



## VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

56. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 24. APRIL 1931

Nummer 17

### Wohin steuert das Schmuckgeschäft?

Es ist neuerdings in der UHRMACHERKUNST vom Schmuckwarengeschäft häufiger die Rede, und man muß sagen, daß dieses mit Recht geschieht, zeigen doch Läden und Schaufenster eine ganz auffallende Bevorzugung des Artikels „Schmuck“ in den meisten Uhrengeschäften, so daß ein reines Uhrenspezialgeschäft ein ganz seltenes Ding geworden ist. Aber es ist nicht nur der Uhrmacher, der sogar unter häufiger Zurückstellung des Artikels Uhren seine Liebe mehr dieser seiner ursprünglich zweiten Branche zuwendet, sondern es macht sich eine immer stärker werdende unfachliche Konkurrenz bemerkbar, die neuerdings an die bereits gewohnten Warenhäuser und Bazare noch die Einheitspreis-, Wäsche-, Friseur-, Parfümerie- und sogenannten kunstgewerblichen Läden anschließt. Die Industrie hat ihrem Produktionsüberschuß einen Ausweg gesucht, mehr noch: sie stellt Ware in einer Preislage her, die bisher in Schmuck nicht geliefert worden ist.

Fast scheint es so, als ob unser Handel von den anderen Branchen bezüglich seiner Umsatz- und Gewinnmöglichkeiten überschätzt würde. Die leichte Aufnahme des billigen Schmuckes durch die anderen Läden läßt diese Vermutung zu, wenn es sich auch meist um Qualitäten handelt, die das solide Fachgeschäft ablehnte, wie es alle billigsten Erzeugnisse immer zunächst ablehnte, bis es durch die unfachliche Konkurrenz gezwungen wurde, sie auch aufzunehmen. Wenn es bei einem „Nur-auch-Haben“ bleiben möchte, wäre es an sich belanglos, als eine Notwendigkeit, dem Publikum zu zeigen, daß es sich um billige Ware, nicht etwa um einen billigeren Preis der Konkurrenz für gute Ware handelt. Leider — man weiß ja, wie das geht — kommt billige Ware am meisten zum Verkauf, denn wenn sie einmal mit vorgeführt ist, wendet sich der Blick des Käufers immer wieder ihr zu, die man, um sich nicht selbst zu blamieren, nicht einmal beim rechten Namen nennen darf, sondern ihr noch einige Qualität zugestehen muß.<sup>1)</sup> Wird dann

1) Da liegt gerade die Gefahr!

doch ein besseres Stück genommen, so bezeichnet ein langes Aufmalen des Käufers die Schwere des Entschlusses und die Größe der Leistung, sich doch zu einer höheren Ausgabe aufgeschwungen zu haben, als es unbedingt nötig war. Sehr oft haben solche Geschenke nur den Zweck, im ersten Augenblick einen guten Eindruck zu machen, den sie um so mehr erfüllen werden, wenn gesagt werden kann, daß sie aus einem als solid bekannten Uhren- und Goldwarengeschäft gekauft sind. Der Preis wird meist nicht gesagt, es wird auch kaum danach gefragt, aber das verkaufende Geschäft bleibt mit einer gewissen moralischen Haftung für die Güte der Ware belastet. Der Verdienst mag prozentual erträglich sein, in der Summe ist er nichts, wenn man dazu die Zeit betrachtet, die zur Abwicklung des Geschäftes erforderlich war, und wenn man die Möglichkeit, ja, Wahrscheinlichkeit des späteren Verlustes an geschäftlichem Ansehen bedenkt.

Vielleicht hat ein unfachmännisches Geschäft diese Sorge nicht, weil das Publikum bei ihm von vornherein eine solche Qualität wie beim Fachmann nicht erwartet, dennoch aber durch die offene Auszeichnung die Sicherheit fühlt, daß die Ware das Geld wert sein werde, weil Bedenken, es könnte eine Konkurrenz vorteilhafter sein, nicht gezeigt werden. Dennoch aber wird der unfachmännische Verkäufer oft genug die Folgen der Billigkeit seiner Ware zu spüren bekommen, denn ebensowenig wie in unseren, kann in anderen Läden die gleich billige Ware halten, was sie mit ihrem Aussehen verspricht. Vielleicht erwächst daraus den Verbrauchern auch für Schmuck die Erkenntnis, daß, wer sich das Billigste kauft, nie etwas Ordentliches haben wird. Geht in solchen Gelegenheits-Schmuckgeschäften die Ware nicht schnell genug weg und verliert sie im Ansehen, so wird sie bald überhaupt keinen Preis mehr haben, und damit strafft sie selbst die Produzenten, die den Absatz in solchen Geschäften suchten. Es ist bemerkenswert, wie diese Geschäfte bemüht sind, da, wo Qualität ist, diese auch herauszuheben und besonders zu erwähnen, z. B. „Echt Silber“, und wie sie

In Frankfurt a. M. treffen sich am 20. Juni 1931 die europäischen Uhrmacher  
**zum 2. Internationalen Uhrmacher-Kongreß**

Sie müssen auch dabei sein!