

Form geschlungener Holzkeile sind eine beliebte Art, Schmuckstücke in modische Verbindung zu bringen.

Es ist nicht zu verlangen, daß jeder Uhrmacher oder Juwelier die neue Frauenmode von Grund auf studiert. Aber er sollte bei seinen Einkäufen und seinen Verkäufen doch soweit unterrichtet sein, um die neuen Forderungen der Mode in ihren großen Umrissen zu kennen. Ein bißchen die Schau-

fenster studieren, einen Blick in die Modezeitungen tun — kurz etwas Interesse für Frauenmoden bezeigen, das wird nur dienlich sein und dem Geschäft nützen. Als selbstverständlich betrachte ich es, daß die in den Schmuckwarengeschäften tätigen Damen sich diese Dinge, die ihnen ja ganz besonders „liegen“, mit aller Kraft annehmen und auch schon beim Einkauf gebührenden Einfluß zu gewinnen suchen.

Sprechsaal^{*)}

Wie werde ich meine Ladenhüter los?

Als Ergänzung zu der in Nr. 6 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. gegebenen Antwort auf die in der Überschrift gestellte bedeutsame Frage möchte ich einige Überlegungen, die ich im Hinblick auf die Inventurverkäufe angestellt habe, und die von mir bei Sonderangeboten gemachten Erfahrungen bekanntgeben. Für und wider die Inventurverkäufe in unserem Gewerbe sind viele beachtliche Gesichtspunkte geltend gemacht worden, die eine klare und entschiedene Stellungnahme nach einer Richtung hin nicht leicht gemacht haben. Ich für meine Person mache kein Hehl daraus, daß ich meine Ansicht über die Frage der Inventurverkäufe mehrfach geändert habe, ohne dies als verdammenswerte Wankelmütigkeit zu empfinden. Ich bin jetzt doch davon überzeugt, daß die von uns geführten Waren sich ihrer inneren Natur nach im allgemeinen außerordentlich schlecht für derartige Verkäufe eignen. Wenn wir z. B. Trauringe am Lager haben, die wegen ihrer Form oder Goldfarbe nicht mehr modern sind, so wird auch ein niedrigerer Preis kaum einen Ansporn für Brautleute bilden, die Ringe fürs Leben in der Inventurverkaufszeit zu erwerben. Und daß ein Schmuckstück, das durch den Inventurverkauf, sagen wir es nur einmal ganz deutlich, als veraltet gebrandmarkt wird, lediglich durch Preisvorteile sehr an Verkauflichkeit gewinnt, ist gleichfalls nicht anzunehmen. Wenn es uns wirklich gelänge, während der Inventur- und Saisonverkaufszeit im Februar und im Sommer ein paar Ladenhüter loszuschlagen, so stände der damit verbundene bescheidene Nutzen keineswegs in einem angemessenen Verhältnis zu dem Nachteil, der uns daraus erwüchse, daß wir, um einen Kaufanreiz zu schaffen, auch einen größeren Teil der noch nicht zu ausgesprochenen Ladenhütern gewordenen Warenbestände um 10 % oder mehr ermäßigen müßten. Die eigentlichen Ausverkaufsumsätze werden sich auch in unserem Fache im Vergleich zu dem regelmäßigen Geschäft immer nur in einem verhältnismäßig bescheidenen Rahmen bewegen.

Je nach Lage und Art des Geschäftes, aber natürlich auch je nach dem Ausmaß, in dem sich der einzelne Geschäftsinhaber zu Preisermäßigungen entschließt, dürfte sich der Anteil der reinen Ausverkaufsumsätze auf etwa 5 bis 20 % der Gesamtumsätze beziffern. Diese Schätzung stützt sich auf Versuche, die ich selbst in den letzten Jahren in dieser Richtung während der Ausverkaufszeiten unternommen habe. Und über diese Versuche möchte ich hier zu Nutz und Frommen der Gesamtheit kurz berichten.

Es ist selbstverständlich, daß ich bei diesen Veranstaltungen mit Rücksicht auf die bestehenden gesetzlichen Bestimmungen jede auf einen Inventurverkauf deutende Bezeichnung unterlassen mußte. Das aber konnte kein Grund sein, nicht einem meiner Schaufenster ein besonderes Gewand anzulegen und mit Rot- und Blautift tüchtig „zu Kehr zu gehen“. Von hochwertigen Schmuck-sachen sowie Armband- und Taschenuhren abgesehen, habe ich es eigentlich mit fast allen für uns in Frage kommenden Waren-gattungen schon versucht. Mit silbernen Kittbestecken aller Art, mit Restbeständen aufgegebener oder aufzugebender echt silberner und versilberter Bestecke, mit silbernen und versilberten Hohl-waren, Nickelwaren, Damen-Taschenuhren, Kleinsilberwaren, Weckern aller Art, Tischuhren, Wanduhren usw. Die Erfolge waren sehr verschieden. Die günstigsten Umsatzmöglichkeiten zeigten sich dabei immer wieder beim Verkauf von Bestecken aller Art, was mir ein deutlicher Beweis dafür ist, daß diese als ausgesprochene Gebrauchsartikel sich auch weitaus am besten für diesen Zweck eignen. Vor mehreren Jahren brachte ich z. B. auf diese Weise meine restlichen Bestände an silbernen Kittbestecken, die mit dem vermehrten Verbrauch solider versilberter Bestecke zusehends an Boden verloren hatten, verhältnismäßig sehr schnell an den Mann. Nachdem in der Folgezeit fast nur noch 90er und später 100er versilberte Bestecke unterzubringen waren, verschwanden auch die 20er, 40er und 60er Bestecke sehr flott im „Ausverkauf“. Kleine Restbestände an gravierten, leichten silbernen Bestecken die fast Jahrzehnte lang unverkäuflich gelegen hatten, gingen schon schwerer, sind aber doch heute fast restlos geräumt. Einzelne silberne Löffel und Gabeln, Messer mit gewöhnlichen (nicht rostfreien) Klingen, die aus diesen oder jenen Gründen außerplan-

