

# Deutsche Uhrenmacher-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 Uhrenmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,— RM. 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 X Multiplikator 1/4)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: Sammel-Nr. A 7 Dönhoff 5246

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 48, Jahrgang 59 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 23. November 1935

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### An die Lesergilde unserer Zeitung Auf zum Weihnachtsgeschäft!



Die Mitglieder der Lesergilde unserer Zeitung haben die verschiedenen „Vorläufe“ im Geschäftsleben des Jahres, als da sind: Wintergeschäft, Konfirmations- und Ostergeschäft, Pfingst- und Firmungsgeschäft, Reisezeit und Herbstgeschäft, gut bestanden; denn sonst wären sie ja nicht Mitglied dieser Gilde. Sie gehen deshalb mit besten Aussichten in den Entscheidungskampf des Jahres, das Weihnachtsgeschäft, hinein. Es müßte aber ein schlechter Kämpfer sein, der vor der Entscheidung nicht noch einmal sich selbst und seine Ausrüstung prüft und sich ganz genau über-

legt, wie er zum Lauf ansetzen und wie er sich beim Wettkampf verhalten wird, um das Rennen zu gewinnen, hier den Wettlauf um einen befriedigenden geschäftlichen Erfolg.

Selbstverständlich wird er es auch nicht unterlassen, sich nach den Mitbewerbern umzusehen und zu prüfen, wie er im lauterem Kampf deren Anstrengungen begegnen kann. Wer sind denn nun die Mitbewerber? Es sind alle diejenigen Geschäfte, die ebenfalls Waren für das Weihnachtsgeschäft anzubieten haben; darunter befinden sich sehr ernsthafte Mitbewerber, deren Waren für weite Käuferschichten vielleicht viel nötiger sind als selbst die lebensnotwendigen Gegenstände unseres eigenen Warenlagers. Wir brauchen hierbei z. B. nur an die Bekleidung zu denken. Wir haben aber auch solche Mitbewerber, die durch andere Ursachen einige Längen vorauskommen konnten, weil sie sich eben lauter bemerkbar gemacht haben, und dies sogar ganz wörtlich genommen, wie z. B. das Motorrad, dessen immer-

hin erhebliches Geräusch für so manchen jungen Mann und nicht weniger für so manches junge Mädchen Musik bedeutet, und das nicht nur durch seine Anschaffungskosten, sondern auch durch die laufenden Ausgaben, die es verursacht, für Benzin, Öl, Reparaturen und nicht zuletzt für Verzehr unterwegs, einen erheblichen Teil derjenigen Geldmittel bindet, die sonst vielleicht in unsere Läden gewandert wären. Da sind die Radio-Apparate und andere Musikinstrumente, die zwar nicht nur uns Kummer machen, weil sie auch laufend Mittel binden, von denen ein Teil vielleicht sonst für uns verfügbar gewesen wäre, sondern auch so manchem geplagten Mitbürger, dem sie nicht gönnen, daß er für seine armen Nerven eine kurze Zeit der Ruhe findet.

Das Haupttreffen im Wettkampfe mit diesen Bewerbern können nun allerdings nicht die einzelnen bestreiten. Dies ist vielmehr die Aufgabe der großen Gemeinschaftswerbungen, wie sie von der Arbeitsgemeinschaft der deutschen Uhrenwirtschaft, vom Schmuckgewerbe, von den Handelsorganisationen, aber, vom Standpunkt des Einzelhandels aus gesehen, auch durch die Markenwerbung der Fabriken durchgeführt wird, und zu denen ja jeder Einzelhändler einen erheblichen Anteil aufbringen muß, sei es durch direkte Abgaben, wie bei der Gemeinschaftswerbung, oder indirekt durch Einkalkulation in den Preis der Ware bei der Markenreklame der Fabriken.

Daneben werden die Mitglieder unserer Lesergilde versuchen, diese Mitbewerber aus anderen Gebieten in den Dienst der eigenen Werbung zu stellen, indem sie darlegen, daß zu dem guten Kleid ein schöner Schmuck gehört, daß der Motorradler für sich und seine Begleiterin sportgerechte Armbanduhr gebraucht, daß man durch den Radio-Apparat die gewünschte Sendung nur dann sicher empfangen kann, wenn man durch einen guten Zeitmesser rechtzeitig erinnert wird, und daß man sie vom Schlagwerk der Uhr ungestört empfangen kann, wenn dieses abstellbar ist. Doch sind dies natürlich nur kleine Mittel.