



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

56. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 13. MÄRZ 1931

Nummer 11

Was die „Frauen-Nummer“ auslöst

Der Tenor der Ausführungen unserer weiblichen Helfer im Geschäft, soweit er aus der Feder praktisch das Geschäftsleben mit durchkostender Frauen stammt und auf dieses eingeht, ist im wesentlichen der gleiche; wir finden die zu rasche Geschmacksentwicklung auf dem Gebiet des Schmuckes als Ursache für die Sorge um die Unterbringung der entstehenden Ladenhüter. Ehe das Publikum folgen kann, sind die Muster schon überholt. Der heutige Schmuck mit seinen breiten Metallflächen und den dekorativen Halbedelsteinen soll möglichst lange bleiben. Ihn aber zu normen und zu rationalisieren, wollen wir nicht weiter anraten, denn „am Nimbus hängt doch alles“. Glaubt die Dame, daß sie nicht etwas Seltenes kauft, so hat sie kein Interesse daran. Ist erst ein Artikel weiter verbreitet, so ist er nichts Besonderes mehr und er kommt schneller aus der Mode, als er hineingekommen ist. Wir haben das Beispiel nicht nur in Schmuck und Uhren; auch der Pelzhandel kann sich für sein Daniederliegen bei denen bedanken, die nicht genug Kaninchenfelle zu Edelpelzen machen konnten, und die von blühenden Betrieben ganz heruntergesunken sind, obgleich zur Zeit fast kein Damenmantel ohne Pelz getragen wird.

Bei dem Milanaisearmband haben wir in unserer Branche ein zeitliches Beispiel, denn das Vorhandensein der schlecht haltbaren Ware hindert viele Damen, sich zu dem Kauf eines solchen zu entschließen. Der gemachte Vorschlag, aparte Muster nur in Gold zu machen, hat höheres Interesse als eine Standardisation der Muster. Die Durchführung ist auch leicht, wenn die Fabrikation will; sie kann sich die Geschmacksmuster schützen lassen, so daß es der Urheber in der Hand hat, sie nur in Gold – oder wenigsten länger als heute –, und später, wenn die Mode aufhören soll, in billig zu machen. Dann läßt man auch den Käufern besseren Schmuckes für eine Zeilang die Freude daran. Unseres Erachtens müßte das sogar eine Überlegung für die ganze Industrie sein, wie sie die sofortige Nachahmung ihrer echten Muster in billig und billigst verhindert, was doch erfahrungs-

gemäß in Wirklichkeit kein Aufblühen, sondern nur ein Niedergehen der Industrie zur Folge hat.

Von der Überlegung ausgehend, daß zu jedem Kleide ein anderer Schmuck getragen wird, könnte dieser auch nicht billig genug sein, denn so schnell wie das Kleid sollte auch der Schmuck verschwinden. Daß es sich dabei nur um Schmuck handeln darf, der sich vom Theaterschmuck in Qualität nicht weit entfernt, und der für unsere Geschäfte nicht in Frage kommen kann, leuchtet ein. Diese übertriebene Forderung zu bekämpfen, haben wir alle Ursache, und die solide Damenwelt wird uns unterstützen. Je nach der Machart des Kleides mehr oder minder gehäuft, nach der Färbung evtl. abgestimmter guter Schmuck kann uns interessieren. Der Wechsel der Mode wird den Damen, die gern immer etwas Neues kaufen und dabei nicht zuviel Geld ausgeben wollen, noch genug zu schaffen machen. Geht das zu weit, dann wirken diese Ausgaben verdrießlich und es kann wieder einmal eine schmucklose Mode gern gesehen sein. Überhaupt müssen wir uns sehr ernst fragen, ob die Modezeichner noch länger Schmuck anbringen werden, als die Modehäuser und Damenschneider Interesse daran haben. Man kann sagen, daß diese Leute mit einem Schlage ganze Industrien vernichten können, wozu andere Machthaber als die Bedienten der Königin Mode gar nicht imstande sind.

Die Reklame für Fahrner-Schmuck war unterstützt durch ein reichliches und wirkungsvolles Angebot in den Fenstern. Alle stark inserierte Ware wird auch hoch im Preise verkauft, und es geschieht das, was vorgeschlagen wird, auf Neuheiten einen besonderen Aufschlag zu kalkulieren, ihn bei zweiter Lieferung fortzulassen und als Abschreibung für voraussichtlich länger lagernde Ware zu brauchen. Deutlicher: wir wollen nicht mehr auf den Einkaufspreis einen bestimmten Prozentsatz als Gewinn aufschlagen, sondern auf wirkliche Neuheiten außerdem einen Modorisikozuschlag, dessen Betrag wir gleichzeitig bei Waren, die aus der Mode gekommen sind, absetzen, oder den wir von derselben Ware absetzen, wenn sie

Im Monat Juni präg' Dir's ein:

Zur Internationalen Uhrmacher-Ausstellung

in Frankfurt am Main