

Besuchen wir festliche Veranstaltungen, so darf er wesentlich aparter sein und ruhig leihweise vom Lager entnommen werden, da wir ihn ja schonend zu behandeln wissen. Dann erscheint mir wichtig, daß die Schmuckstücke in Form und Farbe möglichst zueinander passen. Gerade hier ist der Geschmack des Publikums noch verbesserungsbedürftig. Der Hinweis auf die Harmonie der Kleidung (Complet, Hut, Handtasche, Schuhe usw.) dürfte ein wichtiger Verkaufsgrund für Schmuck sein, da die Kundin

sich passende Stücke zum Vorhandenen anschaffen wird und uns bei dieser Gelegenheit gern wieder aufsucht.

So wollen wir nun alle an die gemeinsame Aufgabe gehen, die Vorliebe für Schmuck in den mittleren Preislagen in weitere Kreise zu tragen. Anstrengungen in dieser Richtung sollen mit der Zeit den veralteten und billigen Warenhauptschmuck verdrängen und uns größere Gewinnmöglichkeiten bringen. Und das ist ja schließlich unser aller Wunsch!
(I/663)

Modeschmuck!

Von Else Fischer

Ich glaube, wir alle haben in letzter Zeit die Erfahrung gemacht, daß auf gediegenen, wertvollen Schmuck lange nicht mehr so Wert gelegt wird wie in früheren Zeiten, wo schon beim Kauf daran gedacht wurde, daß er sich einst vererben soll.

Jede Frau, die sich ein paar Ohrringe, eine Kette, ja sogar einen Ring kauft, denkt beim Kaufen an ihr neuestes Kleid, ob wohl dieser Schmuck einigermaßen dazu passe. Sie wählt lieber etwas billiger und noch ein anderes Stück für ein anderes Kleid. In Gesellschaft wird es stets angenehm auffallen, wenn eine Dame sich mit Schmuck angetan hat, der ihre Kleidung vorteilhaft ergänzt. Und da nun eine Frau die andere stets übertrumpfen möchte, so ist es ganz erklärlich, daß sich dieser billige, gefällige Schmuck von selbst seine Bahn gebrochen hat.

Als Verkäuferin bin ich auch sehr dafür, daß man selbst Schmuck trägt. Wie oft ist es mir schon vorgekommen, daß eine Kundin sagte: „So etwas, wie Sie da umhaben.“ Oder sie wollte gar dasjenige Stück haben, was ich gerade trug. Trägt man aber selbst

keinen Schmuck und ratet der Kundschaft zu diesem oder jenem Stück, so bekommt man zuweilen zu hören: „Na, und Sie tragen gar keinen Schmuck.“

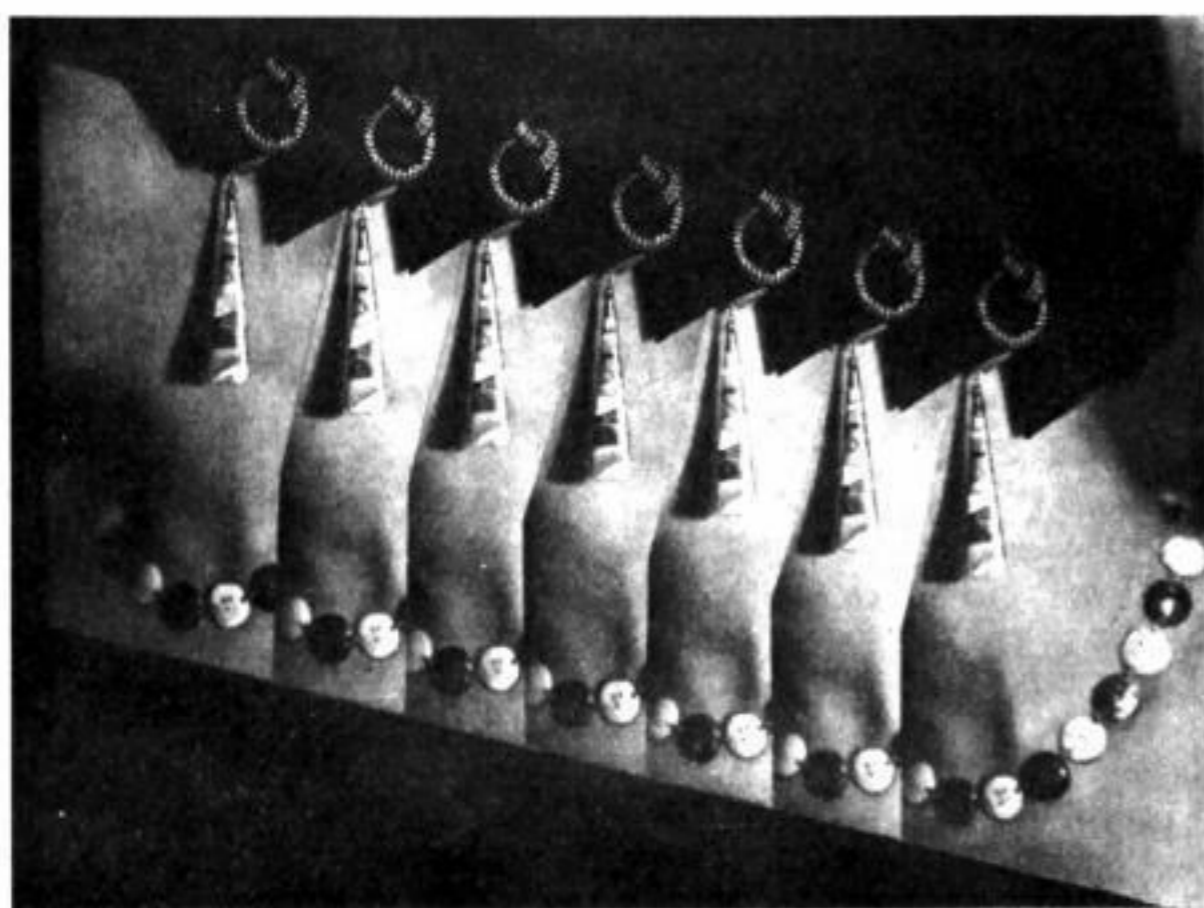
Man soll sich auch nicht scheuen, wenn man selbst einmal in eine Gesellschaft geht, sein schönstes und modernstes Stück aus dem Laden zur Werbung zu tragen, denn es ist wirklich unser Vorteil, wenn wir uns als Geschäftsfrau und als moderne Frau hier und da sehen lassen.

