

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 19,— RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

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  $\times$  Multiplikator 1,7 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 3, Jahrgang 55 • Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 • 17. Januar 1931

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

### Die geschäftlichen Ergebnisse des Uhren- und Goldwarengewerbes im Jahre 1930

Das in wirtschaftlicher Beziehung so außerordentlich schlechte Jahr 1930 hat auch auf das Uhren- und Goldwarengewerbe in seiner Gesamtheit höchst nachteilig eingewirkt. Dies zeigt sich in dem ziemlich erheblichen wertmäßigen Umsatzrückgang, der bei den weitaus meisten Fachgeschäften zu verzeichnen war. In den zahlreichen uns in liebenswürdiger Weise übersandten ausführlichen Berichten, die wertvolle Einblicke in die Praxis gewähren, und auf die wir uns hier stützen, wird nur einmal eine Umsatzsteigerung für das ganze Jahr 1930 angegeben und zwar um 20%. Der Umsatz eines anderen Geschäftes sank nur um 1,8%. Alle übrigen Berichte geben einen Minderumsatz an, der sich zwischen 10 und 50% bewegt, wobei ein Rückgang gegenüber dem Jahre 1929 in Höhe von 10 bis 15% mit Recht als ein in Anbetracht aller Verhältnisse gutes und wohl nur in ziemlich wenigen Fällen erzielt Ergebnis bezeichnet wird. Wir dürften nicht fehlgehen, wenn wir den durchschnittlichen Umsatzrückgang gegenüber dem Jahre 1929 auf 20 bis 25% beziffern.

Die einzelnen Monate des Jahres 1930 wiesen, und zwar ganz allgemein, erhebliche Schwankungen auf. Verhältnismäßig gut waren die ersten Monate, während das Oster- und Konfirmationsgeschäft durchweg stark enttäuschte. Im Sommer und vor allem im Oktober und November nahm dann vielfach der Umsatzrückgang ein beängstigendes Ausmaß an, um erst von Mitte Dezember an einer recht lebhaften Nachfrage, die jedoch die starken Ausfälle während der vorangegangenen Zeit nicht ausgleichen konnte, Platz zu machen. Aus dem Bericht eines Fachgeschäftes, das uns besonders ausführliche Mitteilungen über die Umsatzentwicklung während der einzelnen Monate macht, geben wir folgendes wieder: „Das Einsegnungsgeschäft fiel vollständig aus. Der Juli, der sonst nicht schlecht war, versagte und noch mehr der Herbst. In Uhren brachte den kleinsten Umsatz der Mai; dann folgten Januar, Februar, Juni, Juli, November, August, April, März, Oktober, September, Dezember. Bei den Schmucksachen sowie den Gold- und Silberwaren lautet die Reihenfolge Juli,

Mai, Februar, Januar, August, März, November, Juni, Oktober, April, September, Dezember. In Alfenide- und Nickelsachen, Kristall und Kunstporzellan reihten sich an den Januar mit dem kleinsten Umsatz November, Juni, August, September, Juli, März, Februar, April, Oktober, Mai, Dezember. Bis gegen Ende November blieb der Umsatz um 15% hinter dem Vorjahre zurück. Das Weihnachtsgeschäft brachte nur zwei Drittel des vorjährigen Umsatzes, so daß der Jahresumsatz um 19% gegen das schon schlechte Jahr 1929 zurückblieb.“ Ein anderes Geschäft teilt uns mit, daß das erste Halbjahr mit einem Minus von 7% gegenüber dem Vorjahre abschloß, während der gesamte Minderumsatz bis Ende November schon auf über 20% gestiegen war.

Das Weihnachtsgeschäft scheint noch unterschiedlicher ausgefallen zu sein als das Geschäft während des ganzen Jahres. Am ungünstigsten waren die Ergebnisse anscheinend in Ostpreußen und im westdeutschen Industriebezirk, ebenso bei vielen Geschäften in Berlin und anderen Großstädten, wie z. B. München und Dresden. Hier werden vielfach Umsatzrückgänge von 40 bis 55% berichtet. Der Durchschnitt in Deutschland scheint jedoch etwa bei 20% zu liegen. Besonders auffallend sind die oft scharf einander entgegengesetzten Mitteilungen über die zeitliche Entwicklung des Weihnachtsgeschäftes. In einer Stadt in der Nähe von Berlin setzte das Weihnachtsgeschäft bereits Ende November ein und verteilte sich fast überall gleichmäßig bis zum Heiligen Abend. Von einem Geschäft aus einer anderen brandenburgischen Stadt wird berichtet, daß der November-Umsatz gegenüber dem Vorjahre infolge des frühzeitig einsetzenden Weihnachtsgeschäftes um 12% stieg. Im allgemeinen jedoch setzte das Weihnachtsgeschäft erst sehr spät ein, etwa mit dem „Silbernen Sonntag“, vor allem deswegen, weil infolge der Preissenkungsaktion der Reichsregierung allgemein mit weiteren Preisermäßigungen auch für Uhren und Schmuckwaren gerechnet wurde.

Erfreulich ist es, daß die Zahl der Käufer sich in vielen Fällen gegenüber dem Vorjahre nicht oder nur unerheblich