

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 \times Multiplikator 1,5 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. 11, Jahrgang 57 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 11. März 1933

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Geschenke!

Versilberte Kleinwaren im Fachgeschäft

Die Bedeutung der kleinen Geschenke im Fachgeschäft „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft“, dieses Wort hat — im guten wie im bösen Sinne — auch in den vielbewegten letzten Jahren seine Bedeutung behalten. Frauen ganz besonders sind der tiefen Symbolik solcher kleinen Geschenke als Ausdruck persönlicher Verbundenheit leicht zugänglich, und keineswegs ist es immer der hohe Preis, der ein Geschenk besonders gern empfangen läßt, sondern vielmehr Schönheit und Geschmack, mit der das Geschenk ausgesucht wurde. Auch in unserer unruhigen Zeit wäre das Zusammenleben vieler Menschen harmonischer, wenn der allzu gehetzte oder in der Tretmühle des Alltags gleichgültig gewordene Mensch, vor allem *masculini generis*, in seinen reiferen Jahren nur einen Bruchteil des Nachdenkens und der inneren Versenkung für die Auswahl derartiger kleiner Geschenke aufwenden würde, wie er es in der Blüte seiner Jugend zu tun pflegte.

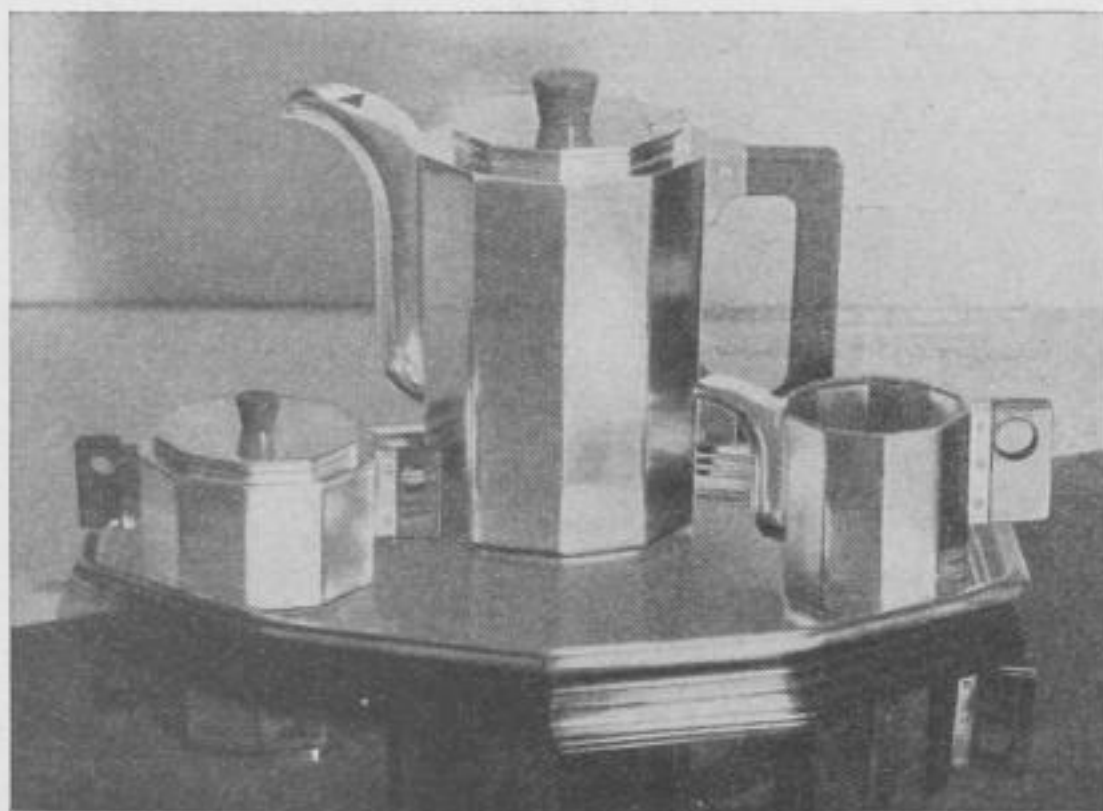
Aber nicht allein die Gleichgültigkeit und die Ungeschicklichkeit der Männerwelt vor allem im Schenken und im Kaufen ist es, die den Blumen- und Konfitüregeschäften so viele gelegentliche, besonders eilige Geschenkkäufer zuführen, welche nicht allein in unserem Interesse, sondern auch im Interesse von Schenker und Beschenktem besser in den Fach-

geschäften unseres Gewerbes zustande gekommen wären. Schuld daran ist auch die Tatsache, daß in vielen Uhrmacher- und Juweliergeschäften die Bedeutung des kleinen Geschenkartikels für das gesamte Geschäft und zwar im ganzen Jahre nicht scharf genug erkannt wird.

Wohl führen heute viele Fachgeschäfte unseres Gewerbes derartige Artikel, aber sie werden gegenüber den übrigen Waren im Schaufenster und im Laden meist nicht genug hervorgehoben; auch werden Neuheiten nicht in der ihnen gebührenden Weise betont, so daß viele Kunden gar nicht wissen, daß auch der Uhrmacher und Juwelier so viele nette, kleine Geschenkartikel führt.

Die amerikanischen Juweliers haben für diese Geschenkartikel den besonders typischen Ausdruck „*leaders*“ geprägt. Das heißt, diese Artikel sind nicht in erster Linie dazu bestimmt, den eigent-

lichen Umsatz des Geschäftes zu schaffen, sie sollen vielmehr vor allem dazu dienen, die Kundschaft häufiger in das Geschäft zu „führen“. Auch in den stilleren Monaten und gerade im Sommer, wenn der Umsatz in unseren Hauptartikeln schwach ist, soll die Kundschaft nicht die Verbindung mit dem Fachgeschäft verlieren; darüber hinaus aber soll auch gegenüber den Warenhäusern und Galanteriegeschäften ausdrücklich betont werden, daß beim



Neuartiges Kaffeeservice mit kantiger, moderner Linienführung (Vereinigte Deutsche Nickel-Werke A.-G., Schwerte-Ruhr)