Deutsche Uhrmacher-Zeitung

Bezugspreis für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,25 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen gern mitgeteilt. Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/1 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. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengen-Nachlaß lt. Tarif. Postscheck-Konto Berlin Nr. 2581. Telegramm-Anschrift: Uhrzeit Berlin. Fernsprecher: Sammel-Nummer 17 52 46

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

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

Nr. 21, Jahrgang 64 · Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 · 18. Mai 1940

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten Nachdruck verboten

Probleme der Kriegswirtschaft im Uhren- und Edelmetallgewerbe

Von Carl Wüsthoff

Auch die innere Front hat ihre sehr bedeutenden Aufgaben zu erfüllen. Das haben auch wir — das deutsche Edelmetall- und Uhrengewerbe — in allen seinen Stufen (Fabrikation, Großhandel und Einzelhandel) in den vergangenen Kriegsmonaten erfahren. Besonders dem Einzelhandel fiel dabei die Aufgabe zu, die richtige Einstellung gegenüber dem Verbraucher einzunehmen, vor allem den Verbrauch in die durch die Kriegswirtschaft gegebenen Bahnen zu lenken. Hier den richtigen Ausgleich zwischen den eigenen Interessen, denen des Verbrauchers und nicht zuletzt denen des Staates zu finden, war oft recht schwierig und dürfte dort, wo durch Einberufungen der Inhaber oder Betriebsführer sowie in Verantwortung stehender Gefolgschaftsmitglieder schwere Lücken entstanden waren, oft große Sorgen bereitet haben. — Namentlich das Weihnachtsgeschäft des vergangenen Jahres, das noch im Schwunge einer lebhaften Friedenskonjunktur eine höchstgesteigerte Nachfrage mit sich brachte, stellte den Einzelhändler vor die schwierige Frage, wieweit er sein Lager ausverkaufen dürfe oder gar müsse. Sie ist sicher je nach den Verhältnissen sehr unterschiedlich gelöst worden, zumal hier nicht nur markttechnische, sondern auch bilanztechnische Gründe mitzusprechen hatten.

Was die Bedarfsfrage betrifft, so bestand bekannterweise besonders starke Nachfrage nach Uhren aller Art sowie nach versilberten Bestecken. Besonders der letztere Artikel erfuhr ein Kaufinteresse, das durch die Sorge der Verbraucher hervorgerufen wurde, daß sie „ihr" Muster später nicht würden ergänzen können, und nahm so späteren Bedarf in starkem Maße vorweg. Dadurch wurden die Läger fast überall in wenigen Wochen vollkommen geräumt, sehr zum Nachteil des Einzelhandels, vor allem aber auch zum Nachteil des regulären und wirklich dringenden Bedarfs.

Die starke Nachfrage nach Uhren setzte erst etwas später ein, und hier hat wohl auch der Einzelhandel — gewarnt durch die mit dem Artikel „Bestecke" gemachten Erfahrungen — schon etwas stärker die Bremse angezogen, um auch im Jahre 1940 und später noch leidliche Umsätze machen zu können. Ein gewisses Zurückhaltungsrecht in bezug auf die Ware wurde ja dem Einzelhandel in Erkenntnis der Sachlage auch von den amtlichen Stellen durchaus zuerkant; ja er wurde durch die bekannte Goldverordnung sowie die spätere Beschlagnahme der Edelsteine vom Staat sogar nach dieser Richtung unterstützt. Denn eine gesunde Vorratspolitik liegt ja auch im Interesse des Staates selbst. Soweit also die öffentlichen Belange hierdurch nicht gefährdet werden, steht der Gesetzgeber auf der Seite des Verkäufers, der darüber entscheidet, ob und wem er die Ware verkaufen will. — Wo Rechte sind, sind aber auch Pflichten, und es ist hier Pflicht des Einzelhändlers, sein Angebot — dazu gehört auch die Warenauslage — so einzurichten, daß es auf den Verbraucher, der Bedarf an solcher Ware hat, nicht verstimmend oder gar aufreizend wirkt, wenn ihm die betreffende Ware vorenthalten wird. Durch die öffentliche Vorratshaltung — ich denke z. B. an die zeitweilige Sperrung der Abgabe von Konserven — ist das Publikum ja hieran z. T. bereits gewöhnt.

Aber die Einsicht der Menschen ist eine sehr ungleiche, und es bedarf des größten Taktes und Einfühlungsvermögens des Einzelhändlers, den richtigen Ausgleich der Interessen aller Beteiligten herbeizuführen. Gewiß, das Publikum hat auch im allgemeinen die Notwendigkeiten bereits erkannt, aber die „Ewig-Gestrigen" unter den Menschen wollen oder können sie oft nicht erkennen. Sie kennen nur ihr „Ich" und „wollen" diese oder jene Ware haben, weil sie doch eben „da" ist, und es ist noch keineswegs immer gesagt, daß die Mutter, die ihrem Kinde eine Uhr zum Geburtstag schenken möchte, es einsieht, wenn man ihr sagt: „Mein Lager in Uhren ist zur Zeit so beschränkt, daß ich Taschen- und Armbanduhren in bestimmten Preislagen nur an Soldaten verkaufen kann." Es gibt selbst heute noch Menschen, die anscheinend noch nicht ganz begriffen haben, daß wir im Kriege leben, und daß da eben vieles nicht so geht, wie wir es wünschen, und wie wir es gewohnt gewesen sind. Oftmals hilft da der Humor etwas weiter. Mir sagte kürzlich ein Kunde, der im Hauptwirtschaftsamt mit solchen Schwächen der Menschen zu kämpfen hat, die dieses oder jenes nicht begreifen können: „Wir haben jetzt Krieg! Das müßte sich doch eigentlich schon herumgesprochen haben." Natürlich wird man sich vorsichtigerweise eine solch drastische Antwort für die ganz hartnäckigen Fälle aufsparen. Eines schickt sich nicht für alle, und auch hier ist immer wieder Menschenkenntnis erforder-

SLUB Wir führen Wissen. http://digital.slub-dresden.de/id318541912-19400000/161