

Mehr und mehr werden deutsche Edelhölzer in schlichten Formen gefragt. Alle Uhren tragen Glasreifen.

Küchenuhren wurden gleichmäßig in Holz (Schleiflack) und Steingut verkauft; das Geschäft in Küchenuhren war sehr lebhaft.

Elektrische Uhren wurden von den daran interessierten Uhrhändlern gut verkauft. Büros, Werkstätten und Läden sind die Hauptabnehmer. Im Haushalt fanden sie nur vereinzelt Eingang. Hierbei muß festgestellt werden, daß sehr viele Uhren-Einzelhändler sich dieses Geschäft von den elektrischen Fachgeschäften nehmen lassen.

Ein großer Artikel war die Stil- und Lederetuiuhr, sowohl im Sommer als auch zu Weihnachten. Zum Feste wurden auch teurere Stiluhen verlangt, die in der übrigen Zeit nur vereinzelt gingen.

Das Herbstgeschäft in Weckern war gut. Die Preislagen bis zu 6 RM sind stark gefragt. In vielen Fällen war festzustellen, daß der Kunde von dem billigsten Wecker in die nächst höhere Preislage ging.

Die Belieferung von den Großhändlern und den direkt liefernden Fabrikanten wurde im Herbst etwas schleppend, aber die Lager waren durchweg gut gefüllt, so daß alle Wünsche zu 95 % berücksichtigt werden konnten.

Die Gesamtwerbung der Uhrwirtschaft war sehr umfangreich. Neben den großen Anzeigen der Fabriken und Markenorganisationen liefen die bekannten Inserate der Gemeinschaftswerbung der deutschen Uhrwirtschaft. Diese auf das Fachgeschäft abgestimmten Anzeigen wurden vom Einzelhandel kräftig durch Einzelwerbung unterstützt. Das Schlagwort „Besser, Du kaufst gleich im Fachgeschäft“ hat sich in diesem Jahre schon ausgewirkt.

Wenn das Weihnachtsgeschäft in diesem Jahre den Umsatz des Vorjahres nicht überschritt, im allgemeinen aber erreichte, so ist dies ein recht gutes Ergebnis, weil schon die Umsätze im vorigen Jahre erheblich höher lagen als 1935. Zudem war ein gut Teil der für Weihnachten bestimmten

Uhren schon früher gekauft, besonders die besseren Stücke. Vom Januar bis August war das Geschäft gegen das Vorjahr ansteigend, vom September an gleichbleibend. Die Bearbeitung des Geschäftes bedurfte in diesem Jahre einer größeren Mühewaltung, da die Dispositionen im allgemeinen früher getroffen werden mußten.

Der Umsatz im Jahre 1938 wird voraussichtlich dem des Jahres 1937 nicht nachstehen. Immerhin dürfte es zweckmäßig sein, rechtzeitig zu disponieren, da die Lieferzeiten von der Fabrikantenseite her länger geworden sind. Bei den Dispositionen ist jedoch eine gewisse Vorsicht zu beachten, damit die Lager nicht zu groß werden. Man muß damit rechnen, daß der Umsatz gewissen Stauungen unterworfen sein kann, und in diesem Falle würden die durch zu großen Einkauf entstandenen Verpflichtungen Zahlungsschwierigkeiten hervorrufen können.

Die Gemeinschaftswerbung der Deutschen Uhrwirtschaft wird ihren bewährten Weg weitergehen. Nur das Format der Anzeigen wird in wirksamer Weise verändert. Die Schlagkraft wird erhöht durch weiße Schrift auf schwarzem Grund. Auch die Schwarzseher in unserem Fache werden einsehen, daß die Wirkung der Werbung nicht ausgeblieben ist, und werden gern ihren Anteil (½ % der Rechnungsbeträge) beisteuern. Nur dann, wenn alle sich als zur Gemeinschaftswerbung gehörend fühlen, wird der Erfolg gewährleistet sein.

Industrie, Großhandel und Einzelhandel werden auch im neuen Jahre zusammenarbeiten zum Wohle aller und damit auch zum Wohle und zum Gedeihen jedes einzelnen.

