



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

53. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 30. NOVEMBER 1928 / Nummer 49

Gedanken zum Weihnachtsgeschäft

Die stille Saison ist tot, es lebe das Weihnachtsgeschäft

Wer begrüßt nicht die Wochen vor Weihnachten lebhafter als gerade der Uhrmacher? Sind doch diese Tage vor dem Fest für alle Kollegen die Zeit der Ernte und sollen sie uns nicht auch für die lange Zeit der stillen Geschäftszeit entschädigen? Mit Recht hoffen wir darauf, auch in diesem Jahre wieder ein leidliches Geschäft zu machen, besonders da die Sommerzeit sich gerade nicht sehr gut anließ und geschäftlich recht still war. Wir sind aber auch vor allen Dingen auf ein gutes Weihnachtsgeschäft angewiesen, denn die Kollegen, die eine Umsatzstatistik führen, werden wissen, daß der Umsatz in den Monaten Oktober, November und Dezember fast genau so groß ist wie in den anderen 9 Monaten zusammen. Hieraus geht schon hervor, wie wichtig diese Zeit für den Geschäftserfolg des ganzen Jahres ist. Ein gutes Weihnachtsgeschäft fällt uns nun aber nicht so ohne weiteres in den Schoß, und es bedarf aller Anstrengungen, um möglichst günstig gegenüber den anderen Einzelhändlern der verschiedenen Branchen abzuschneiden. Besonders in den letzten Tagen vor Weihnachten entbrennt auf der ganzen Linie der Kampf um den Kunden, denn jeder möchte nach Möglichkeit das wenige Geld, das dem Publikum für die Weihnachtseinkäufe zur Verfügung steht, zu einem gewissen Teil in seiner eigenen Ladenkasse sehen. Dieser Kampf um den Kunden erfordert es nun aber, daß auch wir unsere letzten Reserven ins Feuer führen, denn zuviel andere Branchen machen uns Konkurrenz und haben auch leider die größeren Geldmittel zur Verfügung. Unsere wichtigsten und besten Waffen sind und bleiben nun einmal die verschiedenen Arten der Reklame, wie Inserate in den Tageszeitungen, Werbebriefe, Zusendung von Broschüren und nicht zuletzt auch unser Schaufenster mit seinen Plakaten. Auf die einzelnen Werbemaßnahmen brauche ich hier nicht weiter einzugehen, denn in der vorletzten Nummer haben wir schon einen ausführlichen Werbeplan veröffentlicht, aus dem jeder Kollege sicherlich einige Anregungen erhalten hat, die er bei entsprechender Umänderung sehr gut gebrauchen kann und mit denen er auch Erfolg haben wird. Es gibt aber außer diesen Werbemaßnahmen noch viele andere Kleinigkeiten, die wir beachten müssen, wenn sich auch bei uns das Weihnachtsgeschäft reibungslos abwickeln soll.

Haben Sie alle Vorbereitungen getroffen?

Unsere Ware, die wir für das Weihnachtsgeschäft benötigen, ist uns wohl schon von unseren Lieferanten zu-

gegangen und wird nun noch teilweise in der Werkstatt nachgesehen, um unnötige Reklamationen der Kundschaft zu vermeiden, die für beide Teile immer sehr unangenehm sind. Von der anderen Ware, die wir zur Zeit noch nicht benötigen, die wir aber vorsichtshalber schon auf Abruf bestellt haben, wissen wir, daß sie auf unseren Wunsch sofort zur Absendung gelangen kann. Schlecht ist es für die Kollegen, die es versäumt haben, sich rechtzeitig die notwendige Ware zu sichern, denn ihnen kann es sehr leicht passieren, daß sie von ihren Lieferanten im Stiche gelassen werden müssen, da die Fabriken nicht in der Lage sind, die sich plötzlich häufenden Aufträge in so kurzer Zeit auszuführen. Hierdurch entstehen sehr leicht unter den verschiedenen Parteien Schwierigkeiten, und deshalb sollte es kein Kollege versäumen, noch einmal sein Lager zu prüfen, um dann umgehend die fehlende Ware zu bestellen. Jetzt ist hierzu noch Zeit und Gelegenheit, denn wenn erst das Geschäft lebhafter geworden ist, dürfte selbst eine kleine Lageraufnahme immerhin schwieriger sein. Außerdem ist aber schon einiges in den letzten Tagen verkauft worden, das wir noch unbedingt ergänzen müssen.

Wir müssen aber auch noch an viele andere Kleinigkeiten denken, die wir schon jetzt erledigen können, wenn das richtige Geschäft noch nicht so lebhaft eingesetzt hat. Zur Weihnachtszeit bemüht sich jeder Geschäftsinhaber, seine Schaufenster im strahlenden Lichte erleuchten zu lassen. Der so gesteigerte Mehrverbrauch an Elektrizität führt nun leider sehr häufig zu Störungen, da die Leitungen überlastet sind. Dadurch werden wir dann plötzlich von einer ägyptischen Finsternis umgeben, die um so unangenehmer ist, da sie immer in die Hauptgeschäftszeit fällt, wenn es bei uns lebhaft zugeht. Dies ist besonders peinlich, wenn wir auf dem Ladentisch eine große Auswahl von Kleinigkeiten ausgebreitet haben und Kundschaft im Laden ist, die wir nicht kennen. Zu leicht kann dann ein Stück auf Nimmerwiedersehen verschwinden, ohne daß wir es gleich merken. Um solchen Vorkommnissen zu begegnen, müssen wir dafür sorgen, daß stets Kerzen und Streichhölzer sofort zur Hand sind, um wenigstens den Ladenraum sofort notdürftig erleuchten zu können. Aber auch die notwendigen Ersatzbirnen und Sicherungen müssen vorhanden sein, damit uns auch hier der Zufall keinen üblen Streich spielen kann. Wer dagegen noch Gasbeleuchtung besitzt, der muß noch einige Ersatzstrümpfe und Zylinder vorrätig haben.