

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 SW 68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{4}$ Seite 200,— RM. $\frac{1}{100}$ Seite — 10 mm hoch und 46 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM, für Stellen Angebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis \times Multiplikator $\frac{1}{4}$)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhoff 5246

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 40, Jahrgang 59 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 28. September 1935

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Die Aufgaben des Einzelhandels mit Edelmetallwaren

Auf der Ende August d. J. in Berlin abgehaltenen Internationalen Juwelier-Tagung hielt Dr. Hayler, Leiter der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel, eine aufschlußreiche und zielweisende Ansprache, in der er folgendes ausführte:

Die Wirtschaftsgruppe Einzelhandel ist die von unserem Staate eingesetzte Berufsvertretung dieses Zweiges der deutschen Wirtschaft; sie hat die Aufgabe, den deutschen Einzelhandel aller Gruppen zu produktiver Arbeit zusammenzufassen und lebendige Gemeinschaft mit Handwerk, Industrie und Großhandel zu pflegen. Daher ist es für uns ein erfreulicher und ermutigender Eindruck, gerade hier in diesem Kreise zu sehen, daß unser Mitglied, die Fachgruppe für Juwelen-, Gold- und Silberwaren, ihre Arbeit in enger Verbindung mit dem Handwerk, der Industrie und dem Großhandel leistet und auch den Berufsgenossen aus anderen Ländern einen Blick in die Aufgaben und Arbeiten des deutschen Handels und Gewerbes zu geben bemüht ist. Unser Führer und Reichskanzler Adolf Hitler hat einmal ausgesprochen, die Verständigung im deutschen Volke könne nicht dadurch gefördert werden, daß man immer erneut jedem Menschen von den Dingen erzähle, die er selber täglich erlebe und daher kenne, sondern man solle jeder Berufsgruppe von den Erlebnissen und Nöten ihrer Nachbarn und Volksgenossen aus anderen Kreisen einen Begriff beibringen. Diesem Ziele dient eine Veranstaltung wie die Ihrige, meine Herren, auf das vortrefflichste. Hier lernen alle um die edle Ware Ihres Gewerbes bemühten Kreise der gewerblichen Wirtschaft die Lage, die Verantwortung und die Berufsauffassung der anderen Gruppen kennen, mit denen sie durch den natürlichen Gang der Arbeit verbunden sind.

Ich glaube, daß es z. B. ganz lehrreich ist, einmal in aller Kürze die Entwicklung des deutschen Einzelhandels mit Juwelen-, Gold- und Silberwaren in den letzten Jahren zu betrachten. Dabei zeigt sich der charakteristische Unterschied, daß die Umsätze dieses Handelszweiges von 1930 auf 1933 um etwa 48 % zurückgingen, die Zahl der zu bedienenden Kunden dagegen nur um knapp 11 % und die Kosten

um knapp 32 %. In diesen drei Ziffern tritt an einem deutlichen Beispiele die schwierige Berufslage des Einzelhandels zutage. Preissenkungen und Rückgang der Nachfrage nach höheren Qualitäten lassen die Umsatzwerte in Krisenzeiten stark absinken. Die Zahl der Kunden, die im Laden gut bedient und behandelt werden sollen, nimmt aber längst nicht im gleichen Maße ab, nur kauft jeder einzelne sehr viel weniger als in guten Konjunkturzeiten. Die Mühe der Beratung wächst mit dem wirtschaftlichen Druck, der auf den Verbrauchern lastet, denn sie wollen gerade in Zeiten knappen Einkommens von dem Einzelhändler und Handwerker, der ihr Vertrauen als Fachmann genießt, besonders sorgfältig und liebevoll betreut werden, ehe sie sich in solchen Zeiten zu einem Einkaufe entschließen, namentlich, wenn es sich um so hochwertige Ware handelt, die außerhalb des dringendsten Bedarfs an Nahrung und Kleidung liegt, wie die von Ihnen zu verwaltenden Güter.

Einzelhandel und Handwerk können ihrem Volke gegenüber geltend machen, daß sie einen sozialen Dienst leisten, wenn sie in Zeiten sinkender Umsätze ihre Ausgaben für Personalentlohnung und Mieten möglichst auf der Höhe halten. Die Zahlen, aus denen zu entnehmen ist, daß die Kosten des Einzelhandels mit Juwelen, Gold- und Silberwaren von 36,2 % im Jahre 1930 auf 46,4 % im Jahre 1933 gestiegen sind, sprechen deutlicher und überzeugender als Worte davon, daß der Einzelhändler auch in Notzeiten seinem Hauswirt und seinem Angestellten treu zu bleiben sucht. Das Jahr 1934 hat Ihrem Beruf dann wieder einen Aufstieg der Umsätze um etwa 18 % gebracht und damit hoffentlich eine langsam fortschreitende Besserung.

In Ihrer Arbeit, meine Herren, erleben wir mit besonderer Klarheit, daß die Aufgabe des Einzelhandels sich nicht in Kosten und Preisen der Ware erschöpft, sondern daß diesen Zahlenwerten die eigentliche Arbeit zugrunde liegt, die Vermittlung von Qualitätswerten, an deren Herstellung schöpferische Menschen künstlerisch und gewerblich gearbeitet haben, und die dem Verbraucher zur Gestaltung