

Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,43 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 SW 68, Neuenburger Str. 8



Preise der Anzeigen

Grundpreis 1/4 Seite 200,- RM. 1/100 Seite - 10 mm hoch und 40 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 1/2)

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. 7, Jahrgang 61 / Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 / 13. Februar 1937

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

An die Lesergilde unserer Zeitung!

Richtige Lagerhaltung

Im Einkauf liegt der Erfolg! Dieser Satz ist schon oft ausgesprochen worden. Er wird aber nicht immer beherzigt, vielleicht, weil er falsch verstanden wird. Er will nämlich durchaus nicht besagen, daß im richtigen Einkauf allein der Erfolg liegt; es ist nur eine der Voraussetzungen für den Erfolg im Geschäftsleben, aber eine der wichtigsten Voraussetzungen vor allen Dingen beim Ein- und Verkauf von Fertigwaren, wie er für unser Gewerbe ganz überwiegend in Betracht kommt. Der richtige Einkauf bildet selbstverständlich auch die Voraussetzung für die richtige Lagerhaltung, deren Notwendigkeit durch die Überschrift betont wird, und bei der es sich um eine Aufgabe handelt, die von den Mitgliedern unserer Lesergilde sorgsam studiert werden muß.

Mitglied unserer Lesergilde sind nun nicht nur Uhrmacher und Juweliere als Vertreter des Einzelhandels, sondern es gehören dazu auch Angehörige des Großhandels und der Fabrikation. Auch an sie wenden sich deshalb diese Ausführungen. Dem Großhandel fällt hierbei sogar die wichtigste Aufgabe zu, und hier hat es sich zu zeigen, ob der einzelne Angehörige ein wirklicher Großhändler und seiner Aufgabe gewachsen ist, oder ob man ihn nur als Kommissionär anzusprechen hat, der sich darauf beschränkt, Aufträge entgegenzunehmen und an den Fabrikanten weiterzuleiten. Auf Grund seiner sich über ein größeres Gebiet erstreckenden umfassenderen Erfahrungen ist der Großhändler viel besser in der Lage, die kommende Entwicklung in Geschmacksrichtungen und Qualitäten voraus zu empfinden. Dank seiner Verbindungen nach beiden Seiten, nämlich der Fabrikation und dem Einzelhandel, ist er auch am meisten in der Lage, Erzeugung und Bedarf zu lenken. Er hat somit auch auf unserem Fachgebiete eine der wichtigsten Aufgaben im Rahmen des Vierjahresplanes zu erfüllen, indem er die Erzeuger anregt, sich solcher Stoffe zu bedienen, die mit Sicherheit auch im Laufe des Jahres zur Verfügung stehen, und indem er den Einzelhandel anregt, solche Waren aufzunehmen. Hierbei darf es sich aber nicht um ein wildes

Experimentieren handeln, sondern die Überleitung muß im Zuge der Entwicklung der Geschmacksrichtung und der Qualitäten und fast unmerklich erfolgen.

Es wäre von größtem Vorteil, wenn die Großhändler der einzelnen Fachgebiete sich in ihren Organisationen oder untereinander gerade auf diesem Gebiete verständigten, damit sie einerseits den Fabrikanten ein einigermaßen einheitliches und geschlossenes Fabrikationsprogramm und andererseits dem Einzelhandel ein gleichgerichtetes Angebot vorlegen können. Je mehr der Großhandel es versteht, die Initiative an sich zu ziehen, desto mehr wird er seine eigene Position sichern und vielleicht verlorengegangenes Gebiet wiedererobern können. Dieser Vorschlag soll natürlich nicht bedeuten, daß ein uniformiertes Angebot hervorgerufen werden soll. Selbstverständlich soll sich jeder einzelne Großhändler seine eigene Initiative wahren, die den Bedürfnissen seines eigenen Kundenkreises angepaßte Ware herausstellen und nach der Qualitätsseite hin mit allen Mitteln zu fördern suchen. Nur über die Marschrichtung sollte man sich verständigen.

Angesichts der unsicheren Einkaufsmöglichkeiten, wie sie sich im letzten Jahre gezeigt haben, ist eine gesunde und vernünftige Lagerhaltung des Großhandels wichtiger als je zuvor. Nicht die Aufgabe des Fabrikanten ist es, ein Lager zu halten und dem Großhandel zur Verfügung zu stellen. Der Fabrikant hat sich nur mit dem nötigen Rohmaterial und den Halbfabrikaten zu versorgen; das Einlagern der Fertigfabrikate aber muß der Großhandel bewirken, soweit er den Anspruch darauf erhebt, daß er als Zwischenglied auf die Dauer Anerkennung findet. Er kann diese Aufgabe aber nur dann ordnungsgemäß erfüllen und seine eigene Lagerhaltung mit Vorteil betreiben, wenn er der Fabrikation seine Aufträge so frühzeitig übermittelt, daß diese ein Programm aufstellen kann, das ihr eine Erfüllungsmöglichkeit gibt, und mit Vorteil kann der Großhandel nur dann einkaufen, wenn er den Fabrikanten eine einigermaßen gleichförmige Beschäftigung ermöglicht.

Das sind zwar Binsenwahrheiten, die hier ausgesprochen worden sind, aber gerade angesichts der Versorgungs-