

13 qcm) erschienen nun — anscheinend immer — in der rechten unteren Ecke der rechten Blattseite, also an einem Platz, den man als „traditionellen Anzeigenplatz im Textteil“ bezeichnen darf, da er als guter Sichtplatz gilt.

Die Firma hat bei dieser Wahl zugleich aber auch die Ansicht vertreten, daß der Textteil einer Tageszeitung mehr Niveau, also mehr Vornehmheit in sich schließe als der Anzeigenteil und daß es gerade Pflicht des Uhrenhandels sei, für seine Werbung den Zeitungsteil zu bevorzugen, der mehr Niveau habe. Dieser Gedanke ist nicht neu, und er ist — auf den ersten Blick hin — auch gut. Aber ob er auch im Interesse des Werbe-Erfolges richtig ist, bedarf einer eingehenderen

Prüfung. Das Zifferblatt scheint mir in der Zeichnung etwas zu einfach ausgeführt. Unverkennbar ist jedoch die Absicht, durch markante, knappe Fassung der Anzeige



Vorderroßgar:en 35/36 am Markt

Anzeige 2 c

eine schlagkräftige Wirkung zu erreichen. — Auf jeden Fall ist es erfreulich, daß die Werbung tatkräftig aufgegriffen und auch auf neuen Wegen ausgeführt wurde.

Des Uhrmachers Weihnachtsgeschäft 1936

Wie die Umsätze in Edelmetallwaren und Optik waren? Optische Artikel und besonders Brillen sind ja nicht eigentliche Weihnachtsgeschenke. Nur aus verschiedenen kleineren und mittleren Landstädten wird darin ein wesentlich besseres Geschäft gegenüber dem Vorjahre gemeldet. Wenn zu Weihnachten das Optik-Geschäft im großen und ganzen nicht so befriedigt hat, braucht man dem nicht zu große Bedeutung beizumessen. Man kann es vielleicht sogar als ein gutes Zeichen dafür deuten, daß mit der Besserung der wirtschaftlichen Verhältnisse zu Weihnachten wieder mehr wirkliche Geschenkartikel gekauft werden und weniger notwendige Gebrauchsartikel als in den Vorjahren.

Ganz anders liegen die Verhältnisse bei den Edelmetallwaren und dem Schmuck. Allerdings war für Bestecke und Trauringe gerade in den Monaten vor Weihnachten durch die neue Silberpreisregelung und das Verbot des weiteren Trauringverkaufs von über 333 000 Feingehalt eine gewisse Hemmung in das Geschäft gekommen. Trauringe wurden vielfach trotz alledem noch gut gekauft. Wenn aber auch Umsatzsteigerungen zum Teil von beträchtlichem Ausmaß erreicht wurden bis zu 50% der Menge nach, so blieb doch das finanzielle Ergebnis durch die geringeren Preise des 333er Traurings gegenüber den früher vorwiegend gekauften Ringen von 585er und noch höherem Feingehalt meist hinter dem der Vorjahre zurück.

Das Besteckgeschäft war allgemein sehr gut. Nur ist es manchem Fachgenossen schwergefallen, das notwendige Silber zu beschaffen, und so konnte mancher Auftrag nicht ausgeführt werden. Urteile wie dieses: „Bestecke wurden gekauft, wie es wohl seit langen Jahren nicht mehr der Fall war. Sicherlich ist mindestens das Doppelte der sonstigen Weihnachtsumsätze erzielt worden. Und wenn nicht Warenmangel bzw. die Schwierigkeit der Ergänzung verkaufter Bestecke gebremst hätte, wäre noch mehr umgesetzt worden“ oder „Bestecke: ganz groß! war ein äußerst gutes Geschäft, nur die Lieferung war schlecht“ sind keine Ausnahme-Erscheinungen, daneben heißt es aber auch in anderen Berichten: „Silberne

Bestecksachen haben sehr nachgelassen“ und „Bestecke sind stark gegenüber dem Vorjahre zurückgeblieben“. Im Besteckgeschäft hat es sich für manchen Fachgenossen sehr gerächt, daß er, als Überpreise für Silber gezahlt wurden, sein Altsilber verkaufte und sich nun nicht durch Lieferung von Altsilber die Erfüllung seiner Aufträge weitgehender sichern konnte. In der Uhrmacher-Woche haben wir immer darauf hingewiesen, daß der Edelmetallankauf kein Handelsgeschäft sein darf, sondern nach Möglichkeit der Rohmaterialsicherung für den eigenen Bedarf an Edelmetallwaren dienen soll.

Erfreulich ist festzustellen, daß fast überall echter Schmuck wieder mehr und gern gekauft wurde, wenn auch die niedrigeren Preislagen meist bevorzugt wurden. Aber es zeigt sich doch auch hier, daß die Qualität sich immer mehr durchsetzt. Viel gekauft wurden insbesondere goldene Ringe. Damenringe übertrafen vielfach den Umsatz in Herrenringen. Der Steinring dringt wieder mehr vor gegenüber dem Plattenring, der aber auch noch gut abgesetzt wurde. Die Hauptpreislagen für Ringe waren 15 RM bis 25 RM, auch noch bis 50 RM, darüber aber nur einzelne Stücke. Ein guter Artikel waren auch noch schlichte, echte Goldketten in den Anfangspreislagen sowie gold-

dene Ansatzbänder. Halsketten, Kolliers mit Anhänger und Bogenkolliers hielten sich ungefähr auf dem Vorjahrsniveau.

In reinen Industriegegenden ist der Umsatz in echtem Schmuck meist hinter dem Durchschnitt zurückgeblieben. Der Arbeiter und Angestellte ist noch nicht wieder in der Lage, echten Schmuck zu kaufen, und der Industrielle und Großkaufmann bevorzugt die Juwelengeschäfte oder läßt sich vom Goldschmied Sonderstücke anfertigen. Teurere Goldsachen und Brillantringe und sonstiger Brillantschmuck lagen allgemein still.

Auch beim unechten Schmuck zeigte sich eine Besserung des Durchschnittspreises; viele Fachgenossen konnten hierin die gleiche Umsatzsteigerung wie bei den übrigen Artikeln erzielen. Ungünstiger war die Absatzentwicklung für unechten Schmuck vielfach in den indu-



Aufn. De Jongh

Das beliebteste Weihnachtsgeschenk