Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 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 SW68, 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 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis × Multiplikator 1,5 RM)

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

Uhren-, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 8, Jahrgang 57 ★ Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 ★ 18. Februar 1933

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

Wie verkauft man Küchenuhren?

Von Kurt Blesch i. Fa. Gustav Bössenroth

Bekanntlich ist die Küchenuhr ein Artikel, der sich das ganze Jahr hindurch verkaufen läßt. Dies hängt sowohl mit ihrer günstigen Geschenkpreislage als auch mit dem Umstand zusammen, daß sie von der Hausfrau immer mehr als notwendiger Gebrauchsartikel betrachtet wird.

Als Einzelhändler würde ich deshalb darauf bedacht sein, meine Kundschaft bei jeder sich bietenden Gelegenheit auf die praktische Seite des Schenkens von Küchenuhren hinzuweisen, und dafür sorgen, daß die Uhren — getrennt nach Steingut- und Holzuhren — jeden Monat in einer anderen Umgebung, sowohl im Schaufenster als auch im Laden, gezeigt werden. Außerdem gilt es, besondere Gelegenheiten wie Umzugstermine, Hochzeiten, „Weiße Wochen" usw. wahrzunehmen.

Voraussetzung für einen guten Verkauf ist aber zunächst der richtige Einkauf, um ein übersichtliches Lager zu erhalten. Man wird mir sagen, daß dies eine Selbstverständlichkeit ist; aber darauf muß ich erwidern, daß gerade hierin immer noch die größten Fehler gemacht werden. Nun ist es nicht notwendig, über jedes Dekor usw. eine genaue Statistik zu führen. Der Inhaber eines Uhrenfachgeschäftes ist ja in der Lage, durch persönliche Bedienung der Kunden deren Wünsche kennenzulernen, so daß er genau weiß oder wissen kann, welche Dekore und Farben in seinem Bezirke gekauft werden. Aber es ist doch sehr praktisch, wenn man sich im Monat mindestens einmal die Zeit nimmt, die Küchenmöbel- und Haushaltungsgeschäfte anzusehen, um festzustellen, welche Kücheneinrichtungen und Möbel von diesen Firmen angeboten werden. Dies bietet schon einen sehr wertvollen Anhalt für die Sortierung des Küchenuhrlagers.

Eine gute Kundenbedienung macht es erforderlich, in wenigstens vier Preislagen gut sortiert zu sein. Die gängigsten Ladenpreise von 8 Tage-Uhren sind:

1. etwa 8,50 bis 9,50 RM,
2. etwa 11,— bis 12,— RM,
3. etwa 16,— bis 18,— RM,
4. etwa 21,— bis 24,— RM.

Außerdem sollten ein bis zwei billige Kampfmuster als Lockartikel geführt werden. Zur Vervollständigung des Lagers gehören einige teure Uhren mit 8 Tage-Werken oder elektrischen Werken in den Preislagen von 25 bis 38 RM, schon um leichter die Preislage 21 bis 24 RM verkaufen zu können. Es ist also wichtig, daß die unter 4. genannte Preislage nicht die teuerste darstellt, die man zeigen kann, denn sonst würde der Verkauf erschwert werden.

Wer zwei Schaufenster besitzt, sollte das eine jährlich zu wenigstens acht Sonderausstellungen von achttägiger Dauer benutzen und zwei oder drei dieser Sonderausstellungen den Küchenuhren und Weckern einräumen. Angesichts der von anderen Gewerbezweigen gemachten Anstrengungen ist es jedoch für ein Uhrengeschäft nicht mehr wirkungsvoll genug, bei einer solchen Ausstellung nur einfach zwanzig Küchenuhren und dreißig Wecker zu zeigen. Man muß heutzutage einer solchen Veranstaltung noch eine besondere Note oder einen besonderen Sinn geben.

Will man sie als Hochzeitsgeschenk anbieten, so muß man irgend etwas zeigen, was mit einer Hochzeit zusammenhängt. Soll die Sonderausstellung anläßlich der Wohnungsumzüge (der 1. April naht!) stattfinden, so ist es auch sehr einfach, ein passendes Motiv zu finden. Man kann einen Möbelwagen zeichnen lassen oder auch bildlich darstellen, wie die guten Freunde zur Wohnungseinweihung ein solches Geschenk mitbringen. Reklamezeichner hierfür gibt es wohl in jeder Stadt. Immer wirkungsvoll bleibt eine Sonderausstellung von Küchenuhren, wenn man auf die Pünktlichkeit im Haushalt hinweist, die gerade von der Küche ihren Ausgang nehmen muß. Meine Firma hat jetzt ein Plakat eines Küchenjungen in Lebensgröße mit dem Hinweis auf die Pünktlichkeit herausgebracht. — Die Kosten stehen durchaus im Verhältnis zu dem Erfolge. Natürlich muß man berücksichtigen, daß solche Spezialschaufenster nicht nur Umsatz in dem ausgestellten Artikel bringen, sondern gleichzeitig auch auf den Umsatz aller anderen Waren fördernd wirken, weil das be-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19330000/105