

Nicht nötig war, daß einige Kollegen in ihren Anzeigen Prozente anboten. Bei Centra-Kollegen darf das nicht wieder passieren. Der Käufer verlangt seine Prozente mit Recht von jeder Ware, also auch von der Centra-Uhr, wenn es nicht schon vorher in der Anzeige anders erwähnt wird. In bezug auf Zahlungsverleichterung wird auch der Uhrmacher manches Entgegenkommen gewährt haben müssen.

Mittelstadt in Westsachsen: Die Nachfrage nach Taschenuhren war wesentlich besser als in den letzten Jahren, besonders gut gingen Plaqué-Uhren aller Qualitäten, sowie Armbanduhren. Nur die Herren-Armbanduhr war wenig begehrt. Das Großuhrgeschäft leidet immer unter den Folgen der Wohnungszwangswirtschaft. Abgesetzt wurden Hanguhren gleich Null, Küchen-, Tisch- und Hausuhren mäßig, Wecker besser.

In Schmuckwaren war das Geschäft gut. Juwelen wurden bar bezahlt, während man im vorigen Jahr meist Ziel in Anspruch nahm. Befriedigend waren Ketten, wobei zu beobachten war, daß die Doppelkette die einfache Herrenkette nicht ganz zu verdrängen scheint, denn die Nachfrage nach letzteren war stärker als sonst. Am meisten verlangt wurden Ohrringe und Manschettenknöpfe. Der Schrittmacher für die Manschettenknöpfe ist das Oberhemd, welches heute auch der einfachste Mann trägt, was hingegen mit den früher getragenen „Röllchen“ nicht der Fall war, aber dafür sind wieder vollständig die Brustknöpfe verdrängt. Zigarettenetuis wurden gut gekauft. Hier wirkt es sich aus, daß die Zigarettenindustrie nicht mehr in dem Ausmaße Blechpackungen verwendet als bisher. Damentaschen gingen vereinzelt, besser Spazierstöcke.

In Nebenartikeln waren Bestecke sehr gut, Kristall gut. In Metallwaren blieb Nickel dem Messing bevorzugt, in versilbert war nur vereinzelt Nachfrage. Marmorschreibzeuge wurden in mittlerer Preislage gekauft. Dem Sprechmaschinen- und Schallplattenmarkt dürfte diese Saison einen Rekord gebracht haben.

Der Jahresumsatz war, wenn auch nicht bedeutend, doch besser als im vorigen Jahr, jedenfalls werden Rückgänge im hiesigen Bezirk nur vereinzelt festzustellen sein.

Mag der etwas bessere Geschäftsgang in dem immerhin merklichen Aufstiege der allgemeinen Wirtschaftslage begründet liegen, so dürfte ein größerer Erfolg vor allem bei den Kollegen zu verzeichnen sein, welche die Reklame in den Dienst der Sache gestellt haben und sich folgender Werbemittel bedienten: 1. Abgeblendete, hell beleuchtete und in der Auslage häufig wechselnde Schaufenster; 2. der Zeitungsanzeige mit wenig Text und einem wirksamen Klischee, welches immer den periodisch in den Schaufenstern vorwiegend ausgestellten Waren entsprach; 3. des fein abgestimmten und unaufdringlich abgefaßten Prospektes, welchen man seinen Kunden und solchen, die es werden sollen, in neutralem Umschlag zusendet; und 4. der Kinoreklame. Der Wert der einzelnen Reklame dürfte in der angewandten Reihenfolge zu suchen sein.

Chemnitz: Für das Weihnachtsgeschäft wurden alle Anstrengungen gemacht, doch wurde vorsichtigerweise mit einem geringeren Umsatz gerechnet. Es war eine angenehme Ueberraschung, daß gleich am ersten der drei offenen Sonntage der Umsatz des Vorjahres wieder erreicht wurde und auch die folgenden Tage ein lohnendes Geschäft brachten.

Gekauft wurden besonders Armbanduhren für Damen, Plaque-Uhren für Herren. Nach Hausuhren wurde viel gefragt, ein richtiges Geschäft ist doch nur möglich, wenn 100 Stück zur Schau am Lager sind. Küchenuhren und Wecker wurden gut gekauft.

Das seit dem Krieg ganz schlecht gehende Geschäft in Ketten, Knöpfen, Ringen scheint sich weiter zu verbessern.

Der Umsatz war im Dezember 10% und im ganzen Jahr 30% geringer als 1925. Chemnitz ist Industriestadt, hat viel Arbeitslose, die großen Werke arbeiten mit Verlust.

Vogtland: Uhren sind allgemein gut verkauft worden, mit Ausnahme von goldenen Armbanduhren, bessere Stücke über 100 Mk. lagen sehr ruhig. Plattierte Herren-Savonnette- und plattierte Damen-Armbanduhren wurden zufriedenstellend verkauft, nicht ganz so glänzend als voriges Jahr, doch wurden gute Qualitäten verlangt. Die Nebenartikel haben ein gutes Geschäft gebracht, z. B. Bestecke, die Nachfrage war stärker als sonst. Schmuck ist nicht allzu stark gekauft worden.

Ein anderer Bericht aus dem Vogtlande sagt: Das Geschäft im Dezember war gegenüber dem Vorjahr um 10% besser, doch hat es den Verlust im Sommer und Herbst nicht wettgemacht.

Mittelstadt, Nähe Leipzig: Das Weihnachtsgeschäft war besser als das vorjährige, erreichte aber bei weitem noch nicht die Friedensumsätze.

