

Diese Frage muß rein persönlich behandelt werden unter Berücksichtigung des Ortes, an dem sich das Geschäft befindet. Die Frage selbst scheint mir Fräulein Haase am besten beantwortet zu haben. Trägt man beim Verkauf Schmuck, so kann man nicht gut am eigenen Körper den zu verkaufenden Schmuck in seiner Wirkung vorführen. In diesem Falle muß man schon die Kundin selbst bitten, den Schmuck anzulegen. Man verweise die Kundin dann aber nicht nach der oder jener Stelle des Ladens, an welcher sich ein Spiegel befindet, sondern gebe ihr einen Handspiegel.

Sehr verehrte Frau Kronenberg: Was ist nur das mit Ihren Ohrringen! Sie möchten gern welche fragen, haben aber Angst vor dem Einstechen? Ganz abgesehen davon, daß Sie sicherlich schon größeren Schmerz erfragen haben, haben wir doch auch solchen Ohrschmuck, der ein Einstechen unnötig macht! Gerade durch Anlegen eines solchen Paar Ohrringe können Sie leichter verkaufen. Hat jemand Angst, dann zeigen Sie ihm die Anbringungsart Ihrer Ohrringe, und Sie werden auch dieser Kundin ein Paar verkaufen.

Sehr recht hat wiederum Fraulein Firl mit der Kritik am Milanaiseband. Mögen sich die Herren Fabrikanten das merken. Auch ihre Frage an die Fabrikanten, ob sie denn nun immer auf „Silber vergoldet“ stehenbleiben wollen, erscheint mir sehr berechtigt und beachtlich. Von den Regenbogenfarben, von denen in einem anderen Aufsatz die Rede ist, wissen wir doch gerade bei diesen Artikeln ein Liedchen zu singen!

Frau Fischer verweist auf den Aberglauben der Menschheit und trifft für die Monatssteine ein. Ich halte das für bedenklich. Zunächst gibt es da Steinfarben, die alles andere als schön sind, und dann ist mit einer abergläubigen Person kein gutes Geschäft zu machen. Wenn sich jemand von diesem Gesichtspunkte aus einen Schmuck kauft, so wird er sich so leicht keinen anderen mehr kaufen, und mag die Mode auch noch so oft wechseln, er hat ja seinen Talisman. Warum denn eine Sache umständlich machen, wenn es auch einfach geht? Richtig dagegen ist die Ansicht dieser Mitarbeiterin, in Gesellschaft guten, aus dem Laden entliehenen Schmuck zur Werbung zu fragen. Man soll sogar bei passender Gelegenheit derjenigen Dame, die besonders guten Schmuck trägt, sein Kompliment machen, das steckt an. — Ungeheuerlich sind Dinge, die von Ilse Schmelzer getadelt werden. Man kann aber wohl mit Recht sagen, daß derartige Dinge in sehr wenigen Geschäften vorkommen.

Und nun zu einer Frage, die fast von allen Artikel-schreiberinnen mehr oder weniger berührt wurde: Wie kann man sein Lager in allem Schmuck räumen? Die leidliche Inventurausverkaufsfrage kommt hier wieder zum Durchbruch. Man sollte den Weg gehen, den Frau Listmann so gut und ausführlich gewiesen hat. Die Frage ist es wert, daß man sich im Sinne der Frau Listmann mit ihr auf der Reichstagung einmal gründlich beschäftigt.

Sehr berechtigt ist die Forderung von Fräulein Hoffmann, die Herren Fabrikanten möchten uns im Frühjahr mit Schmuckbroschüren an Hand gehen. Ich habe mich schon gewundert, daß dem nicht immer so ist. Die Uhrenindustrie ist da jedenfalls weiter! Es wäre wünschenswert, daß es nunmehr keiner weiteren Anregung bedarf, um auch die Schmuckfabrikanten zur Herausgabe von Neuheitenkatalogen zu veranlassen. Was über Schmuckverkauf an die Herren der Schöpfung von Fräulein Hauschild gesagt wurde, ist fein empfunden und der Beachtung wert.

