

# 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 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-Nummer 175246

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 12 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 45, Jahrgang 61 / Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 / 6. November 1937

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

## Die bessere Ware verkaufen!



(Zeichn. Grundemann)

eigenen Betrieben bereits gezeigt haben, wie man ein Geschäft erfolgreich führt, dazu bereit erklärt, zu diesen Fragen

Die heutige Nummer unserer Zeitung ist die erste Weihnachtswerbenummer, d. h. sie ist dazu bestimmt, die Angehörigen des Uhrmacher- und Juweliergewerbes daran zu erinnern, daß nun mit den letzten und endgültigen Vorbereitungen für das Weihnachtsgeschäft begonnen werden muß. Freundlicherweise haben sich mehrere Fachangehörige, die in ihren

in der Deutschen Uhrmacher-Zeitung Stellung zu nehmen. Wir haben für die Ausführungen dieser Berufskameraden die Geleitworte vorgeschlagen: „Die gute Ware verkaufen!“ und „Die bessere Ware verkaufen!“ Der Gedanke wurde bereitwillig aufgegriffen. Das letztgenannte Wort kennzeichnet das Ziel am besten. Wir bringen es deshalb nun für das ganze Fach in Vorschlag als Geleitwort für das diesjährige Weihnachtsgeschäft. Die beste für den Zweck geeignete Ware ist nach allen Erfahrungen für den Käufer auch die preiswerteste. Es ist zwar selbstverständlich, mag aber hier auch noch einmal wieder betont werden, daß dieses Ziel erreicht werden kann unter voller Einfügung in die durch den Vierjahresplan gebotenen Möglichkeiten. Und nun haben die Berufskameraden das Wort zu der Parole: „Die bessere Ware verkaufen!“

## Der Verkauf besserer Ware

Von Ferdinand M. Busse

### „Das Bessere ist des Guten Feind“

Ein altbekanntes Sprichwort sagt, daß das Bessere des Guten Feind sei. Damit soll anschaulich zum Ausdruck gebracht werden, daß das gefälligere und schönere Äußere und der größere innere Wert einer Sache regelmäßig die andere, die weniger gute Eigenschaften aufzuweisen hat, derart in den Schatten stellen wird, daß diese achtlos beiseite geschoben oder überhaupt nicht beachtet wird. Wenn diese Lebensweisheit ohne Einschränkung und in allen Fällen Gültigkeit hätte, würde es für den Händler wohl ein leichtes sein, immer nur für die bessere Ware Liebhaber zu finden. Man muß aber einen Unterschied machen zwischen Gütern ideeller Art und solchen, die einen materiellen Wert darstellen, der sich an der Höhe ihres Verkaufspreises ermessen läßt,

also den Waren, die der Handel zum Kaufe anbietet. Hier stellen sich dem Bemühen des Verkäufers, für die bessere Ware zu werben und diese vornehmlich zu verkaufen, Schwierigkeiten in den Weg, die zu überwinden, nur einer wohlgeschulten Verkaufskunst gelingen kann. Es ist gerade jetzt vor Beginn der regsten Geschäftstätigkeit des Jahres nützlich, einmal darüber nachzudenken, wie weit und auf welche Weise es möglich sein wird, den Umsatz in besserer Ware zu heben.

### Vom Wert der Ware für den Käufer und dem Können des Verkäufers

Ausschlaggebend für die Wahl und für den Entschluß zum Kaufe einer besseren Ware wird immer die Erwägung