



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER
58. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 10. FEBRUAR 1933 / Nummer 7

Uhrenansatzbänder ein wichtiger Verkaufsartikel

„Nach Weihnachten setze ich mich zur Ruhe, bis das Konfirmations- und Ostergeschäft beginnt“ sagten Sie am 24. Dezember. „Im Frühsommer gibt es ein geringes Pfingstgeschäft, in der übrigen Zeit begnüge ich mich mit dem Reparaturgeschäft und verkaufe bei Gelegenheit ein paar Kleinigkeiten.“ Die Erfahrenen und Erfolgreichen unter uns haben längst eingesehen, daß diese Einstellung falsch ist. Sie verkaufen auch, wenn keine Schenkseason den Umsatz von selbst hebt, sie rühren sich. Ohne Anstrengungen geht es nicht ab!

Wenn Sie der Ansicht sind, daß das keinen Sinn hat, so irren Sie! Nichts zeigt dies deutlicher als das Material über die Ergebnisse des Weihnachtsverkaufs, das uns vorliegt und das wir bereits Anfang Januar in der UHRMACHERKUNST ausgewertet haben. Hierbei waren Geschäfte, die ihren Weihnachtsumsatz gegenüber dem Vorjahre hatten, einige sogar, die ihn vergrößern konnten. Planmäßige Werbung hat es fertiggebracht: Geeignete Schaufensterdekoration, Inserate, Werbebriefe. Durch richtige Preispolitik sind die Ladenhüter verschwunden.

Sobald die Inventur überstanden ist, muß die Werbung für unser Geschäft aufs neue beginnen und nach einem bestimmten Plan durchgeführt werden. Hier soll im einzelnen dieser Plan nicht behandelt werden, das ist des öfteren an dieser Stelle und in zahlreichen Vorträgen der Verkaufsberatung für den Deutschen Uhrenfachhandel geschehen. Zu den Artikeln, die Sie während des ganzen Jahres verkaufen können, gehört das Ansatzband der Armbanduhr. Wir wollen uns vollkommen darüber klar sein, daß die Taschenuhr kein Hauptverkaufsartikel mehr ist. Die Armbanduhr kam im Kriege, weil sie für den Soldaten Vorzüge gegenüber der Taschenuhr hatte, und modern ist sie als Folge der aus Amerika kommenden gesunden westenlosen Anzüge geworden. Sie wird es bis in absehbare Zeit bleiben, es sei denn, es käme ein verdrehter Modediktator auf die Idee, dem Anzug die Weste wiederzugeben. Einen ähnlichen widersinnigen Modेरückfall erlebten wir in der Frauenmode, die uns vor ein paar Jahren — auf den Wunsch der Textilfabrikanten? — wieder die langen Kleider bescherte. Im vergangenen Sommer drang die jackenlose Mode der Männer weiter durch, und wenn die Entwicklung nicht plötzlich in das

Gegenteil umschlägt, wird diese Kleidung, die nicht wenig durch die Polo-Hemden-Mode beschleunigt wird, im warmen Sommer zur Norm. Behältnisse für Taschenuhren sterben aus, denn Freunde der Uhrtasche im Beinkleid gibt es nicht viele.

Von einer Mode der Damen-Armbanduhr kann man kaum noch reden (wenigstens nicht im landläufigen Sinne), denn die zwangsläufige Entwicklung der alten Damenuhr zur heutigen Damen-Armbanduhr ging bereits vor einer Reihe von Jahren vor sich und wird sich wahrscheinlich nicht wieder umkehren lassen.

Die Armbanduhr vereint den Gebrauchsgegenstand in sich: Die Uhr und den Schmuck: Das Ansatzband. Das Schmuckbedürfnis der Jetztzeit ist nicht gering! Dabei können wir die Eitelkeit der Frauen ruhig aus dem Spiel lassen, sie besteht ewig. Woher kommt der Riesenumsatz in billigem modernem Schmuck? Ein einfacher Mensch, dem es wirtschaftlich schlecht geht, der aber noch nicht zu hungern braucht, wird im allgemeinen eine Sehnsucht danach haben, sich zu schmücken, um sich durch das eigene Auge und die Bewunderung der anderen einen Ausgleich zu schaffen. Wollen wir dem einzelnen zugute halten, daß dabei ein Hang zum Schönen mitspielt, wenn auch uneingestanden!

Den meisten unserer Kunden geht es wirtschaftlich nicht besonders, daher spielen die oben erwähnten Momente für die Auswahl unserer besonders propagierten Artikel eine Rolle.

Auch Uhrensatzbänder sind Schmuck, berücksichtigen Sie das bei Ihrer Werbung und beim Verkauf! (1/55)

