

viel scheint sicher, daß das Hausuhrengeschäft in den Großstädten erledigt ist. Das ist eine dringende Mahnung an die Fabrikanten, sich geeignete Maßnahmen (Modewechsel od. dgl.) zu überlegen.

#### Norddeutschland:

**Großstadt:** Das diesjährige Weihnachtsgeschäft hat sich in meinem Geschäft sehr günstig entwickelt. Der Umsatz ist gegen das Vorjahr um 60% gestiegen. (Taschenuhren: gut; Armbanduhren: sehr gut; Großuhren: mäßig; besonders schlecht: Hausuhren; Bestecke: befriedigend; Goldwaren: mäßig)

Außer der Gemeinschaftsreklame hatte ich auch eigene Anzeigen. Ferner habe ich 1200 persönlich gehaltene Werbebriefe und eine kleine Preisliste verschickt. Gesamtreklamekosten 8% vom Weihnachtsumsatz.

Auf meine Anfrage bei Kollegen verschiedener Stadttelle konnte ich erfahren, daß z. B. in den Vorstädten Großuhren, namentlich Hausuhren, gut umgesetzt wurden, Taschen- und Armbanduhren befriedigend, Bestecke durchweg gut. Goldwaren nur auf einer Stelle gut, sonst mäßig. Gegen das Vorjahr sind durchweg 25% mehr erzielt.

Der Mehrumsatz zu Weihnachten wird den Ausfall der Vormonate meines Erachtens nur zum Teil decken. Die befragten Geschäfte beteiligten sich nur an der Gemeinschaftsreklame.

**Kleinstadt, Nähe Bremen:** Das Weihnachtsgeschäft ist als sehr gut zu bezeichnen, im vorigen Jahre waren wir sehr zufrieden, in diesem haben wir ungefähr 50% mehr umgesetzt. Trotz der großen Arbeitslosigkeit in hiesiger Gegend wurde sehr viel Geld ausgegeben.

Im Gegensatz zu anderen Jahren haben die Kollegen kräftig annonciert.

Verkauft wurde alles, ausgenommen goldene Herrenuhren, welche stets sehr minimal umgesetzt werden, vor allem Wanduhren, insbesondere Herrenuhren, noch mehr Kalotten mit Ripsziehband.

Manschettenknöpfe, billige Kolliers in Mengen, auch bessere Kolliers, nicht zu vergessen Bestecke, viel in 800 Silber. Ein guter Artikel ist noch immer Kristall.

**Kleinstadt in Oldenburg:** Das Weihnachtsgeschäft war besser als im letzten Jahr (wie 3 zu 2). Gekauft wurden vorwiegend Uhren in allen Arten, Hausuhren weniger. Schmucksachen weniger als im letzten Jahr.

**Kleiner Badeort in Oldenburg:** Das Geschäft war in den ersten Tagen des Monats recht gut, wurde dann in der Mitte sehr ruhig und war in den Tagen vom 19. bis 24. Dezember 1926 sehr gut. Verlangt wurden in der Hauptsache Uhren und Bestecke in Alpaka. In echten Silberbestecken wäre bedeutend mehr Absatz zu erzielen gewesen, wenn die Sachen billiger zu liefern wären; es nützt nichts, wenn man einen Löffel für 8 Mk. anbieten kann, derselbe ist im Vergleich zu früher viel zu dünn und wird nicht gern gekauft, ordentliche Sachen sind aber bei weitem zu teuer.

Schmucksachen mit Ausnahme von ganz billigen Sachen waren tot; nach meiner Ansicht wird von den in Frage kommenden Fabrikanten bei weitem nicht genug getan in bezug auf Reklame, wenn ich auch kein großer Freund von Fabrikreklame bin, so hat es bei den Uhren doch den Vorteil gehabt, daß solche verlangt wurden.

An Reklame habe ich in der hiesigen Zeitung dauernd annonciert (in jeder Anzeige etwas anderes angeboten) und auch Prospekte versandt.

In bezug auf den Jahresumsatz diene Ihnen folgende Angabe: wenn 1924 = 100, dann 1925 = 140 und 1926 wieder 140.

**Mittelstadt in Schleswig-Holstein:** Das diesjährige Weihnachtsgeschäft war hier im allgemeinen recht gut.

In meinem Geschäft habe ich im Monat Dezember rund 30% mehr Kasse als im vorigen Jahr im Dezember. Besonders gut sind Hausuhren gekauft worden und silberne Armbanduhren in billiger und mittlerer Preislage.

Nicht zufrieden bin ich mit dem Umsatz in goldenen Armbanduhren. Brillanten hätten auch besser gehen sollen.

Ich habe in Zeitungen annonciert, Prospekte verschickt, mich an der Gemeinschaftsreklame beteiligt, die Schaufensterbeleuchtung verstärkt und öfter dekoriert.

**Berlin:** Der Umsatz des diesjährigen Weihnachtsgeschäfts betrug in meinem Betriebe rund das Doppelte des Vorjahres. Ich schreibe diese Tatsache neben der allgemeinen Besserung der Wirtschaftslage den Wirkungen der besonders ausgebauten und durchgeführten Reklame zu. Gemeinschaftliche Reklame ist in Berlin

seitens der Uhrengeschäfte nicht getrieben worden, in geringem Umfange dagegen durch die Untervereinigung des Reichsverbandes Deutscher Juweliere, Gold- und Silberschmiede, nämlich der Freien Vereinigung für das Gold- und Silberwarengewerbe Berlin.

