

lagartig beansprucht wird. Nun ist auf einem anderen Gebiet, nämlich bei Ketten, festgestellt worden, daß ihre Kerbschlagzähigkeit beim Absinken von +20° C auf 0° C auf 1/10 absinkt (bei Flußeisen von 32,4 kg m/cm² auf 3,24 kg m/cm²). Es wird die Frage aufgeworfen, ob die Temperatureinflüsse sich in ähnlicher Weise auf die Bruchfestigkeit der Zugfedern äußern.

Weiter sei nochmals auf die folgenden früher bereits vorgeschlagenen Maßnahmen hingewiesen:

9. Die Temperaturkompensation bei Unruhuhren: Es ist eine Verbreiterung des Bereiches der Temperaturkompensation bei Unruhuhren anzustreben. Dies kann durch metallurgische und durch konstruktive Maßnahmen geschehen. In allen Fällen ist auf Einfachheit, Zuverlässigkeit und leichte Durchführbarkeit der Vorschläge zu sehen und allgemein eine Verbesserung der Gangleistungen anzustreben.

10. Die Einwirkung von Erschütterungen auf den Uhrmechanismus: Es ist die Einwirkung von Erschütterungen und rhythmischen Bewegungen auf den Gang tragbarer Uhren zu untersuchen. Erwartet wird vor allem eine mathematische Behandlung des Gegenstandes und Belegung der Ergebnisse durch praktische Versuche. Es sind auch kleinere Schwingungszahlen der Unruh als die gewöhnlichen einzubeziehen.

Die Teilnahme ist offen für jedermann. Für Preise steht bis auf weiteres alljährlich ein Betrag von 2000 RM zur Verfügung. Wettbewerbsarbeiten müssen jeweils bis zum 1. April des Jahres bei der Gesellschaft für Zeitmeßkunde und Uhrentechnik E. V., Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8, in einer für den Druck geeigneten Form eingereicht sein, um in dem betreffenden Jahr zur Wertung zu gelangen. Später einlaufende Arbeiten können in der Regel erst beim nächstjährigen Wettbewerb gewertet werden.

Preisrichter sind die Mitglieder des wissenschaftlichen Ausschusses der Gesellschaft; das sind zur Zeit: der Obmann Prof. Dr. F. Pavel, Potsdam; ferner Regierungsrat Dr.-Ing. J. Baltzer, Schöneiche bei Berlin; Prof. Dr.-Ing. H. Bock, Hamburg; Oberstudiendirektor Dr. K. Giebel, Glashütte i. Sa.; Studienrat Alfred Helwig, Glashütte i. Sa.; Oberregierungsrat Dr. Erich Lange, Hamburg; Fabrikant Otto Lange, Glashütte i. Sa.; Oberregierungsrat Dr. Adolf Scheibe, Berlin; Dr. J. Weber, Leipzig.

Es gibt keinen „synthetischen Aquamarin“

Ein kleiner Nachtrag

Der Aufsatz in Nr. 8 der „Uhrmacherkunst“ hat Interesse in den Kreisen gefunden, so daß ich Zuschriften erhielt, die einen kleinen Nachtrag notwendig machen. Da wurde ich z. B. nach dem Turmalin gefragt, der — wie ich auch in dem Aufsatz erwähnte — künstlich und dann fälschlicherweise als „synthetischer Turmalin“ in den Handel gebracht wird. Wie muß man nun diesen synthetischen Stein korrekt anbieten, der so aussieht, als wäre er ein Turmalin?

Wie ich damals nachwies, gibt es bisher nur synthetische Korunde (Rubine und Saphire) und synthetische Spinelle. Diese synthetischen Steine werden mitunter tiefgrün gefärbt und sehen dann dem Turmalin ähnlich. Die korrekte Bezeichnung für solche Steine ist also — je nach der Erzeugungsart — „Synthetischer Korund turmalinfarben“ oder „Synthetischer Spinell turmalinfarben“. Wenn es dem Händler nicht bekannt ist, ob synthetischer Korund oder synthetischer Spinell das Grundmaterial abgegeben hat, so sagt er einfach „Synthetischer Stein turmalinfarben“. Auf keinen Fall darf er „synthetischer Turmalin“ sagen. Das ist unzulässig.

Eine weitere Frage bezog sich auf den Topas, der mit den verschiedensten Bezeichnungen in den Fachgeschäften auftaucht. Hier ist zunächst zu bemerken, daß nur der wirkliche echte Topas, dessen Mineralart ebenfalls den Namen Topas führt, als „Topas“ bzw. als „Edeltopas“ bezeichnet werden darf. Andere Steine, die zwar dem Topas ähnlich sehen, aber dessen Grundmaterial nicht Topas, sondern z. B. Quarz ist, dürfen nicht als Topas bezeichnet werden. Früher hat man als Topas oft den Citrin bezeichnet, der in der Natur als

nahezu farblos bis gelber, durchsichtiger Schmuckstein vorkommt. (Die Mineralart des Citrin ist Quarz.) Der Citrin darf nach den klaren Bestimmungen des RAL nur mit dem Namen „Citrin“, „Goldcitrin“, „Madeiracitrin“ (nicht „Madeiratopas“!), „Topasquarz“ oder „Quarztopas“ angeboten werden. Alle anderen Bezeichnungen sind verboten! Sehe also jeder an seinem Lager nach, ob die Bezeichnung „Topas“ auch tatsächlich nur an echten Topasen angebracht ist. Alle übrigen müssen dann ihre richtigen Namen bekommen, sonst macht sich der Händler strafbar. Dies gilt auch für den Lieferanten, der ebenfalls in Anspruch genommen werden kann, wenn er mit falschen Bezeichnungen arbeitet. (Synthetische Topase oder synthetische Citrine gibt es nicht.)

