

Das ganze Jahr hindurch mehr verkaufen!

Herbst

Rückblick und Ausblick

Die Entwicklung im Uhren- und Edelmetallgewerbe war in den letzten beiden Jahren verhältnismäßig recht gut; in den ersten sieben Monaten 1935 war gegenüber dem Vorjahre im Uhreneinzelhandel eine Umsatzsteigerung von annähernd 8 % festzustellen, und im Vergleich zu 1933 betrug sie sogar rund 26 %; der August hat eine weitere Verbesserung gebracht, so daß etwa zwei Drittel des Umsatzes der besten Nachkriegsjahre wieder erreicht sein dürften. In den verschiedenen Gegenden und auch bei den einzelnen Geschäften zeigten sich freilich erhebliche Unterschiede; während manche Betriebe hinter dem Durchschnitt zurückblieben, konnte eine bedeutende Gruppe des Faches im ersten Halbjahr 1935 einen Mehrumsatz von über 27 % feststellen. Im ganzen aber ist ein befriedigendes Herbst- und Weihnachtsgeschäft zu erwarten, da die innerdeutsche Wirtschaftslage sich Schritt für Schritt verbessert hat und die Zahl der Beschäftigten in den nächsten Monaten nur dann zurückgehen wird, wenn das Wetter sich sehr verschlechtert. Die Verbesserung gegenüber dem Vorjahre wird sich, wie wir annehmen, auf etwa 10 % belaufen, und bei den Uhren wird sie vielleicht noch etwas größer sein. Am besten werden diejenigen Gegenden abschneiden, die durch den Neuaufbau der Wehrmacht einen starken Auftrieb bekommen haben. Als ein günstiger Umstand ist auch die weitere leichte Steigerung der Nachfrage nach besseren Waren zu werten.

Ursache und Wirkung

Die günstige Entwicklung im Uhren- und Edelmetallgewerbe ist nicht eine naturnotwendige Folge der besseren wirtschaftlichen Gesamtlage, wenn diese auch die unerläßliche Voraussetzung dafür gebildet hat. Ohne die im ganzen richtige fortschrittliche Geschäftsführung, nicht zuletzt ohne die rege und geschickte Gemeinschafts- und Einzelwerbung wäre der Erfolg nicht zu erklären. Auch in Zukunft wird das nicht anders sein. Vor allem muß der Grundsatz: „Diene, um zu verdienen!“, der in Nr. 39 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung ausgiebig erörtert worden ist, die Richtschnur unseres Handelns bilden.

Das Weckergeschäft im Herbst

Im Herbst pflegt das Geschäft auf der ganzen Linie wieder anzuziehen; darum verdienen alle Warengruppen Beachtung. Eine Verkaufsgelegenheit besonderer Art bietet sich jetzt nur hinsichtlich der Wecker, für die daher entsprechend geworben werden muß. Sie können dann um so eher zu Weihnachten im Interesse des Absatzes anderer und höherwertiger Waren in den Hintergrund treten.

Vorbereitung des Feldzuges und „Aufmarschplan“

Die bedeutendsten Feldherren haben bestritten, daß es so etwas wie einen Feldzugsplan gebe, den man nur durchzuführen brauche, um zu siegen; „denn“, wie Wilhelm Busch sagt, „erstens kommt es anders, und zweitens als man denkt.“

Größten Wert jedoch haben die militärischen Führer seit jeher auf die gründliche Vorbereitung für den Ernstfall und die Einleitung der Kriegshandlungen, den „Aufmarschplan“ gelegt. Dies gilt alles sinngemäß auch für die Wirtschaft und die einzelnen Unternehmungen, für die Uhrmacher und Juweliere besonders jetzt, wo die Hauptgeschäftszeit bevorsteht. Es lohnt sich, auf diese Arbeit auch etliche freie Abende zu verwenden.

Das Geschäft muß „erzbereit“ sein!

Vorsorgliches Denken ist Kennzeichen und Pflicht des fortschrittlichen Kaufmanns. Der Rahmen, in dem sich das Weihnachtsgeschäft abspielen soll, und zwar so erfolgreich wie möglich, muß in den nächsten Wochen — spätestens Ende November muß alles fix und fertig sein — überprüft und aufs beste hergerichtet werden. Große Umarbeiten am Schaufenster und Laden werden freilich jetzt nicht mehr möglich sein, wohl aber kleinere „Retuschen“, die das Bild wesentlich verbessern. Das ganze Drum und Dran muß, ebenso wie die Waren, frisch und sauber aussehen. Ist die Beleuchtung so, wie sie sein soll? Sind die Glasplatten nicht zerkratzt, die Vorlegetablets, Schaufenstergestelle und Kartuschen sauber und ansehnlich? Sind genügend Geschenkpäckchen vorhanden? Wie steht es mit dem Einwickelpapier und dem Verschnürungsmaterial? Diese und viele andere Fragen gilt es zu berücksichtigen. Zu den notwendigen Vorarbeiten gehört auch die Aufstellung eines umfassenden **W e r b e p l a n e s**.

Einkauf und Nachschub

Die allerwichtigste Aufgabe der Uhrmacher und Juweliere besteht aber in dem richtigen Einkauf. Dabei dürfen die Neuheiten, mögen die bisherigen Einkaufserfahrungen gewesen sein, wie sie wollen, keinesfalls übersehen werden. Nichts ist so wie sie geeignet, Aufmerksamkeit zu erregen und das Geschäft als fortschrittlich erscheinen zu lassen. Oft genügen schon wenige, aber wirksam dargebotene Stücke. Ängstliche Zurückhaltung im Einkauf wäre ebenso verkehrt wie Spekulationskäufe. Die Einkäufe müssen rechtzeitig, d. h. möglichst bald, erfolgen, da andernfalls die Gefahr besteht, daß die Waren nicht rechtzeitig, vielleicht erst kurz vor Heiligabend, oder nicht in der gewünschten Ausführung geliefert werden. In Zweifelsfällen empfiehlt es sich, die Möglichkeit des Nachschubs durch Rücksprache mit den Lieferanten zu erforschen. Es ist ja bekannt, daß die Industrie keine so großen Läger wie früher unterhält, daß das Gold knapp ist, und daß die Einfuhr von Edelsteinen infolge der Devisenschwierigkeiten starken Beschränkungen unterliegt. Lieferungsschwierigkeiten sind jedoch bei rechtzeitiger Bestellung durch den Einzelhändler nicht zu befürchten. Allzu große Einkäufe verbieten sich auch deswegen, weil der Aufschwung in hohem Maße durch die Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen der Regierung bedingt ist und demnächst vielleicht ein gewisser Rückschlag eintritt. Im Hinblick darauf muß auf eine möglichst große Liquidität und die Schaffung von Reserven Bedacht genommen werden. Also gehen wir tapfer, aber nicht verwegen an die Arbeit!