

Wochenschau der

Aufruf des Reichshandwerksmeisters zur Fachbuchwerbung 1938

Für die Erreichung des hohen Berufsziels, das dem deutschen Handwerk durch den Großen Befähigungsnachweis gestellt ist, bleibt das Fachbuch unentbehrlich. Jeder Handwerker — gleich ob Meister, Geselle oder Lehrling — kann seinen Platz im Rahmen der gesamten Volkswirtschaft nur dann reslos ausfüllen, wenn er seine Kenntnisse durch das Studium der Fachbücher auf dem laufenden hält und weiter ausbaut.

Die im Sinne des Vierjahresplanes liegende Leistungssteigerung erfordert ein Weiten des Blickes über den Bereich der eigenen Werkstätte hinaus. Hier soll das Fachbuch zum Freiwerden neuer Kräfte unser ständiger Begleiter sein, um uns damit Wegbereiter zum Erfolg zu werden.

Die Bedeutung des Handwerks erschöpft sich nicht nur in seinen wirtschaftlichen Aufgaben. Deshalb wird das Lesen von Büchern kultureller, handwerklich-geschichtlicher und allgemein-handwerklicher Art dem Meister selbst wie auch jedem Volksgenossen die Größe des Berufsstandes aufzeigen.

Der Reichsstand des Deutschen Handwerks mit allen seinen nachgeordneten Dienststellen wird seine ganze Kraft einsetzen, um den Erfolg der Fachbuchwerbung im Frühjahr 1938 zu sichern.

F. Schramm, M. d. R.,

Reichshandwerksmeister m. d. F. d. G. b.

„Schwarzwälder Uhrenhändler“ in London

Am 5. März findet in London ein großes Trachtenfest statt, an dem auch eine Schwarzwälder Trachtengruppe teilnimmt. Dieser gehört ein Hochzeitszug aus St. Blasien, die als „Glottfäler Nachtigallen“ bekannten Sängerinnen, sowie Tänzer und Tänzerinnen, ein Schwarzwälder Uhrenhändler und eine Bauernkapelle an.

Die Schwarzwälder veranstalten anschließend am 7. März in Bristol, am 8. März in Birmingham und am 10. März in Manchester noch weitere Aufführungen. (VI 1/8408)

Der Dezember-Umsatz (Nachdruck verboten)

Im Dezember 1937 erzielten die Uhrenfachgeschäfte eine Umsatzsteigerung von 8%. Vergleicht man das gesamte Jahr 1937 mit dem Jahre 1936, so kann man für 1937 eine Umsatzerhöhung um 8% gegenüber dem Vorjahr feststellen. Damit erreichen die Uhrenfachgeschäfte im Handelsteil ihres Betriebes etwa die gleiche Umsatzsteigerung wie der gesamte Facheinzelhandel. Es steht damit fest, daß die Umsatzverluste der Krisenzeit zum großen Teil aufgeholt sind. Denn die Umsätze der Uhrenfachgeschäfte lagen 56% über den Umsätzen des Jahres 1933 und waren 11% höher als die Umsätze im Einzelhandel insgesamt.

Im Monat Dezember haben sich sowohl die Zahl der bedienten Kunden als auch die Umsätze, je beschäftigte Person bemessen, wesentlich erhöht. Erfreulich ist, daß die einzelnen Kunden im Dezember 1937 für die Uhren bedeutend mehr anlegten als im Vormonat. Die Kostenbelastung im Dezember war im Vergleich mit den übrigen Monaten des Jahres außerordentlich niedrig. Gegenüber dem Dezember 1936 sind die Kosten im Berichtsmonat um 4% gestiegen.

Die Umsätze in der Werkstatt waren im Gesamtjahr 1937 um 8% höher als 1936. Der Dezember 1937 brachte eine Umsatzzunahme um 15% gegenüber dem gleichen Monat des Vorjahres. (VI 1/8402)

Schmuck- und Modenschau der Gemeinschaftswerbung der deutschen Edelmetall- und Schmuckwarenindustrie

Die Vorbereitungen zur diesjährigen Frühjahrs-Schmuck- und Modenschau der Gemeinschaftswerbung sind abgeschlossen! Die Schmuck- und Modenschau wird am 7. März in W.-Elberfeld zum ersten Male vor das Publikum treten, um die neue Schmuck- und Kleidermode zu zeigen.

Für den Fachhandel wird es interessant sein, zu sehen, wie und wo bei der neuen Mode Schmuckmöglichkeiten bestehen, um auch die Kunden auf Schmuckmöglichkeiten hinweisen zu können.

Wie bei den vergangenen Modeschauen wird auch dieses Mal die Schmuckdame an den Tischen dem Publikum die neuesten Erzeugnisse vorführen. Sie wird damit eine Ergänzung zu dem an den Kleidern gezeigten Schmuck bringen, um so die Kaufreueigkeit des Publikums neu zu heben.

Möge der Fachhandel unsere Bestrebungen durch Hinweis auf diese Schmuck- und Modenschau unterstützen, um auf diese Weise sich selbst und dem deutschen Schmuckschaffen zu dienen.

