

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifenband 2,10 RM Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 19,— RM; für das Ausland unter Streifenband, 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 1,0 RM)

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

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 49, Jahrgang 55 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 5. Dezember 1931

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Die Frau als Käuferin im Laden der Uhrmacher und Juweliere

Von Else Levin

Eine für alle Einzelhändler, also auch für die Uhrmacher und Juweliere, sehr bedeutsame Tatsache ist darin zu erblicken, daß die Frau als Käuferin stark vor den Männern hervortritt. Selbst Kleidungsstücke und sonstige Gebrauchsartikel der Männer werden zu einem erheblichen Teile von Frauen gekauft. Die Frau ist es auch, die Weihnachts-, Geburtstags-, Verlobungs-, Hochzeits- und andere Geschenke einkauft, zum mindesten aber in Vorschlag bringt und gewiß meistens damit durchdringt. Sie nimmt sich die Zeit, die Schaufenster gründlich zu besichtigen, um Anregungen zu bekommen und auch festzustellen, was die einzelnen Dinge kosten. Sie weiß schließlich auch am besten, was in einer älteren oder einer jüngeren Wirtschaft fehlt oder wieder neu angeschafft werden müßte. Der Herr Ehemann überläßt die Auswahl gern seiner Frau, aus Bequemlichkeit oder auch aus Zeitmangel, und er pflegt seine Frau bei Einkäufen nur dann zu begleiten, wenn es sich um größere Anschaffungen handelt, für die aus gewissen Gründen seine Zustimmung erwünscht ist.

Angesichts der unbestreitbaren Tatsache, daß die Frau der wichtigste Einkaufsfaktor ist, ferner daß der weit überwiegende Teil der von den Uhrmachern und Juwelieren geführten Waren Geschenkartikel darstellen und diese jetzt zu Weihnachten ihre bedeutsamste „Saison“ haben, sollten sich die Uhrmacher und Juweliere veranlaßt sehen, die Frau zu „hofieren“; zumindest sollten sie ihrem Empfinden möglichst weit entgegenkommen und durch solche Auslagen und Ausstattungen der Schaufenster ihre Kauflust reizen, die auf die besondere Art der Frauen, ihre Wünsche und Neigungen abgestimmt sind.

Wenn Geschenke gemacht werden sollen, so gehen die Frauen vielfach in ein Warenhaus oder ein reines Geschenkartikelgeschäft, wo sie alles mögliche und zu den verschiedensten Preisen angeboten finden, sehr gern aber auch in Glas- oder Porzellan-geschäfte, denn dort finden sie kleine und große, billige und teure Sachen, von denen schon irgend etwas passen wird. Sie brauchen sich keinen Zwang aufzuerlegen; man ist dort an Kunden gewöhnt, die ein paar Winzigkeiten wählen, vielleicht auch nur etwas Praktisches für den Hausgebrauch.

Für manche Gelegenheiten genügt ein kleiner Gegenstand als Ersatz für Konfekt oder für Blumen.

Warum geht die einkaufende Frau meist achtlos am Laden der Uhrmacher und Juweliere vorüber? Warum fällt es ihr so selten ein, auch dort einmal Umschau zu halten? Weil im Schaufenster zu oft Luxussachen prunken, die nur selten für Geschenkwzwecke in Frage kommen, und weil die kleinen billigen Sachen nicht deutlich genug hervortreten. Eine Frau, die mit dem Gelde rechnen muß (und welche müßte das heute nicht?), traut sich erst gar nicht in den Laden hinein, da sie das glanzvoll eingerichtete Schaufenster wohl mit begehrliehen Augen, aber auch gleichzeitig mit der vorgefaßten Meinung betrachtet, daß die ausgestellten kostbaren Dinge für gewöhnliche Sterbliche nicht erschwinglich seien. Ich weiß nun wohl, daß diese Auffassung nicht richtig ist, daß es auch in den Geschäften der Uhrmacher und Juweliere viele hübsche Geschenkartikel gibt, die für einen weiten Käuferkreis in Betracht kommen. Sicher ist es jedoch, daß vielen Frauen dieser Umstand noch nicht bekannt ist, und daher sollten die Fachgeschäfte alle Kraft aufwenden, um hier einen Wandel der Anschauungen herbeizuführen. Abgesehen von den wenigen Geschäften, welche die auch heute ja noch verstreut vorhandenen reichen Menschen als Kunden zu gewinnen suchen und infolgedessen hochwertige Waren in den Vordergrund ihrer Auslagen rücken, sollten die Uhrmacher und Juweliere billigere Geschenkartikel, die weiten Käuferkreisen erschwinglich sind, in solcher Weise anbieten, daß die Frauen sich veranlaßt sehen, nicht nur billigere Uhren und Schmucksachen, sondern auch all die vielen netten Kleinigkeiten wie Serviettenringe, Mokkalöffel und andere Besteckteile, Fingerhüte, Becher, Geldbörsen, Taschenbügel, Teesiebe mit Untersatz usw. als Geschenkartikel zu wählen und in den Fachgeschäften zu erwerben.

Die Frau hat immer die Tendenz, billig zu kaufen, und sie freut sich königlich, wenn ihr das nach ihrer Ansicht gelungen ist. Kommen die Geschäftsleute dieser Neigung ein wenig entgegen, so wird es ihr Schaden nicht sein. Der Versuch, die Frauen dahin zu bringen, ein „gemeinsames“ teures Geschenk,