

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,50 RM, unter Streifband 1,85 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend. Bestellungen an die Geschäftsstelle erbeten.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,- RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,5 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Merkur 4660, 4661, 7684

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 3, Jahrgang 51

Berlin C 2, Breite Straße 8-9

15. Januar 1927

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

Inventurverkäufe im Uhrmacher- und Juweliergewerbe

Der Vorschlag, Inventurverkäufe im Uhrmacher- und Juweliergewerbe zu veranstalten, wurde zum ersten Male auf der Hauptausschuß-Sitzung des Zentralverbandes der Deutschen Uhrmacher vom 24. Oktober 1926 in Erfurt gemacht. In dem offiziellen Bericht wird hierüber u. a. gesagt: „Der Gedanke fand beim Hauptausschuß durchaus Zustimmung. Für die Vereinigungen soll die Frage in einem besonderen Rundschreiben behandelt werden, um so den Gedanken der Veranstaltung von Inventurausverkäufen den einzelnen Kollegen näherzubringen und um entsprechende Beschlüsse der Ortsvereinigungen herbeizuführen. Unbedingt anerkannt wurde, daß die Veranstaltung von Inventurausverkäufen durch einzelne Kollegen am Orte unzweckmäßig und unwirksam wäre, daß deshalb nur ein Wert in den Inventurausverkäufen läge, wenn sie allgemein von allen Kollegen des Ortes gleichzeitig veranstaltet würden.“ Im Gegensatz zu diesem Votum des Hauptausschusses stieß der Vorschlag, Inventurausverkäufe zu veranstalten, auf den Widerspruch des größeren Teiles der deutschen Uhrmacher, so daß die ganze Angelegenheit längere Zeit hindurch ruhte. Die Reichstagung 1926 beschäftigte sich gleichfalls nicht grundsätzlich mit dieser Frage; es wurde lediglich ein Antrag, der sich gegen alle Ausverkäufe in unserem Gewerbe richtete, abgelehnt. Auch wir können dieser Ablehnung nur zustimmen, da es natürlich viel zu weit geht, etwa auch die Ausverkäufe wegen Geschäftsaufgabe oder Geschäftsverlegung verbieten zu wollen bzw. auf eine Abänderung der hier in Frage kommenden gesetzlichen Bestimmungen hinzuwirken. Kürzlich haben sich nun einige prominente Führer des Zentralverbandes mit dem größten Nachdruck für die Veranstaltung von Inventurausverkäufen in unserem Gewerbe eingesetzt. Es sei jedoch bemerkt, daß ein darauf bezüglicher Beschluß des Vorstandes des Zentralverbandes oder des Hauptausschusses nicht vorliegt, daß die erwähnten Meinungsäußerungen also, mögen sie sich auch im wesentlichen mit der Ansicht des Vorstandes des

Zentralverbandes decken, nur inoffiziellen Charakter tragen. Eine andere Beurteilung erschiene ja auch als unverständlich, wenn man bedenkt, daß die Frage der Stempelung der achtkarätigen Uhrgehäuse bei ungefähr gleicher Stimmenzahl dafür und dagegen auf der Reichstagung in Köln nicht zur Abstimmung gestellt, sondern den Unterorganisationen zur Beratung und Rückäußerung überwiesen wurde. Eine gleiche Handhabung würde bei einer offiziellen Behandlung der Angelegenheit der Inventurverkäufe jetzt wieder, wie es ja auch bereits Ende 1925 geschah, Platz gegriffen haben.

Welche Gründe werden nun für die Notwendigkeit von Inventurverkäufen im Uhrmacher- und Juweliergewerbe angeführt? In den großen Städten vor allem setzt regelmäßig zu Anfang und in der Mitte des Jahres ein sich immer mehr steigender Inventurverkaufs-Rummel ein, der in erster Linie den Zweck hat, möglichst viele Kunden in das Geschäft zu ziehen und vor allem diejenigen Waren, die unmodern zu werden drohen oder schwer absetzbar sind, loszuschlagen. Es gibt ja auch gewisse Geschäftszweige, in denen sich ein erheblicher Teil des ganzen Lagers aus solchen Waren zusammensetzt, die schnell abgesetzt werden müssen, um neuen, gängigeren Waren Platz zu machen. Im Laufe der Jahre hat sich aber der Charakter der Inventurverkäufe stark dahin verschoben, daß der Inventurverkauf ein bedeutsames Reklamemittel darstellt, ähnlich wie die Sonderverkäufe während der „Weißen Woche“ u. ä. m. Von den Freunden der Inventurverkäufe in unserem Gewerbe wird nun behauptet, daß die Vorbedingungen für Inventurverkäufe auch in unserem Fache gegeben seien; es wird auch darauf hingewiesen, daß, wenn die Warenhäuser und Textilgeschäfte sich nicht auf den ursprünglichen Gedanken der Inventurverkäufe allein stützten, sondern diese unbedenklich zu einem wirkungsvollen allgemeinen Werbefeldzug ausgestalteten, dann die Uhrmacher und Juweliere nicht tatlos zuschauen könnten, wie das Publikum sein Geld in diejenigen Ge-