mäßig auf Lager gekommen waren, oder solche, die beschädigt oder unansehnlich geworden waren, gingen flott noch zu Preisen weg, zu denen man seinerzeit in den bekannten Geschäften in Berlin, Dresden usw. leider funkelneue moderne Bestecke zu verkaufen für richtig hielt.

Auch mit dem Sonderverkauf älterer Muster von Wand- und Tischuhren habe ich ganz gute Erfahrungen gemacht, während ältere Weckerformen (kleine Qualitätswecker) schlecht verkauft wurden. Abgesehen von unmodernen Chokerketten, die auf Serienpreise (1, 2 oder 3 RM) ermäßigt wurden und dann annähernd zu Einkaufspreisen wegingen, waren Schmucksachen im allgemeinen schwerer unterzubringen. Gewiß ließe sich auch darin m. E. noch manches alte Stück verkaufen, aber wohl häufig doch nur noch zu Preisen, die sich den Schmelzwerten bedenklich nähern. Es kommt dabei natürlich auf den „Jahrgang“ an, und es gehört auch ein gewisses Fingerspitzengefühl dazu, den „richtigen“ Preis zu ermitteln.

Bei der im Vergleich zu anderen Gewerbebranchen äußerst geringen Umsatzgeschwindigkeit unserer Waren kann man nicht jedes Stück als Ausverkaufsware abtun, das sich schon seit einem, zwei oder gar drei Jahren unserer Obhut erfreute. Nein, manche Stücke sind ausgesprochen zeitlos und finden oft noch nach fünf oder mehr Jahren gute und willige Käufer zum Regelpreis, während wir bei manchem modischen Zeug, das im Herbst eingekauft, zu Weihnachten aber schlecht oder gar nicht abgesetzt wurde, mit Bestimmtheit wissen, daß es ausverkaufsreif ist. Allgemeine Richtlinien darüber, was ausverkaufsreif ist und was nicht, lassen sich indessen nicht aufstellen. Was in dem einen Falle richtig ist, ist im anderen grundverkehrt. Gewiß wollen wir keine Ladenhüter weiter hegen und betreuen auf die Möglichkeit hin, daß nach zehn Jahren doch noch einmal ein altes Mütterchen kommen und nach diesem oder jenem älteren Gegenstand fragen könnte, aber die Eigenart unseres Gewerbes verlangt es, in gewissen Fällen auch besonderer Nachfrage gerecht zu werden. Mancher kann einen Gegenstand, den er pflegt, und für den er seine Kundschaft hat, jahrelang und mit Nutzen verkaufen, während ihn vielleicht schon sein nächster Konkurrent, weil der Gegenstand für dessen Kundschaft in der Preislage zu hoch oder zu niedrig, oder weil sein Sortiment darin zu klein ist, schon nach Jahresfrist, selbst mit Verlust, gern abstoßen würde.

Man hat gesagt, unser Gewerbe bedürfe der Inventurverkäufe nicht. Wenn man einen Gegenstand zum regelrechten Preise nicht absetzen könne, so biete sich für den tüchtigen und gewandten Fachmann auch während des ganzen Jahres Gelegenheit genug, diesen zu einem geeignet erscheinenden Preise loszuschlagen. Daran ist wohl manches wahr; aber zunächst ist doch zu berücksichtigen, daß man die Ladenhüter und solche, die es werden wollen, nicht in vorderster Front marschieren läßt und sie infolgedessen oft nicht zur Hand hat, wenn sie gerade benötigt werden, zum anderen, daß gerade das Personal, sei es aus Bequemlichkeit oder aus mangelnder genauer Kenntnis des Lagers, oft nicht in der Lage ist, diese Gegenstände zu verkaufen. Anders in der Inventurverkaufszeit. Was bei der Lageraufnahme am Jahresende aus den entlegensten Winkeln des Lagers ans Tageslicht befördert und für ausverkaufsreif befunden wird, stellt eine geschlossene Front von Ladenhütern dar, die alle das gleiche Schicksal, das der Preisherabsetzung, gemeinsam trifft. Während dieser Zeit braucht man keine Bedenken zu haben, die Schaufenster mit Ladenhütern aller Art recht ungestaltlich vollzubauen, wo sonst nur Neuheiten oder erlesene Stücke die Würde des Geschäfts zu verkörpern haben. Das Publikum ist es dann gewohnt, Schaufenster voller Ladenhüter und grellfarbiger Preisplakate zu sehen, und es schadet auch unserem sonst vornehme Würde atmenden Gewerbe nichts, wenn es einmal im Jahre in einen etwas gewöhnlicheren Ton verfällt. Ja, das Publikum hat z. T. eine wahre Freude daran, sich

*) Für die Veröffentlichungen im „Sprechsaal“ übernimmt die Schriftleitung nur die preßgesetzliche Verantwortung.