

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 0,24 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 240,— RM berechnet (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis \times Multiplikator 1,6 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. 48, Jahrgang 55 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 28. November 1931

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Sorgen ums Weihnachtsgeschäft

Und wie man sie mildern kann

Von Juwelier Jaro Reimann

Bitte, lieber Leser, erwarten Sie von mir nicht, daß ich Ihnen ein fix und fertiges Rezept geben werde, wie man nicht nur den Umsatz des vorigen Jahres erreichen, sondern ihn womöglich noch größer gestalten kann; das weiß ich nämlich selber nicht.

Natürlich wird das diesjährige Dezembergeschäft im allgemeinen kleiner sein als im Vorjahre. Diese Erkenntnis ist die erste Bedingung für ein ersprießliches Disponieren. Warum es kleiner sein wird, das braucht man ja des näheren nicht auszuführen; jeder weiß es. Was aber nicht allen Kollegen bekannt sein dürfte, ist der ungefähre Durchschnittsatz, um welchen die Umsätze zurückgegangen sind. Nach den bisher vorliegenden Resultaten unserer Erhebungen liegt das Minus im Vergleich zum Vorjahre immerhin (im Durchschnitt gerechnet) zwischen 20 und 25 %.

Es gibt Geschäfte, die ihren Umsatz im Jahre 1931 vergrößert haben, und andere, die ihn wenigstens auf der Vorjahreshöhe halten konnten. Aber das sind Ausnahmen! Machen Sie sich freundlichst keine Vorwürfe, wenn es Ihnen nicht geglückt ist. Der gute Durchschnitt unseres Gewerbes liegt eben weit im Umsatz zurück, und auch der Dezember wird daran, wenn kein Wunder geschieht, nicht viel ändern können...

Trotzdem werden wir uns alle gerade dieses Jahr sehr anstrengen müssen, um aus dem Hauptgeschäftsmontat das Menschenmögliche herauszuholen, denn das Jahr 1932 scheint nicht rosig zu werden, und wenn von dem Weihnachtsgeschäft nicht ein bißchen Geld übrigbleibt, wird mancher im kommenden Jahre die Waffen strecken müssen.

Die Läger des Großhandels und der Fabrikanten sind im allgemeinen klein, und es wird sich bestimmt in den gängigen Artikeln eine empfindliche Warenknappheit zeigen. Auswahlen und Kon-

signationsstücke werden Sie nicht, oder fast nicht, bekommen; das ist mal sicher. Darum nehmen Sie Ihre Aufzeichnungen zur Hand und sehen Sie nach, was sich am besten umgesetzt hat. Von Sachen dieser Art kann man sich ruhig etwas hinlegen. Wenn Sie mit $\frac{3}{4}$ des vorjährigen Umsatzes rechnen, so wird Ihnen dies vielleicht einen kleinen Anhalt geben, wieviel Sie einkaufen sollen. Aber Lager müssen Sie haben, wenn Sie verkaufen wollen. Kaufen Sie also jetzt; nachher wird man vielleicht gerade das Verlangte kaum bekommen.

Lieber Kollege! Auch Sie haben viele unverkäufliche Sachen, wieviel, das wissen Sie am besten. Sehen Sie sich mal Ihre Lieblinge und langjährigen Lagerpensionäre an! Setzen Sie rücksichtslos herunter, frisieren Sie diese Stücke meinetwegen als „Gelegenheitskäufe“, wenden Sie ihnen eine ganz besondere Pflege und Aufmerksamkeit zu, und trachten Sie diese, na, sagen wir gleich richtig „Pofels“, auf jeden Fall zu Geld zu machen. Wenn Ihnen das jetzt, im Dezember, bei dem großen Wegfluten nicht gelingt, dann können Sie wieder zwölf Monate warten. Ob Sie im nächsten Jahre dann noch dafür Käufer finden werden, ist fraglich. Also: immer raus mit dem Zeug! Der erste Verlust ist der leichteste, und er bringt wenigstens Geld!

Denken Sie mal, Sie wären Kunde und möchten einen Ring kaufen; was machen Sie in einem solchen Falle? Sie werden sich die Schaufenster ansehen, nicht wahr? Und in den Laden, dessen Fenster Ihnen am meisten zusagt, werden Sie hineingehen. Wenigstens macht das der Durchschnittskäufer so. Da wir aber heute insgesamt in Deutschland (jajawohl, ich auch!) an Überfluß von Geldmangel leiden, so werden sich die Weihnachtswünsche meistens auf einer bescheidenen Höhe halten müssen. Tragen Sie diesem Umstand Rechnung, und stellen Sie daher das in Ihrem Fenster aus, was der Käufer möchte, und nicht das,