

übrigen, gut geleiteten Geschäfte dieser Ansicht. Nur diejenigen, die nichts taten, um Kunden zu gewinnen, klagen über ein schlechtes Geschäft.

Unser Umsatz ist gegen das Vorjahr etwas gestiegen. Stark begehrt wurden Armbanduhren in allen Ausführungen für Damen und Herren. Ferner wurden flott verkauft: Hausuhren zu den neuen Preisen, die die Konkurrenz der Tischler endlich ausschalten. Auch Regulatoren und bessere Wecker fanden guten Absatz. Nur Taschenuhren wurden wenig gefragt, sondern durch Armbanduhren verdrängt.

Im allgemeinen dürfte es sich wiederholen, was sich schon bei der Reiseuhrenpropaganda zeigte, daß diejenigen Kollegen, welche die Hinweise des Zentralverbandes und der UHRMACHERKUNST über Kundenwerbung zielbewußt und planmäßig in die Tat umzusetzen vermochten, schöne Erfolge erzielt haben.

Kleinstadt in Schlesien: In unserer Gegend war das zu erwartende Weihnachtsfest nicht gerade vielversprechend. Die ausgesprochene, durch Nässe und Hochwasser hervorgerufene Mißernte der Landwirtschaft ließ von vornherein vermuten, daß diese Kreise diesmal ganz ausfallen würden, was auch der Fall war. Hätte die Landwirtschaft eine gute Ernte gehabt, das diesjährige Weihnachtsgeschäft wäre ein Rekord geworden.

Wenn es mir trotzdem gelungen ist, den Umsatz gegen das Vorjahr um ein beträchtliches zu erhöhen — trotzdem große Stücke über 50 Mk. selten gekauft wurden —, so verdanke ich dies, und das ist meine felsenfeste Ueberzeugung, nur einzig und allein der verhältnismäßig umfangreichen Reklame, die ich gemacht

habe. Ich beschränkte diesmal die Reklame nicht nur auf Zeitungsannoncen, sondern ich verlegte das Schwergewicht derselben auf persönliche Werbung in Gestalt von Empfehlungsbriefen mit beigelegten Prospekten, die ja von allen Seiten gerade in diesem Herbst so zahlreich angeboten wurden.

Am meisten gefragt waren Armbanduhren, Manschettenknöpfe, moderne Ohringe, Bestecke und vor allem Trauringe. In letzteren scheint, auch in entfernteren Gegenden, geradezu Hause gewesen zu sein, die so weit ging, daß einzelne Grossisten bereits am 20. mit Lieferung bis zum Fest vollständig belegt waren und weitere Bestellungen ablehnen mußten.

Trotzdem ich mit dem Resultat im allgemeinen sehr zufrieden sein könnte, will eine rechte Freude über den Erfolg nicht aufkommen. Getrübt wurde diese Freude schon während des Weihnachtsgeschäftes dadurch, daß Kunden, die über Bargeld verfügten, unter Hinweis auf andere Branchen, die teilweise Rabatte bis 50% anboten, stark auf die Preise drückten und den Verdienst erheblich zu schmälern versuchten. Die an Staatsbeamte noch vor dem Feste ausgezahlte Beihilfe machte sich in vielen Fällen bemerkbar und führte zu Geschäften, die sonst sicher unterblieben wären. Un erfreuliches konnte man auch wieder bei den lieben Kollegen sehen, von denen einige aus Veranlassung des Weihnachtsgeschäftes überhaupt keine besonderen Anstrengungen gemacht hatten. Ja, in einem Falle mußte ich es erleben, daß es eine Innung glatt ablehnte, die vom Zentralverband herausgebrachten Plakate: „Schenkt Uhren, sie erziehen zur Pünktlichkeit“ gemeinsam an den Plakatsäulen anbringen zu lassen, während ein Goldschmiedemeister derselben Stadt, der die Zeichen der Zeit besser erkannt hatte, dieses Plakat anschlagen ließ, mit dem Nachsatz: „Kauft sie im Fachgeschäft bei N. N.“ Man könnte manchmal heulen, wenn es nicht so traurig wäre.

