

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,— RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,— RM berechnet (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,7 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: A 7 Dönhoff 2425, 2426, 2427

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 49, Jahrgang 54 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 6. Dezember 1930

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Der Uhrmacher und Juwelier und das Weihnachtsgeschäft

Von Juwelier Jaro Reimann

Die Schriftleitung dieser Zeitung hat seit geraumer Zeit einen dankenswerten Feldzug unternommen unter dem Leitwort „Das ganze Jahr hindurch verkaufen!“ Dieses Ziel ist ja nun richtig und überaus erstrebenswert, denn leider ist das Verkaufsergebnis des Jahres mit Ausnahme des Monats Dezember, wenn man von dem Ostermonat absieht, in unserem Fache höchst kläglich. Die Berliner bezeichnen diesen Zustand mit den Worten: „Vormittags war niemand da, und nachmittags ist nichts los gewesen.“

Vorläufig ist es nun noch immer so, daß im Dezember ein Viertel bis ein Drittel des Gesamtjahresumsatzes getätigt wird, und deshalb ist eben die Zeit vor Weihnachten diejenige Periode, welche über Gedeih und Verderb vieler Kollegen entscheidet. Es soll, so sagt die Fama, Fachgenossen geben, die bereits im ersten Halbjahr mit einem wirklichen Reingewinn abschneiden, aber bei den meisten tritt dies erst in der zweiten Jahreshälfte ein, und bei noch anderen (und dies sind nicht wenige) fängt das wirkliche Verdienen erst am 10. oder gar erst am 15. Dezember an. In den paar Tagen soll nun alles geschafft werden. Und je schlechter die Zeiten sind, desto mehr drängt sich das Geschäft auf diese letzte Zeitspanne zusammen. Daraus ist zu ersehen, wie außerordentlich wichtig es sein muß, dafür so vorbereitet zu sein, daß wirklich das Menschenmögliche herausgeholt werden kann.

Der Deutsche kauft nun einmal in der Hauptsache zu Weihnachten Geschenke. Daran ist nichts zu ändern, und alle Versuche, wie ihn z. B. die Spielwarenindustrie gemacht hat, einen zweiten Geschenktage im Sommer einzuführen, oder irgend welche anderen Höhepunkte im Verkauf zu schaffen, sind fehlgeschlagen. Neuerdings machen viele Einzelhändler eine sogenannte Vorweihnachtsreklame und geben 10 % Rabatt während einer gewissen Zeit um Ende November herum. Aber ich glaube, sie werden ebenso ein Haar darin finden wie die großen Kaufhäuser, die gleich nach Neujahr mit Inventurausverkäufen zu herabgesetzten Preisen ankommen, denn auf diese Weise wird das normale Weihnachtsgeschäft vor- oder nachverlegt mit dem Effekt, daß 10 % weniger ver-

dient wurde. Und da in unserem Gewerbe der Nettoverdienst ungefähr 10 % ausmacht, so kann es passieren, daß man zum Schlusse nichts verdient hat, denn zweimal kauft niemand Geschenke!

Bleiben wir also bei der guten, bewährten Einrichtung, das Weihnachtsgeschäft so wie bisher abzuwickeln, und treffen wir alle Vorbereitungen, um richtig dafür gerüstet zu sein.

In erster Linie muß unser Lager so zusammengestellt werden, daß es sich schnell und gut umsetzt. Zu diesem Zwecke sollte jeder Kollege, wenn auch in einfachster Form, Artikel-Statistiken führen, die ihm bald zeigen werden, welcher Artikel sich gut und welcher sich schlecht umschlägt. Da muß eben der Einkauf so vorgenommen werden, daß die augenblicklich am besten verkäuflichen Warenarten reichlich vorrätig sind, während man die wenig gekauften im Lager beschränkt. Armbänder waren z. B. vor kurzem noch der große Trumpf, haben aber plötzlich so nachgelassen, wie es niemand für möglich gehalten hätte. Dafür sind Kolliers auf einmal sehr bevorzugt. Den Grund dieser Erscheinung können wir uns nicht ganz erklären. Schließlich kann man nicht alles auf die Mode der langen Handschuhe schieben, die ich, nebenbei bemerkt, noch herzlich wenig tragen gesehen habe. Hier hilft uns nur die Statistik; das Einkaufen nach Gefühl ist eine sehr gefährliche Angelegenheit!

Viele Kollegen pflegen ihr Lager bereits in den Sommermonaten zu vervollständigen, was zweifellos besonders bei sogenannten kuranten Geschäften, von denen eine Unmenge Kleinzeug eingekauft werden muß, richtig ist. Bei normalen Zeiten nämlich. Wenn aber die Umstände derartig labil sind wie heute, wo man die Umsätze beim besten Willen und eifrigster Beobachtung der Wirtschaftslage nicht voraussehen kann, so ist es doch besser, seine Dispositionen für den Lageranbau auf einen späteren Zeitpunkt zu verschieben, wo bereits einige Klarheit über den mutmaßlichen Dezemberumsatz eingetreten ist. Ein jeder mache sich also eine ungefähre Aufstellung seines Bedarfes und — richte sich aber danach beim Einkauf! Wie schwer das ist, brauche ich den Kollegen gar nicht zu beschreiben.