Die Fachuntergruppe Uhren, im neuen Jahre vor neue Aufgaben gestellt, wird dem Uhreneinzelhandel ein treuer Berater sein und rechnet mit einer tatkräftigen Mitarbeit aller Fachkameraden.

In dieser Erwartung wünsche ich allen Berufskameraden ein gesundes, arbeitsreiches und erfolgreiches neues Jahr!

Vom Ladentisch aus gesehen:

Ein Uhrmacher zur Jahreswende

Von Albert Kratz

Wenn man Ende 1936 der Hoffnung Ausdruck gab und diese für berechtigt hielt, daß das Jahr 1937 den weiteren langsamen, aber sicheren Aufstieg von 1934, 1935 und 1936 fortsetzen würde, so hat diese Hoffnung nicht getrogen. Ja, man kann sogar feststellen, daß wohl kaum ein Jahr so ohne Schwankungen in der Konjunktur und so reibungslos verlief wie 1937. Der Mehrumsatz dürfte, je nach der örtlichen Lage, auf etwa 10 % zu beziffern sein. Das Weihnachtsgeschäft dagegen scheint einen noch besseren Verlauf zu nehmen. An Kundenzahl konnte man bis Mitte Dezember etwa 20 % mehr, umsatzmäßig dagegen etwa 35 % mehr annehmen. In dieser Zahl spiegelt sich so recht deutlich die stärkere Kaufkraft des Publikums wider. Mehr noch als im Jahre 1936, wo sich diese Entwicklung schon deutlich abzeichnete, gibt das Publikum besseren Preislagen den Vorzug.

Das ganze Jahr hindurch stand die Uhr im Vordergrund des Verkaufsgeschäftes, natürlich, wie immer, Armbanduhren beider Sparten. Die so oft vorhergesagte Wiedergeburt der Herrentaschenuhr scheint aber vorläufig noch nicht gekommen zu sein. Nach wie vor sind 99 % aller für Herren verkauften Uhren Armbanduhren. Die Herrentaschenuhr, soweit sie überhaupt gefordert wird, ist auch wohl der einzige Artikel, der von der Hebung der Qualität nicht profitiert hat. Hier werden nach wie vor, leider in einem ganz unverhältnismäßig großen Umfange, die allerbilligsten Sorten bevorzugt. Wenn man der Überzeugung

ist, daß die Hebung des Uhrenumsatzes in so starkem Maße auf die große und wirkungsvolle Werbung für die Uhr zurückzuführen ist, und daran dürfte heute ja wohl niemand mehr zweifeln, so gibt dieser Vorgang mit den billigen Herrenuhren zu denken. Man ist versucht, zu überlegen, ob hier nicht in der Werbung eine Lücke bestanden hat, und ob man sich nicht allzusehr darauf beschränkt hat, den zur Zeit natürlich gängigeren Artikel Armbanduhr zu propagieren.

Bei den Herrenarmbanduhren scheint eins bemerkenswert zu sein, nämlich, daß das Publikum nicht mehr so sehr darauf eingestellt ist, Uhren mit Metallbändern zu kaufen, sondern sich sehr häufig mit Lederbändern begnügt. Es ist ja auch nicht abzustreiten, daß die Metallbänder gerade bei Herren einige nicht erwünschte Nebenerscheinungen haben.

Bei Damenarmbanduhren ist es gerade umgekehrt. Die Uhr mit Metallband ist in immer stärkerem Vordringen gegenüber der Uhr mit Moiréband. Ferner prägte sich in diesem Jahre noch stärker als bisher die Tatsache aus, daß die 8¼" Uhr gegenüber der 5¼" immer mehr in den Hintergrund gerät. Eben wegen der Metallbänder ist die Uhr mit Verlauffband auch wohl noch die einzige, wo eine mindere, also die Zylinderqualität, noch in größerem Umfange gekauft wird. Das liegt eben in der Preislage und dürfte sich bei weiterer Stabilität der Wirtschaftslage auch noch bessern. Auf jeden Fall ist auch hier der Zug zu besseren Qualitäten ganz unverkennbar.