

scheuen. Es fragt sich aber, ob der Uhrmacher sich überhaupt wird in diesen Umsatz einschieben können. Meines Erachtens sind die Käufer dieser billigen Uhren im Warenhaus ausgesprochene Warenhauskäufer und lassen sich nicht ins Fachgeschäft ziehen! Die schwören eben auf das Warenhaus und beachten Angebote des



Abb. 2



Abb. 1

Uhrmachers gar nicht! Ich persönlich würde mich nicht in einen Preiskampf mit dem Warenhaus einlassen und mein Geschäft, wenn auch zum Teil auf preiswertere Waren einstellen, so doch aber mehr die Uhrmacher-Qualitätsware führen. Ich weiß wohl, daß unter Umständen dieser Standpunkt für die Zukunft vielleicht einmal überholt sein könnte. Aber wenn ich berücksichtige, daß ein Einzelhandelsgeschäft, ein Spezialgeschäft, eigentlich nur Daseinsberechtigung neben dem Warenhaus sich erzwingen wird, wenn es die Qualität und die individuelle Bedienung in den Vordergrund stellt, so glaube ich, daß diese immer noch das Ausschlaggebende sein wird. Ich sagte aber auch, daß man deswegen nun natürlich nicht allein wird nur teure Ware führen, sondern auch, der Wirtschaftslage angepaßt, preiswertere, also billigere Ware. Aber es darf dann immerhin noch nicht die ausgesprochene Warenhausqualität (dem Kunden gegenüber) sein, und muß gepflegt (geölt, beobachtet, reguliert) sein, um dadurch einen klaren Unterschied dem Kunden gegenüber zu dokumentieren.“

Der größere Teil der Antworten stellt sich jedoch auf den Standpunkt, daß eine Abwehr der Außenseiter-



Abb. 3

konkurrenz in billiger Ware unbedingt notwendig wäre. Gut zusammengefaßt schildert ein Kollege die Lage folgendermaßen:

„Die Unterbietung in Uhren durch Warenhäuser und Bazare geht in der heutigen Zeit, wo das Publikum weniger auf die Qualität als auf den Preis sieht, so weit, daß man seit Monaten beobachten kann, wie diese Außenseiter sich zusehends mehr auf billige Uhren einstellen; ein Zeichen dafür, daß sie guten Erfolg damit haben. — Da in absehbarer Zeit mit einer Besserung der Wirtschaftslage kaum zu rechnen

ist, ist es Pflicht der Uhrmacher, der Unterbietung der Außenseiter entsprechend zu begegnen. — Wir müssen Ware ausstellen können zu fast gleichen Preisen wie die Außenseiter. Ein geringer Mehrpreis (etwa 10%) wird von dem Publikum gern bezahlt dadurch, daß die Ware in einem Fachgeschäft und nicht im Warenhaus erstanden ist. — Nun hat der Uhrmacher dem Außenseiter gegenüber den großen Vorteil, daß er den durch die niedrigen Preise der Auslagen angelockten Kunden durch fachmännischen Rat veranlassen kann, eine bessere Qualität zu kaufen. In mehr als 50% dieser Fälle dürfte es also gelingen, eine regulär kalkulierte Ware von besserer Qualität zu verkaufen. Auf Grund dessen muß der Uhrmacher bei der billigen Konkurrenzware mit kleinstem Nutzen zufrieden sein. Dieses zwingt ihn gleichzeitig, von den niedrig kalkulierten Uhren möglichst wenig zu verkaufen. — Wichtig ist es aber, daß diese billigen Uhren vorhanden und im Fenster mit Preisen ausgestellt sind. — Es ist nicht zu verkennen, daß der Verkauf dieser billigen Ware, sobald es sich notgedrungen um größere Mengen handeln sollte, große Gefahren für den Uhrmacher in sich birgt; und zwar könnte das Vertrauen zum Fachgeschäft auf die Dauer sehr darunter leiden. Kauft nämlich der Kunde beim Uhrmacher einen Wecker zu 1,75 RM, so erwartet er von der Uhr viel mehr, als wenn dieselbe zum gleichen Preise im Warenhaus gekauft ist. Der Kunde hat also das Gefühl, beim Uhrmacher eine gute Uhr zu bekommen, dagegen kauft er im Warenhaus auf gut Glück. — Es ist also wiederum beim Verkauf darauf zu achten, daß der Kunde entsprechend aufgeklärt wird, aber falsch wäre es, aus diesem Grund die billige Ware nicht zu führen. Die Garantieleistung muß vom Uhrmacher in gleicher Weise geführt werden wie vom Warenhaus. — Es ist dringend notwendig, daß die Uhrmacherschaft sich in dieser Weise umstellt, da sonst ein großer Kundenstrom, durch die heutigen Verhältnisse veranlaßt, dem Warenhaus zugeführt wird. — Es ist leichter, die dem Fachgeschäft treuen Kunden in der heutigen Zeit zu erhalten, als Kunden, die einmal ihren Uhrenbedarf im Warenhaus gedeckt haben, zurückzugewinnen.“

Liest man die Antworten der befragten Kollegen aufmerksam durch, so tritt immer wieder eine Besorgnis zutage, nämlich die, daß durch das Führen der billigen Warenhausware die ganze Preislage und die Qualität heruntergedrückt werde, und daß sich allmählich der Unterschied zwischen Warenhaus, Bazar und Fachgeschäft verwischen würde. In diesem Falle wäre dann das Fachgeschäft erledigt, weil das Warenhaus der weitaus Stärkere wäre.

Diese Bedenken sind sehr ernst zu nehmen.

Tatsächlich könnte durch einen falsch geführten Abwehrkampf das Eintreten, was hier befürchtet wird. Der Schaden wäre nicht mehr gutzumachen, und das Fachgeschäft wäre für immer erledigt. Trotzdem sollte der Abwehrkampf geführt werden.

Was veranlaßt heute das Publikum, ins Warenhaus zu gehen? Neben der Annehmlichkeit, die Ware ohne Kaufzwang besichtigen zu können, wird geglaubt, daß das Warenhaus billiger sei als das Fachgeschäft. Wie fest dieser Glaube im Publikum heute wurzelt, davon kann sich jeder überzeugen, der über diese Dinge einmal mit seiner Frau spricht. Es ist absolut die Meinung verbreitet, daß das Fachgeschäft teurer sein müsse als das Warenhaus. Das Warenhaus setze ja viel mehr um, kaufe direkt und könne somit billiger verkaufen usw. Dabei übersieht man, daß das Warenhaus in der Uhrenabteilung durchaus nicht mehr umsetzt als das Fach-