

um dann die praktischen Erfahrungen der Allgemeinheit zugänglich zu machen. Allerdings müßte die schrittweise Herabsetzung bei hochwertigen Waren sehr viel langsamer vonstatten gehen als z. B. bei dem der Mode stark unterworfenen Doublé-Frauenschmuck. Wesentlich zum Gelingen eines Versuches trüge es wohl bei, wenn die Innungen sich der Sache annähmen, damit das System einigermaßen gleichmäßig an einem Platze durchgeführt wird.“

Wesentliche Bedenken macht einer der bekanntesten Schmuckgrossisten geltend, ohne jedoch dem Vorschlage der Frau Listmann grundsätzlich abgeneigt zu sein; vielmehr will er ihn so auf unsere Branche übertragen haben, daß er ihren Besonderheiten Rücksicht trägt.

„Die Einstellung der Frau Listmann, neue Ware grundsätzlich höher zu kalkulieren als ältere, ist richtig. Ich glaube aber, nicht dazu raten zu können, das von Frau Listmann mit „Wochen“ gekennzeichnete Tempo im Einzelhandel zu propagieren. Zwischen der Textilmode und der Schmuckmode besteht meines Erachtens ein ganz großer Unterschied. Die Textilmode kann kurzlebig sein, denn die zur Zeit gehörenden Dinge sind ausgesprochene Konsumgüter. Der Verkauf ist auf raschen Umschlag eingestellt, muß darauf eingestellt sein, da die Erscheinung der Frau durch die wechselnde Modelinie so stark beeinflusst wird, daß sich kaum eine Frau, bis in die untersten Erwerbsschichten hinein, ganz von der Mode befreien kann.

Die Schmuckmode muß langlebiger sein, insbesondere auch im Interesse unseres Gewerbes, da sonst der Schmuck seine für den Verkauf wesentliche Eigenschaft des Dauerhaften und Wertvollen einbüßt. Schmuck unterliegt dem Verschleiß nicht annähernd in dem gleichen Maße wie Textilien. Schmuck wird nur zu einem geringeren Teil für den Eigenbedarf gekauft, vielmehr zum größeren Teil als Dauerstück für einen Dritten.

Die Kurzlebigkeit der Textilmode ist zwar zu einem umsatzfördernden Moment des Textilgeschäfts geworden, schließlich aber auch zu einer Geißel für den Angehörigen dieses Gewerbes. Erst in diesen Tagen wurde wieder in der Öffentlichkeit für einen langsameren Rhythmus im Modewechsel eingetreten.

Die Schmuckwarenindustrie und der Schmuckwarengroßhandel arbeiten daran, die Musterproduktion auf zweimal im Jahr zu beschränken. Die größeren Musterungen finden im allgemeinen von den Fabriken Anfang Juni für die Zeit von Juli bis Dezember und Anfang Dezember für die Zeit von Januar bis in den Sommer hinein statt. Die Kollektionen von Industrie und Großhandel werden bei zweckmäßiger Geschäftsführung aus den Neuheiten der neuen Saison und aus den Schlagern der vorhergehenden Saison bestehen. Diese Zweiteilung des Jahres müßte als Mindestzeit beibehalten werden, wenn man im Einzelhandel auf eine schärfere Berücksichtigung des Modeinflusses hinwirkt.

Die verschiedenen Arten Schmuckwaren verlangen auch eine ganz verschiedene Behandlung. Es scheint mir völlig unzweckmäßig, wenn man ganze Gruppen von Artikeln in ein Modesystem zwingen will, da sich in diesen Artikeln, z. B. Uhrketten, der Modeablauf erst in Jahren auswirken wird. Auch innerhalb jeder einzelnen Gruppe bilden sich stets gewisse Standardmuster heraus, die solange ihren Platz im Verkauf behaupten, wie der Artikel überhaupt geht.

Ich führe Vorstehendes an, um zu zeigen, daß eine schematische Übernahme des Vorschlages von Frau Listmann im Schmuckwarengewerbe nicht gut geht. Die Artikel müssen unterschieden werden nach innerem Wert (Material, Gold, Steine), nach Art (Stapelartikel, Modeartikel) und nach Mustern (Stapelmuster, Modemuster).

