

Nun komme ich zum dritten Punkt meiner Betrachtung: „Abwanderung auf billigste Artikel, hervorgerufen durch die Einheitspreisläden und Warenhäuser.“ Eine gewisse Käuferschicht gehört schon heute zu den dauernden Kunden dieser Art Geschäfte und wird in absehbarer Zeit kaum wieder zu gewinnen sein. Durch die billigen Preislagen und die bemerkenswert vorteilhafte Aufmachung dieser billigen Artikel gewinnt das Publikum den Eindruck, daß gerade billigere Uhren und Goldwaren ein Hauptartikel dieser Geschäfte sind. Manch einer denkt mit Staunen, daß nur dort billige Artikel zu haben sind. Ich konnte öfter beobachten, wie leicht und schnell in diesen Geschäften gekauft wird. Sehr oft sind es gerade bessere Frauen, angelockt durch den sogenannten „billigen Preis“. Die meisten dieser Käufer könnten gern für ein besseres Stück einen höheren Preis anlegen.

Ich will nichts gegen die billigen Preislagen sagen, wengleich ich mir immer die Artikel einer guten Mittelpreislage als Hauptverkaufsziel gesetzt habe. Jedes Geschäft führt diese billigen Preislagen, doch bei uns allen wird darin nicht so schnell verkauft. Derselbe Kunde, der sonst beim Einheitspreisgeschäft oder Warenhaus schnell entschlossen ist, erscheint bei uns verwöhnt und will womöglich mehrmals Auswahlen haben; er muß deshalb um so zuvorkommender bedient werden. Leisten wir daher eben mehr in anderen Preislagen; es gibt erfreulicherweise noch genug Kunden, die auch gute und

beste Ware kaufen. An die Fabrikanten aber ergeht der Ruf: Schafft gleiche Einheitspreise für alle – und nicht zuviel!

Erst wenn das Publikum einsieht, daß es überall die gleichen Artikel zu gleichen Preisen erstehen kann, werden wir diese schlechte Zeit schneller überstehen und die Käufer wieder für gute und mittlere Ware zurückerobern.

Zum Schluß noch ein paar Worte zum eigentlichen Weihnachtsgeschäftsgang.

Gut gingen Bestecke in Silber und in 90er Auflage, auch Kamin- und Tischuhren wurden gut verkauft, ebenso goldene Plattenringe in allen Preislagen für Herren und Damen. Ferner Zigaretteneuis in den billigeren Preislagen und Chatelaines in Union und Am. Doublé. Dagegen verkaufte ich von meinem gut sortierten Großuhrenlager keine Standuhr, keinen Regulator und nur wenige billige Wecker. In den letzten Tagen vorm Fest gingen noch Armbanduhren für Damen und Herren, jedoch meistens nur in Plaque. Ohringe, die bisher immer noch verkauft wurden, waren fast gar nicht gefragt.

Es würde mich freuen, wenn recht viele Kollegen ihre Weihnachtsbeobachtungen mitteilen, hierdurch kommt der einzelne Kollege am schnellsten dahinter, wenn im eigenen Geschäft etwas falsch gemacht worden ist. (I/431)

Uhrmacher, Preissenkung und Zugabenverbot

Von Dr. Georg Pelka

Das Uhrmachergewerbe ist an der umgehenden Verwirklichung des Zugabenverbotes nicht so sehr deshalb interessiert, weil innerhalb seiner Branche Verkäufe mit Zugaben getätigt werden (obwohl auch dies vorkommt!), sondern weil Zugabler in anderen Branchen Uhren in Form von Zugaben „verschenken“ und dadurch die Umsätze des Fachhandels schädigen. An der gegenwärtigen Aktion der allgemeinen Preissenkung ist das Uhrmachergewerbe insofern interessiert, als es einer Preissenkung im Uhreneinzelhandel widersprechen muß, wenn das Ziel der Preissenkung, die Belebung des Umsatzes, nicht hinreichend gesichert erscheint. Da nun eine etwaige Preissenkung im Fachgeschäft keine entsprechende Anregung der Kauflust im Gefolge haben kann, solange die Verbraucherschicht sich einbildet, Uhren mannigfaltigster Art immer noch „billiger“ in Form von „Gratis“-Zugaben erwerben zu können, so muß an die Reichsregierung namens der organisierten Uhrmacher die Forderung gerichtet werden, im Verlaufe der Beratungen über die Preissenkung zunächst einmal jede Möglichkeit zu benützen, um das Ziel der Preissenkung, die Umsatzbelebung, sicherzustellen. Eine solche Möglichkeit ist in der schleunigsten Verwirklichung des Zugabenverbotes vorhanden! Das Uhrmachergewerbe kann sich daher folgende soeben an das Reichskabinett abgegangene EntschlieÙung voll und ganz zu eigen machen:

„Der Bund der Handel- und Gewerbetreibenden e. V., die Spitzenorganisation für Groß-Berlin und die Mark Brandenburg im Reichs-Schutzverband für Handel und Gewerbe e. V., forderte in seiner Sitzung am 18. November 1930, an der der Bundesvorstand und zahlreiche Vorsitzende und Delegierte der angeschlossenen Fachvereine und -verbände teilnahmen, erneut und auf das Dringlichste ein die Interessen der mittelständlerischen Einzelhändler und Gewerbetreibenden wirksam schützendes Zugabenverbot. An das Reichskabinett, insbesondere an den die Preissenkungsfrage prüfenden Kabinettsausschuß

richtet die Versammlung einmütig die Bitte, die Notwendigkeit des Zugabenverbotes nicht etwa nur danach zu beurteilen, inwieweit die Zugabenauswüchse einer gewissenhaften Pfennigkalkulation im Wege sind, sondern vor allem auch zu berücksichtigen, daß die Möglichkeit für den selbständigen geschäftlichen Mittelstand, sich an der Preissenkung sehr stark zu beteiligen, durch das Zugabenunwesen gefährdet wird, insbesondere in denjenigen Branchen, deren Absatz jetzt aufs heftigste darunter leidet, daß die Waren, die sie verkaufen, zugegeben werden. Auch die größtmögliche Preissenkung innerhalb aller dieser Branchen kann keine ausreichende Absatzbelebung bringen, da der Konsument immer glauben wird, daß er die Verkaufswaren dieser Branchen sozusagen „geschenkt“ in Form von Zugaben erwerben könnte. Nur das Zugabenverbot kann dem selbständigen geschäftlichen Mittelstand dazu verhelfen, daß er den nicht zuletzt zur Stärkung seiner Steuerkraft notwendigen Anteil an der durch die Preissenkungsaktion bezweckten allgemeinen Umsatzbelebung unverkürzt verbürgt erhält.“ (I/439)

Bei Einsendung von Aufsätzen oder Bildern ist die Erklärung beizufügen, daß sie **nur** an die UHRMACHERKUNST eingesandt worden sind. Wir veröffentlichen nur Originalartikel und lehnen die Veröffentlichung von Aufsätzen, die auch anderen Uhrenfachzeitungen eingesandt werden oder schon dort veröffentlicht wurden, ab. Für unaufgefordert eingehende Manuskripte übernehmen wir keine Haftung