Winke für 1927

Von Anton Filius in Firma C. Filius (Berlin)

„Der Stolz über einen Erfolg ist oft der Hemmschuh für einen zweiten.“ So sollte man sich ungefähr sagen, wenn man mit dem Weihnachtsgeschäft 1926 zufrieden war. — Deshalb erscheint es mir wichtiger, über die Erfordernisse der Zukunft zu sprechen als nur über das Gewesene. Ein kurzer Rückblick kann jedoch auch von Wert sein. Ich bin nicht darüber informiert, wie es in den verschiedenen Teilen Deutschlands gewesen ist. Meine Kundschaft, die sich hauptsächlich auf Mitteldeutschland erstreckt, muß jedenfalls in der großen Mehrheit gut abgeschnitten haben. Das geht nicht nur aus der Umsatzziffer hervor, die um ein beträchtliches alle bisherigen Monate seit 1923 überschritten hat, sondern auch aus dem erfreulich guten Geldeingang. Dabei ist zu beachten, daß die Preise seit Einführung der festen Währung ganz gewaltig gesunken sind und quantitativ mehr Uhren verkauft wurden.

Wenn wir uns nun fragen, welches die Hauptursachen für den flotteren Verkauf im Dezember 1926 gewesen sind, so kommen wir zu folgenden Schlüssen:

1. Die milde Witterung. Mancher Kauf von Pelzsachen und Wintergarderobe ist unterblieben und dafür wurde etwas von unseren Artikeln auf den Gabentisch gelegt.
2. Die günstige Preisstellung unserer Waren, die jetzt größere Schichten der Bevölkerung zum Kauf veranlaßt hat.
3. Die Propaganda durch zeitgemäße Reklame und neuzeitliche Schaufensterausstattung.

Die ersterwähnte Ursache ist ein Glückszufall, für den wir nur dankbar sein können. Die beiden anderen Ursachen jedoch sind auf den erstarkenden Willen unserer Detaillure zurückzuführen, sich von anderen Branchen nicht an die Wand drücken zu lassen. Deshalb müssen alle Bestrebungen unterstützt werden, welche eine noch günstigere Preisstellung unserer Waren und deren Propaganda zum Ziel haben.

Was nun die einzelnen Warengruppen anlangt, die verlangt wurden, so kann man zwar maßgebliche Schlüsse für das neue Jahr daraus nicht ziehen. Dennoch gibt die Verkaufstatistik mancherlei wertvolle Winke.

Zu Weihnachten ging an Armband- und Taschenuhren so ziemlich alles mit Ausnahme von Damenuhren mit Bügel und Schlüsseluhren, die allem Anschein nach nun wirklich und endlich am Absterben sind.

Fühlbarer Mangel bestand in Herren-Armbanduhren (vornehmlich Silber mit Ankerwerken). Dieser Artikel ist schon ein paarmal totgesagt worden. Das diesjährige Weihnachtsgeschäft hat aber gezeigt, daß mein immer wieder verfochtener Standpunkt — die Herren-Armbanduhr habe eine große Zukunft — sich bewahrheitet.

Zweifellos der größte Artikel wird auch in Zukunft wohl die billige Damen-Kalotte, 14 Karat, mit gutem zehnteiligen Zylinderwerk sein, die mit solidem dreiteiligen Gehäuse und Scharnier etwa AL Mk. kostet. Es ist allerdings schon hinsichtlich der Preislage etwas gesündigt worden, denn Gehäuse mit 1 1/2 g kann man nicht als solid bezeichnen. Man sollte deshalb eine gewisse Qualitätsgrenze nicht unterschreiten, sofern es nicht aus Gründen der Konkurrenz notwendig ist, sich einige Stücke der allerbilligsten Sorten — quasi als abschreckendes Beispiel — zuzulegen.

Plaqué- und 8-karätige Kalotten mit Ripsband werden an Bedeutung verlieren, weil die Preisdifferenzen gegenüber den 14-karätigen Kalotten nur noch sehr gering ist. Mit Ziehband werden sich jedoch beide Sorten auch neben der 14-karätigen Uhr noch stark behaupten.

Vorsicht bei Ankerwerken! Lieber eine Mark mehr anlegen als Aerger mit der Kundschaft heraufbeschwören! Wer eine Ankeruhr will, stellt ganz andere Ansprüche an die Gangresultate als derjenige Käufer, der eben nur eine Armbanduhr sucht. Peniblen Kunden soll man deshalb lieber eine Tula-Ankeruhr als eine goldene 14-karätige Zylinderuhr verkaufen.



Ob Taschenuhr .: Ob Armbanduhr .: Von Filius nur!