Bei der augenblicklichen Geschäftslage kommt von so vielen Einzelhandlungen die Frage, was man tun soll, um in der jetzigen Zeit das Geschäft zu fördern. Hier kann man nur im Sinne von Frau Listmann sagen, die ältere Ware, abgestuft nach ihrem Alter und Aussehen, herabzusetzen und dadurch preiswerter zu machen. Dies wird um so eher möglich sein, wenn die Kalkulation vorher genügend hoch war, insbesondere bei den dafür in Betracht kommenden ausgesprochenen Modemustern. Die neueste Ware soll keinesfalls niedriger veranschlagt werden als bisher, bei noch so schlechtem Geschäft, weil sonst der von Frau Listmann befürchtete Fall eintritt, daß die Kundschaft bei einigermaßen gleichen Preisen nur die Neuheiten herauskauft.“

Der Inhaber einer der ältesten Großhandlungen in Mitteldeutschland sieht die Notwendigkeit ein, auf irgendeine Weise mit den Ladenhütern aufzuräumen. Er erblickt jedoch in verschiedenen Umständen eine Gefahrenquelle bei der Übernahme des Moderrisikozuschlages. Als die geeignetste Weise, alle Bestände loszuwerden, befürwortet er die Abhaltung von Inventurausverkäufen.

„Die Frage, die Frau Listmann in ihrem Artikel anschnidet, ist eine sehr gefährliche. Wir haben uns, auch in unseren Kreisen, schon sehr oft damit beschäftigt, weil wir es für richtig hielten, bei ausgesprochen neuen Mustern, die infolge der kurzlebigen Mode sehr schnell wechseln, einen höheren Hundertsatz aufzuschlagen als bei anderen, immer gangbaren und nicht stets wechselnden Mustern; wie Frau Listmann schreibt, also einen Moderrisiko-Zuschlag. Dies hat aber auf der anderen Seite gerade bei uns wieder seine Schattenseiten, weil man nicht weiß, wann der Risiko-Zuschlag wieder aufhören soll, und weil bei den Tausenden von Mustern sich Schwierigkeiten und große Unterschiede ergeben.

Den Uhrmachern bei sogenannten neuen Mustern einen Risiko-Zuschlag zu empfehlen, halten wir nicht für richtig, da sie damit schlechte Erfahrungen machen würden. Es müßten doch dann bei Aufnahme von allen Dingen die neuen Muster (der Grossist wird nicht immer sagen: das ist ein neues Muster oder das ist ein altes Muster) stets bezeichnet werden. Auch die „liebe Konkurrenz“ wird dafür sorgen, daß dieser Risiko-Zuschlag sehr verschieden aufgefaßt und kalkuliert wird.

Unserer Meinung nach ist das Verfahren vorläufig, solange keine festen Bindungen bestehen, unausführbar.

Schreiber dieses war vor einigen Wochen in verschiedenen größeren Städten Deutschlands und hat bei verschiedenen namhaften Uhrengeschäften während der Inventurausverkäufe gefunden, daß sie in ihrem Laden sowie in ihren Fenstern eine Sonderausstellung für herabgesetzte Inventurwaren gemacht hatten, und zwar so, daß die Ausstellung dem Publikum sofort ins Auge fiel. Die betreffenden Uhrmacher waren mit den Ausverkäufen dieser herabgesetzten Waren ganz außerordentlich zufrieden und sagten mir, daß sie das nächste Jahr wieder tun würden, weil sie auf diese Weise ihr altes Lager ganz erheblich verkleinerten und nur ein kleiner Teil, sogenannte Ladenhüter, zurückblieb.

Wir halten dies für den einzig richtigen Weg. Wenn die Konfektionsbranche, Warenhäuser usw. ihre Ausverkaufslage oder ihre Inventurausverkäufe haben, muß auch der Uhrmacher es so machen, wie vorher beschrieben. Auf diese Weise sind die Waren, die herabgesetzt worden sind, vollständig getrennt von den anderen gängigen Waren, die zum üblichen Verkaufspreise ausgezeichnet sind. Die Kundschaft weiß genau, daß es sich bei Ausverkäufen nur um zurückgesetzte Waren handelt, nicht um gangbare und neue Muster.