Auch müßten wir den Aberglauben unserer Mitschwestern viel mehr für unser Geschäft ausnutzen. Da gibt es doch die Monatssteine in echt und unecht. Wenn wir damit mehr Reklame machten, ich glaube, so mancher, der sonst für Schmuck nichts übrig hat, würde sich, um das Glück zu sichern, solch ein Stück kaufen.

Leider müssen wir alle Überredungskunst benützen, um Schmuck zu verkaufen, weil die schlechten Zeiten für unseren Geschäftszweig kaum Geld übriglassen. Doch geben wir die Hoffnung nicht auf, und warten wir voll Vertrauen auf die Zeit, wo wir wieder mehr gediegenen, echten Schmuck verkaufen, der unsere Anstrengungen besser lohnt!
(I/480)

Der kommende Schmuck

Von Lene Hoffmann



Was ist das??

Das Jahr 1930 liegt hinter uns. Vor uns liegen die Jahresbilanz, die Wirtschaftskrise und das Heer der Arbeitslosen. Jeder von uns stellt sich nun die Frage: Was wird das neue Jahr bringen, wie werden wir unser Geschäft sicher durch den Sturm der Krise geleiten, und welcher Warengruppe müssen wir im kommenden Jahre die größte Aufmerksamkeit entgegenbringen?

Vor einigen Jahren hörten wir die Kunden so oft sagen, Schmuck sei nicht mehr modern. Das schien auch so, er

wurde tatsächlich weniger getragen. Dem Ruf unserer Fachgeschäfte: Trage Schmuck und Du gewinnst! war jedoch der Erfolg nicht versagt. Beobachten wir doch jeden Tag, besonders vor Weihnachten hat man es feststellen können, daß der moderne Schmuck bei dem Publikum sich großer Beliebtheit erfreut.

Der neue Schmuck hat dank der großen Werbetätigkeit seinen Siegeszug angetreten. Aber ein besonderes Verkaufstalent muß man schon entfalten, um immer wieder neue Käufer für den modernen Schmuck zu gewinnen. Denn: Zu jedem Kleide den passenden Schmuck! ist heute der Wahlspruch der modernen Frau. Diesen Grundsatz wach zu halten, ist die vornehmste Aufgabe unserer Branche. Wir erfüllen sie dadurch, daß wir selbst schönen neuen Schmuck tragen. Hierdurch wird Schmuckliebhabern der größte Anreiz gegeben, Schmuck zu kaufen. Die Ware in ihrer Verwendung zeigen, ist und bleibt die beste Werbung.

Die Frühjahrs- und Herbstmodeblätter geben uns oder vielmehr den Herren Fabrikanten immer einen Fingerzeig, wie der kommende Schmuck beschaffen sein muß. Den Zeitverhältnissen entsprechend wird man einfachen, aparten und soliden Schmuck bevorzugen, natürlich in nicht zu hoher Preislage, sondern dem Geldbeutel der Kundschaft angepaßt.

Dann würden die Einzelhändler es auch wirklich begrüßen, wenn die Herren Fabrikanten uns im Frühjahr und Herbst mit kleinen Schmuckbroschüren an die Hand gingen. Das könnte den Verkauf nutzbringend fördern. Natürlich