## Schlesien:

Breslau: Das Weihnachtsgeschäft war zufriedenstellend und ist gegen 1925 nicht zurückgeblieben. Hier werden alle Kollegen gut abgeschnitten haben, besonders solche, welche die vielen dankenswerten Ratschläge unserer Fachzeitung befolgt haben in bezug auf Schaufensterpflege, moderne Beleuchtung und genügenden Warenvorrat. Auch eine geschickte und nicht markt-schreierische Reklame wird sich gut bewährt haben. Ich halte von einer sogenannten Gemeinschaftsreklame nicht viel; damit wird wohl den Kollegen gegenüber ein gewisser Korpsgeist bezeugt und damit dem Publikum klar gemacht, daß „die Zunft“ solidarisch ist, aber damit hat es noch weite Wege. Hinter den Kulissen schaut es leider anders aus. Deshalb ist zu empfehlen: Kehre jeder vor seiner eigenen Tür und halte seinen Firmennamen sauber — dann tritt gerne der Kunde herein mit Vertrauen.

Weil ich eigentlich ein Spezialuhren-Fachgeschäft habe, kann mein Bericht auch wohl nur für diese gleichen Kollegengeschäfte von Interesse sein. Aber, weil ich über zwei Schaufenster verfüge, führe ich auch gangbare Goldwaren — sogenannte Uhrmacher-goldwaren —, wie sie und von den in unseren Kreisen bekannten leistungsfähigen Firmen reichlich geboten werden. Dieses Gebiet halte ich streng im Auge, um mich nicht zu zersplittern. Niemand kann zweien Herrn dienen.

Während mir mein Uhrmacherschaufenster, welches nicht ein Stück Goldware zeigt, eine gute Ernte für Uhren einbrachte, lohnte mir die Auslage im anderen Fenster von Ohrringen, Anhängern, Manschettenknöpfen, Zigarettenetuis guten Umsatz. Besonders war ich überrascht von dem Umsatz in Ohrringen. Ja, das haben wir unseren kleinen Bubiköpfchen zu danken. Ich als alter Schlawber habe es kommen sehen. Was ist ein Bubiköpfchen ohne Bammelringchen? Deshalb aber dennoch Vorsicht! Ohrringe nur auf 14 Tage einkaufen, bis wieder Weihnacht ist!

Im Uhrenabsatz war die Armband-Bändchenuhr vorherrschend, und zwar waren bunte Bändchen sehr begehrt. Hier werden fast alle Häuser bunt angestrichen, wir nennen uns „die farbige Stadt“.

Also dachten meine Kundinnen, warum trauern, warum schwarze Bändchen am Arme tragen? Ich folgte einer Schweizer Firma und legte Armbanduhren mit entzückenden bunten Bändchen aus. Meine Armbanduhren fanden damit Beifall und ich freudigen Dank.

Weckeruhren fanden guten Absatz, ebenso Hausuhren. Ich könnte noch so manches berichten über das Weihnachtsgeschäft, doch kommt dabei sehr viel persönliche Einstellung in Betracht wegen Erfolg oder weniger Erfolg. Sollten aber Kollegen klagend und unzufrieden beiseite stehen, dann für 1927 frisch ans Werk und nachgeholt.

Emil Hartmann.

Ein anderer Bericht aus Breslau sagt: Auffallenderweise gingen dieses Weihnachten ein Drittel mehr an Uhren (Taschen- und Armbanduhren) als voriges Jahr.

An Bijouterien sind silberne Ohrringe mit Antillenperlen reichlich, dagegen goldene weniger verkauft worden.

In Alpaka-Zigarettenetuis war der Umsatz gegen voriges Jahr auch etwas besser. Ob dies eine Folge davon ist, daß die Zigarettenfabriken nicht mehr die vielen Aufmachungen in den besseren Blechschachteln bringen?

In Kolliern war ein Rückgang zu verzeichnen, wenn auch nicht bedeutend; aber ganz auffallend war der Rückschlag an goldenen Ringen. Selbst silberne Ringe, die doch sonst immer ein beliebter Geschenkartikel für „kleine Mädchen“ sind, waren ganz ausgeblieben. Manschettenknöpfe in Silber und Doublé waren auch noch ein beliebter Artikel.

An Reklamemitteln hatte ich nur das Plakat „Schenkt Uhren usw.“ im Schaufenster angebracht und in Gemeinschaft mit 29 hiesigen Kollegen eine zweimalige größere Annonce in der weitestverbreiteten hiesigen Zeitung gebracht; auch ein Centra-Plakat war vorhanden.

Einem dritten Bericht aus Breslau entnehmen wir: Der Umsatz im Monat Dezember besserte sich wider Erwarten und erbrachte einen um 40% größeren Umsatz als im Vorjahre. Der Umsatz für das ganze Weihnachtsgeschäft, den ich aus der Zusammenstellung der Monate Oktober bis Dezember errechne, brachte eine Besserung gegen das Vorjahr um etwa 20%, während allerdings der Gesamtjahresumsatz um etwa 15% gegen das Vorjahr zurückbleibt, da die erste Hälfte des Jahres ein sehr schlechtes Ergebnis gezeigt hatte.

In der Hauptsache wurden in diesem Jahre wiederum Armbanduhren aller Art und auch goldene Herrenuhren fleißig gekauft und auch das Weckergeschäft kann man als rege bezeichnen. Sehr gering dagegen war der Verkauf in Großuhren, insbesondere in Haus- und Hanguhren; ich glaube fast, daß das Geschäft in Hausuhren das schlechteste in allen Uhrengattungen ist.

Großstadt, Niederschlesien: Das Ergebnis des Weihnachtsgeschäftes war ein gutes zu nennen. Unsere Bemühungen waren vom besten Erfolge gekrönt. Am hiesigen Platze sind auch die