Nachstehend bringen wir den ersten Teil der voraussichtlich zu besuchenden Städte. (Kleine Terminänderungen vorbehalten)

Erste Teil-Terminliste der Frühjahrs- Sommer- Schmuck- und Modenschau 1938

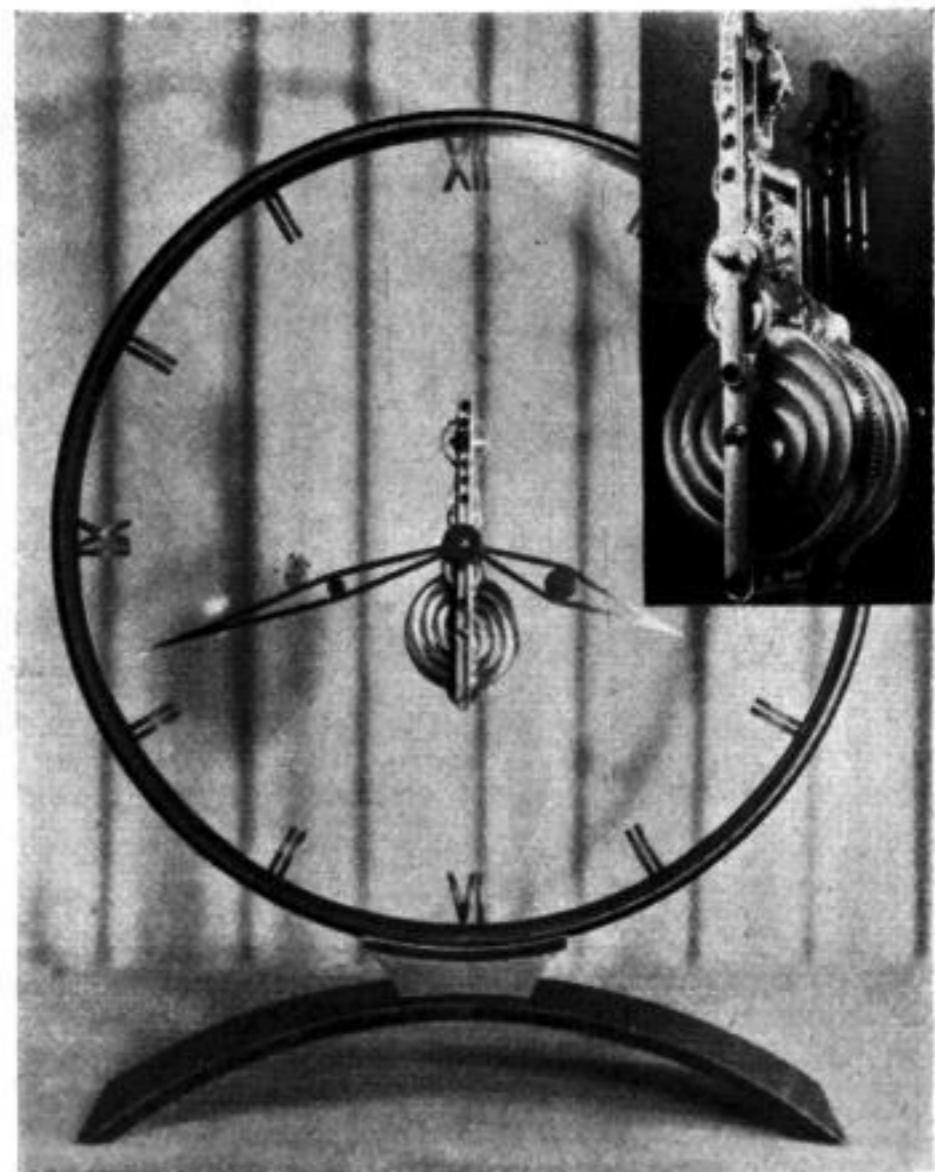
Datum	Stadt	Lokal	Zahl der Vorführungen	
März				
7., 8., 9., 10.	W.-Elberfeld Mühlheim/Ruhr Oberhausen	Hotel zur Post	8	
11.		Stadthalle	2	
12., 13., 14.		Der Waldhof Osterfeld	6	
15., 16., 17., 18.	Köln Opladen Remscheid Neuß Essen Recklinghausen Herford Braunschweig	Cornelius-Café	8	
19.		Hotel zur Post	2	
20.		Hotel Weinberg	2	
21., 22.		Haus Niedertor	4	
23., 24., 25., 26.		Hotel Handelshof	8	
27., 28.		Hotel Kaiserhof	4	
29., 30.		Hotel Stadt Berlin	4	
31.		Brünings Saalbau		
April				
1.,		Braunschweig	Brünings Saalbau	4
2., 3.		Hildesheim	Hotel Kaiserhof	4
4.	Minden i. Westf.	?	2	
5.	Arnsberg i. Westf.	Hotel Husemann	2	
6., 7.	Iserlohn	Central-Café	4	
8., 9., 10.	Herne i. Westf.	Café Stracke	6	
11., 12., 13.	Gelsenkirchen	Bahnhofs-Hotel	6	
20., 21., 22.	Jena	Café Wienke	6	
23.	Lichtenstein Callnburg i. Sa.	Hotel Goldenerüelm	2	
24.	Frankenberg i. Sa.	Hotel Vereinshaus	2	
25., 26.	Leipzig	Corso-Café	4	
27., 28., 29.	Chemnitz	Efreunahaus	6	
30.	Plauen i. Vogtl.	Hotel Wettiner Hof	2	

(VI 1/8407)

Das Schauwerk in der Uhr

Die Schweizer Uhrenfabrik Jaeger-Lecoultré bringt eine außerordentliche Stiluhr heraus, deren durchsichtige Kristallglasplatten das gesamte Werk der Uhr erkennen lassen.

Wie die Werkaufnahme zeigt, ist das Räderwerk sehr geschickt in gerader Linie angeordnet und zeigt dem Beschauer stets, wie die genaue Zeit in der Uhr zustande kommt. (VI 1/8357)



Das Werk der Uhr — frei sichtbar. Werkfoto