

Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,45 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen auf Anfrage gern mitgeteilt.

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8



Preise der Anzeigen

Grundpreis $\frac{1}{4}$ Seite 200,- RM. $\frac{1}{100}$ Seite - 10 mm hoch und 40 mm breit - für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,- RM. für Stellenangebote und Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis \times Multiplikator $\frac{1}{10}$)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhöf 524f

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

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

Nr. 17, Jahrgang 60

Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW68

25. April 1936

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

An die Lesergilde unserer Zeitung!

Das Sommergeschäft, und was dann?

Das „Sommergeschäft“ sieht der Uhrmacher und Juwelier auch heute noch vielfach als etwas an, das für ihn vermeintlich nicht in Betracht kommt, weil der Sommer für unser Gewerbe im allgemeinen die stille Zeit ist. Ist Ostern vorbei, dann denkt man noch ein wenig an das Geschäft um Pfingsten herum und an die Reisezeit und rüstet sich im übrigen auf die große Sommer-Ruhepause, d. h. man baut ab. Ist das richtig? Hier in diesen Blättern wird ja nun schon seit einer Reihe von Jahren versucht, einer gegenteiligen Überzeugung zum Durchbruch zu verhelfen, und das erfreulicherweise nicht ohne Erfolg. Es ist nicht wahr, daß im Sommer kein Geschäft zu machen ist. Der tüchtige und rührige Geschäftsmann wird es auch in dieser Zeit verstehen, Geschäfte zu tätigen, was allerdings bei weitem nicht so leicht ist wie in unseren Hauptgeschäftszeiten. Aber jede Mark, die in der stillen Zeit verdient wird, zählt doppelt, weil es sich hier meistens um zusätzliche Geschäfte handeln wird, die kaum eine Beeinträchtigung des Weihnachtsgeschäftes oder des Geschäftes der anderen Hauptzeiten bedeutet. Im Gegenteil wird sich ein Kunde, der im Sommer gut bedient wurde, zu Weihnachten gern daran erinnern, daß es für ihn in diesem Geschäft auch zu Weihnachten Einkaufsmöglichkeiten gibt. Es lohnt sich also in doppelter Hinsicht, auch jeder kleinsten Geschäftsmöglichkeit im Laufe des Sommers nachzugehen.

Die der heutigen Nummer unserer Zeitung beigelegte Aufsatzfolge „Das ganze Jahr hindurch verkaufen!“ gibt wieder eine große Zahl von Hinweisen auf das, was in der nächsten Zeit im Geschäft geschehen kann. Aber bitte, verehrtes Mitglied unserer Lesergilde, seien Sie unserer Gilde nicht untreu, denn auch in dieser Aufsatzfolge wollen nicht nur die Bilder betrachtet, sondern auch der Text will und muß gelesen werden.

Neben dieser Tätigkeit für das Sommergeschäft muß natürlich die ganze Kraft des Geschäftsinhabers und seiner Angestellten der Vorbereitung des Herbst- und

Weihnachtsgeschäftes dienen, was während der immerhin stilleren Zeit des Sommers am besten und erfolgreichsten durchgeführt werden kann. In dieser Zeit können solche Vorbereitungen in Ruhe und nach reiflicher Überlegung getroffen werden. Es bleibt auch genügend Zeit, um irgend welche Dinge, bei denen die Mitarbeit von Laden- und Ausstattungsfirmen u. a. m. erforderlich ist, mit Vorteil durchzuführen. Hierüber wird im Laufe der nächsten Monate noch öfters zu sprechen sein.

Auf eine Frage, die uns hier schon oft beschäftigt hat, soll heute aber nochmals mit allem Nachdruck hingewiesen werden, und das ist die Frage der Versandgeschäfte. Es ist hier in unserem Gewerbe in den letzten Jahren ein Wettbewerber groß geworden, dessen Entwicklung zu einer solchen Höhe noch vor verhältnismäßig kurzer Zeit gar nicht voraussehen war, und der kaum noch etwas zu tun hat mit dem Wettbewerb durch Versandgeschäfte der früheren Art, von denen auf unserem Fachgebiete nur allerbilligste oder ausgesprochene Schundware auf den Markt geworfen wurde, was zum Teil freilich auch heute noch geschieht. Die neue Art der Versandgeschäfte hebt sich von diesen aber ganz deutlich ab. Es sind die Firmen, die mit wundervoll ausgestatteten Katalogen und allen Hilfsmitteln der modernen Werbetechnik die direkte Bearbeitung der Kunden in ganz Deutschland betreiben, und die ihre Kundschaft vor allen Dingen in den soliden Kreisen des Mittelstandes und hierunter vornehmlich auch wieder unter den Beamten suchen.

Dem auf das örtliche Geschäft eingestellten Uhrmacher und Juwelier ist die Aufnahme des Wettkampfes mit diesen Firmen mit gleichen Waffen zunächst gar nicht möglich; dennoch aber muß er in den Wettkampf eintreten, wenn er nicht unterliegen will. Seine besten Hilfsmittel hierbei sind in erster Linie immer wieder diejenigen Mittel, die überhaupt für seinen Wettkampf in Betracht kommen, also sein Laden und sein Schaufenster, seine Möglichkeiten der Werbung in