Es kommt auch vor, daß der Amethyst, dessen Mineralart ebenfalls Quarz ist, für den Topashandel Verwendung findet. Der Amethyst wird gebrannt und erhält durch das Brennen die schöne Farbe, die dem Topas ähnelt. Diese gebrannten Amethyste dürfen auch nur als „Topasquarz“ oder „Quarztopas“ ausgezeichnet werden. Wer sie als „Topase“ ohne Zusatz verkauft, macht sich strafbar. Man muß also scharf unterscheiden zwischen dem echten Topas bzw. Edeltopas und den Nachahmungen, für die Edelsteine aus der Quarzgruppe (Citrine oder Amethyste) verwandt werden.

Alle diese Bestimmungen sind im Interesse eines sauberen Fachhandels festgelegt worden, und ich freue mich, daß die erhaltenen Zuschriften in gleichem Sinne erfolgten, und ich hoffe, mit diesem kleinen Nachtrag noch vorhandene Unklarheiten beseitigt zu haben.

T ü m e n a.

Die Gemeinschaftswerbung

Am 10. Juni 1942 hat in Berlin eine Sitzung der vier Träger der Gemeinschaftswerbung, nämlich der Fachgruppe Uhrenindustrie, der Fachgruppe Uhrengroßhandel, der Fachgruppe Uhreneinzelhandel und des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks, stattgefunden. Es wurde vereinbart, daß die Verwendung der Werbemarken für die Gemeinschaftswerbung am 30. Juni 1942 für die Dauer des Krieges eingestellt wird. Ab 1. Juli 1942 werden also Werbemarken nicht mehr verwendet.

Ausdrücklich wurde festgestellt, daß die Einrichtung „Gemeinschaftswerbung“ an sich aufrechterhalten bleibt, wenn sie auch bis auf weiteres ruht. Schon jetzt wurde vereinbart, daß nach Beendigung des Krieges Werbemarken wieder verwendet werden. Um diese Voraussetzung für die Zeit nach Kriegsende zu schaffen, werden die Fachgruppen Uhrenindustrie und Uhrengroßhandel gemeinsam mit ihren Wirtschaftsgruppen die Vorarbeiten für entsprechende Anordnungen leisten. Die Verwendung der Werbemarken soll sowohl bei der Uhrenindustrie als auch beim Uhrengroßhandel nach dem Kriege Bestandteil der Lieferungs- und Zahlungsbedingungen werden.

Das Ergebnis der harmonisch verlaufenen Sitzung der vier Träger der Gemeinschaftswerbung vom 10. Juni 1942 zeigt, daß die ursprünglich vorhandenen Mißverständnisse aufgeklärt werden konnten und daß nunmehr völlige Übereinstimmung in der Frage der Gemeinschaftswerbung besteht.

Im Jahre 1933 ist es in der deutschen Uhrenwirtschaft erstmalig gelungen, alle Kräfte zusammenzufassen und einheitlich auszurichten. Alle drei Gruppen fanden sich zusammen und vereinbarten als erste Maßnahme eine großzügige Werbung für die Uhr im Uhrenfachgeschäft. Die Frage der Aufbringung der hierzu benötigten geldlichen Mittel

wurde gelöst. Die Auffassungen über die Einrichtung der Gemeinschaftswerbung, über deren Aufbau und die durchzuführende Werbung waren im Laufe der Jahre nicht immer einheitlich. Teilweise fanden sogar hartnäckige Auseinandersetzungen statt. Ursache waren meist nicht innere, sondern häufig äußere Einflüsse. Die Gemeinschaftswerbung hat alle diese Stürme überstanden. Das ist ein Beweis dafür, daß die Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrenwirtschaft eine Einrichtung ist, an deren Erhaltung letzten Endes alle aufbauwilligen und verantwortlichen Kräfte der deutschen Uhrenwirtschaft ein Interesse haben. Sie ist die Einrichtung, wo Trennendes beiseite gestellt wird und nur der Wille vorhanden ist, den deutschen Volksgenossen im Uhrenfachgeschäft gute Uhren zu erschwinglichen Preisen zu liefern.

Die vier Träger haben in einer der letzten Sitzungen festgestellt, daß die Gemeinschaftswerbung die Krönung der Zusammenarbeit der Organisationen in der Uhrenwirtschaft ist. Heute, wo wir vereinbart haben, die Verwendung der Werbemarken am 30. Juni 1942 einzustellen, wollen wir den Gruppen des Uhrengewerbes für die Zeit nach dem Kriege rufen:

Haltet fest an der Einrichtung „Gemeinschaftswerbung“, sie ist der Kraftquell für die Werbung für die gute Uhr im Uhrenfachgeschäft.

Fachgruppe Uhrenindustrie.

Emil Speck.

Fachgruppe Uhrengroßhandel.

Eduard Bickel.

Fachgruppe Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren.

Kurt Dalisch.

Reichsinnungsverband des Uhrmacherhandwerks.

Hans Flügel.