Und nun allgemein noch einige Worte über Dinge, die zum Schmuckverkauf führen. Erfreulich zunächst schon die Tatsache, daß von Modezeitungen heute wieder an Modellen Schmuck gezeigt wird. Man soll hierbei, wie von Frau Trebrandt richtig bemerkt wurde, auch etwas über den Preis der Schmucksachen sagen. Man denke bei der Werbung für Schmuck auch an Dinge, die von der Bekleidungsindustrie oder deren Geschäften berücksichtigt werden. Man stelle denjenigen Personen, die für den Platz in Modesachen tonangebend sind, z. B. Schauspielern und Schauspielerinnen, für besondere Veranstaltungen Schmuck zum Reklametragen zur Verfügung. Man werde bei den Lokalredakteuren der Zeitungen vorstellig und ersuche sie, bei den Berichten über die neue Mode auch des neuen Schmuckes zu gedenken. Und nun noch eins: An größeren Plätzen sind dem Publikum diejenigen Zeitschriften, die über modernen Schmuck und Uhren berichten, leicht zugänglich; anders aber auf kleinen Plätzen, wo unsere Kollegen doch auch verkaufen wollen. Ich empfehle daher die Herausgabe eines zweimal jährlich erscheinenden Uhren- und Schmuck-journals, das mit einem Hinweis auf das eigene Geschäft bei Ärzten, Rechtsanwälten und in Gaststätten ausliegen kann. Dort haben die Menschen Langeweile und werden die Zeit gern mit dem Studium dieser Schrift totschlagen — zu Nuß und Frommen unserer Branche. Und nun zum Schluß: Man beherzige die Meinung der Schriftleitung an unsere Frauenwelt: „Sie dürfen immer reden!“ (I/510)

Magul.

## Meine Eindrücke von der Leipziger Frühjahrsmesse 1931

Von Oswald Firl

Wieviel Reisenden, Kollegen und Erfurter Geschäftsleuten, die wissen wollten, ob ich zur Messe fahre, ich die einlönige Antwort gab „ich weiß es noch nicht“, kann ich wirklich nicht sagen. Doch es waren sehr viele! Und aus all den Fragen klang eine gewisse gleichmäßige Stimmung, daß es kaum notwendig sei hinzufahren, weil kein Bedarf vorliege.

Wie es aber so geht, man entschließt sich doch noch im letzten Augenblick, weil man glaubt, etwas zu versäumen, wenn man die Messe nicht besucht und all die schönen und unschönen Neuheiten nicht gesehen hat. Auch wenn man keinen unmittelbaren Bedarf hat; das Gesehene ist doch vieles wert. So bin ich entgegen meiner ursprünglichen Absicht nach Leipzig gefahren. Was ich gesehen habe, war manches erfreulich. Die Fabrikanten hatten der schlechten Zeiten zum Troß sehr

schöne und gute Neuheiten ausgestellt, in beiden Branchen, Uhren und Goldwaren. Die Verkäufe waren recht schwach (es war am ersten Sonntag); kein Wunder, denn das Bangen um die nächsten Monate wirkte lähmend auf die Entschlußkraft. Schon im Zuge auf der Hinfahrt konnte man aus aller Munde hören, daß man sich nur umsehen wolle, Studien machen und sich unterrichten über die kommenden Sachen. Und das ist recht so!

Meiner Ansicht nach war der Besuch der ganzen Messe nicht so gut wie bei früheren; das Leben in Leipzig hatte nicht das gewohnte Bild des Drängens und Geschobenseins wie sonst. In den Meßhäusern, die ich besuchen konnte, war es nicht anders, wenige Leute und noch weniger Käufer, selbst die Gaststätten hatten nicht das gewohnte Bild der übermäßigen Fülle. Was mir besonders auffiel, waren die wenigen Reklameumzüge.