.

Legen Sie, um das Experiment mit einem ganz einfachen und kostenlosen Versuch anzustellen, Ihre modischen Schmucksachen lediglich auf verschiedenfarbige Stoffunterlagen von Handbreit Größe. Schreiben Sie einen kurzen Modebericht dazu und erklären Sie den Sinn Ihrer originellen Dekoration. Wir sind überzeugt, daß Sie Ihrem Fenster zu einer großen Attraktion verhelfen.

Was für Damenschmuck gilt, wäre mit gleicher Begründung über Herrenschmuck zu sagen. Schlipsnadeln fänden ganz andere Beachtung, wenn sie um einen gediegenen, modernen Schlips (der als Blickfang dient) gruppiert wären. Eine aparte Armbanduhr könnte man am Handgelenk eines Kunstarmes, der auch den eleganten Manschellenärmel zeigt, zur Schau stellen.

Bestecke präsentiert man im Einklang mit den Tellern, zu denen sie gedacht sind. Oder noch origineller: Ein solides, mittleres Muster eines Besteckes wird mit dem Argument angeboten: „Beachten Sie bitte, wie gut diese Bestecke zu den verschiedenen Services passen; sie harmonieren mit dem Muster Ihres täglichen Geschirrs genau so wie zum Festservice oder den Bauertellern Ihres Landhauses.“

„Mit der Zeit gehen“ — d. h. nicht nur die Mode mitmachen, sondern auch erkennen, daß die heutige Menschheit wenig Phantasie, Zeit und Geschmack besitzt!  
(I/36) Pflisch und Plum.