Bemerkenswert ist die Tatsache, daß sich einerseits die Verkäufe in sehr hochwertigen Gegenständen außerordentlich vermindert haben, daß aber andererseits die Nachfrage nach besonders billigen Uhren fast gar nicht in Erscheinung getreten ist. Ich finde dadurch meine Ueberzeugung bestätigt, daß das von manchen Seiten angeratene System, auf jeden Fall und unter allen Umständen „unter Preis“ zu verkaufen, für unser Gewerbe falsch und schädlich ist. Das verständnisvolle Publikum will gar nicht Uhren kaufen, deren zu niedriger Preis zwingend auf eine unterwertige Qualität hinweist. Viel wichtiger ist die Verkündung der Devise nach dem schweizerischen Vorbild: „Die gute Uhr beim guten Uhrmacher.“ Beachtlich ist noch die Tatsache, daß überhaupt gar kein Interesse des Publikums für Haus- und Wanduhren, eine nur sehr geringe Nachfrage nach Tischuhren bestanden hat.

**Kleinstadt bei Berlin:** Das Weihnachtsgeschäft war besser als im Vorjahr. Der Umsatz hat sich um etwa 10% gehoben.

Schlecht gegangen sind Trauringe und Herrenuhren, gut Armbanduhren, Fassonringe, Herrenketten, Ohrringe, Zigarettentuis und Optik, alles übrige mäßig. Ganz ausgefallen sind Kleinsilber- und Alpakawaren. Propaganda habe ich nur durch Inserate gemacht. Gemeinschaftsreklame wurde nicht gemacht.

**Mittelstadt in Brandenburg:** Das diesjährige Weihnachtsgeschäft ist als sehr gut zu bezeichnen. Es wurden wieder bessere Stücke gekauft, besonders waren es Armbanduhren, wodurch hauptsächlich der gute Umsatz erzielt wurde. Aber auch Herrenuhren und Hausuhren wurden gut abgesetzt, desgleichen Wanduhren. Ich habe den Eindruck, daß auch bei den Kollegen das Geschäft gut war.

Mein Umsatz in Uhren beträgt weit über das Doppelte gegenüber dem Vorjahr. In Optik hielt sich das Geschäft auf der Höhe des Vorjahres.

Es ist allerdings auch zu Weihnachten sehr viel auf Abzahlung gekauft worden. Die Arbeiter- und Angestelltenkundschaft hat davon weniger Gebrauch gemacht, aber der sogenannte besser situierte Kunde scheint dieses Verfahren für richtig zu halten, trotzdem er sicher oft in der Lage gewesen wäre, sofort zu bezahlen.

Gemeinschaftsreklame wurde gemacht. Persönlich habe ich viel inseriert und meine Kunden mit Katalogen und Prospekten bearbeitet. Ich führe meinen Erfolg zum großen Teil auf diese Reklame zurück.

**Mittelstadt in Brandenburg.** Das Weihnachtsgeschäft in diesem Jahre war sehr gut, besonders in Württ. Bestecken. Hausuhren, Freischwinger und Goldsachen gingen gar nicht. Herrenuhren und Damenarmbanduhren viel besser als im vergangenen Jahre.

Mein Hauptgeschäft 1925 waren Standuhren und Bestecke, silberne Bestecke wurden hier gar nicht verlangt.

Der Weihnachtsumsatz war in diesem Jahre besser. Kollegen, die nur Uhren führen, sehr mäßig. Reklame wurde sehr wenig gemacht.

#### Westdeutschland:

**Großstadt in Westfalen:** Der Umsatz war 60% besser als im Vorjahre. Vom durchschnittlichen Friedensumsatz sind es aber erst etwa 65%.

Besonders gut gingen Taschen- und Armbanduhren. Bei letzteren ging besonders die Preislage von 70–100 Mk. Auch wurde vom Publikum großer Wert auf gediegene Gehäuseform gelegt. Plaque-Uhren waren als Herren-Sav. und Damenuhren auch sehr gefragt, besonders auch hier wieder ziselierte Stücke.

Großuhren gingen vereinzelt und darin besonders Tischuhren. Trauringe waren wie immer ein guter Artikel.

In Brillanten war ebenfalls eine lebhaftere Nachfrage, so daß dieselben gleich hinter die Uhren rangieren. Es wurden Preislagen von 100–400 Mk. angelegt.

Goldene Herrenuhren und goldene Herrenketten vereinzelt. Bestecke waren auch gefragt, besonders in  $\frac{800}{1000}$  Silber.

In Gold-Bijouterie gingen besonders die Preislagen von 20 bis 50 Mk., und zwar wieder besonders ziselierte und reichverzierte Ringe. Gar nicht ging versilbert Korpus und Courant (Doub' é und Alpaka). Der Arbeiter, welcher für den letzteren Artikel in Frage kommt, ist abgewandert in das Warenhaus und in die Einheitspreisgeschäfte (50 und 25 Pf.). Anstatt eines guten Doubléringes für 2–3 Mk. kauft er jetzt den billigen Schund.

Es mußte sehr viel kreditiert werden, auch kam manches Geschäft erst zustande, nachdem der Kunde sich versichert hatte, daß ihm Teilzahlung gewährt wurde. Bei größeren Barzahlungsgeschäften mußten im Durchschnitt bis 5% Kassaskonto gewährt werden.