

Die UHRMACHERKUNST bringt mit dieser Ausgabe eine besondere Überraschung für die in den Uhrengeschäften tätigen Damen: Die Frauen-Sondernummer! Zahlreich sind die einzelnen Gebiete, wo die Frau – besser als der Mann – wirken kann! Schon gleich, wenn der Reisende kommt, vermag sie mit ihrem guten Geschmack sicherer die Wahl zu treffen – mag es sich um Uhren oder ganz besonders um Schmuck handeln. Hören wir, was Fräulein Ilse Becker über dieses Thema zu sagen hat:

Ich kaufe ein



Mit das Wichtigste der Geschäftsführung ist der Einkauf. Richtig in Menge, Art und vor allen Dingen in der benötigten Preislage zur richtigen Zeit einzukaufen, ist die Grundlage für jedes Geschäft. Dies

aber einzuhalten, fällt uns Frauen oft nicht leicht.

Schwierig gerade wegen der Gefahr, unmodern zu werden, ist der Einkauf von Schmuckwaren. Dieses Gebiet, für das die Frau am besten geeignet ist, bedarf ganz besonderer Pflege. Hier ist nicht ein besonderer praktischer Wert notwendig, um das Stück zu verkaufen, sondern allein Geschmack und Preis sind entscheidend. Wenn der Vertreter nun all seine Waren ausgebreitet hat und man vor den vielen neuen Mustern steht, ist es wirklich schwer, die richtige Wahl zu treffen. Sehr oft, ja ich glaube in den meisten Fällen, darf man nicht den eigenen Geschmack gelten lassen, sondern man muß die Erfahrung zu Hilfe nehmen. Welches Publikum habe ich als Kunden, welche Art wird verkauft, und welches Quantum kann ich umsetzen? Diese drei Faktoren muß man immer wieder vor Augen haben. Heutzutage braucht nicht mehr die Sorge vorzuherrschen, daß die gewählte Ware nicht reichen werde, denn wie schnell ist im Bedarfsfalle eine kleine Ansichtssendung da. Es ist daher bestimmt vom Uebel, sich vom Vertreter überreden zu lassen, doch lieber mehr zu kaufen. Er hat ja ein berechtigtes Interesse, dem Einzelhändler möglichst viel zu

verkaufen. (Wer möchte nicht gern viel umsetzen?) So kommt es dann häufig, daß die Ware zu Ladenhütern wird und man „darauf sitzen bleibt“, wie es so schön heißt. Dabei darf nicht außer acht gelassen werden, daß Ladenhüter Verluste sind, die gar nicht so leicht wieder aufgeholt werden können. Es ist bestimmt richtiger, öfter etwas Neues zu kaufen, damit das Lager interessant und übersichtlich bleibt.

Eine wertvolle Hilfe beim Einkauf ist zweifellos eine wohlgeordnete, gut geführte Statistik, die auf einen Blick sagt, von welchen Artikeln nachgekauft werden muß, wieviel von den einzelnen Gruppen notwendig ist und welche Preislage am meisten gefragt wurde.

Beim Ergänzen des Bestecklagers bewährt sich die Kartei ausgezeichnet, zumal wenn viele Muster geführt werden müssen. Es gibt ja sehr anspruchsvolle Kunden, die mit fünf oder sechs Mustern noch längst nicht zufrieden sind. Dazu kommt die Musterauswahl in echt Silber, so daß eine ganz ansehnliche Reihe entsteht. Wird nun eine Kartei geführt, so fällt das lästige Zusammensuchen der einzelnen Muster fort. Wenn die Einrichtung der Kartei vollendet ist, benötigt man nur noch den kleinen Kasten, um alle Lücken im Lager feststellen zu können, ganz gleich, ob es sich um Bestecke oder Schmuck handelt.

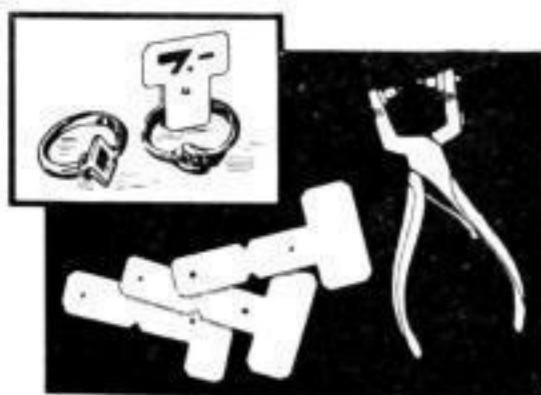
Die im Geschäft verlangten Waren sind im Vergleich zu anderen Geschäften immer wieder andere. Es ist durchaus möglich, daß Waren, die in meinem Geschäft gekauft werden, in einer anderen Straße oder Stadt überhaupt nicht umzusetzen sind oder umgekehrt.

Trotz der vielen Bedenken und Zweifel, die sich ergeben, braucht man nicht mit Unbehagen an den Einkauf zu denken. Ich finde, Einkaufen macht trotz allem riesigen Spaß. Ich kaufe gern ein und freue mich jedesmal, wenn ich aus dem großen Koffer des Reisenden Stück für Stück auswählen kann. Oft trennt man sich schwer von einem besonders aparten Modell, das jedoch gerade für unseren Betrieb ungeeignet ist. Aber gerade die Verantwortung erhöht den Reiz des Einkaufens; und wenn dann die ausgesuchten Waren ansprechen und gut verkauft werden, ist dies der schönste Lohn für die Kopfschmerzen, die es auch manchmal bei dieser Arbeit gibt. (I/554)

Ilse Becker.

Die Ware ist nun da! Aber um sie verkaufen zu können, muß sie mit Preisen versehen sein. Nicht allein genügt es, daß die Preise sauber sichtbar sind, die Ware muß auch richtig kalkuliert sein. Mancherlei gibt es dabei zu beachten; aus ihren Erfahrungen im Geschäft plaudert Fräulein Else Lichey über:

Ich zeichne aus



Beim Auszeichnen heißt es richtig zu überlegen, damit entsprechend der Verhältnisse die richtige Ware im richtigen Preis angeboten wird. Aus der Kartei oder dem Lagerbuch ergibt sich schon, welche Preislage im Notfall zu ergänzen ist. Die Kalkulation der Ware

sollte nach den Geschäftskosten vorgenommen werden; es ist aber doch nicht immer durchführbar, da ortsübliche Preise beachtet werden müssen. Es verstößt auch nicht gegen die Kollegialität, wenn man sich für die Preise

anderer Geschäfte unseres Faches interessiert, damit kein Kunde sagen kann: „Bei Herrn N. bekomme ich es billiger.“

Selbstverständlichkeit ist es, daß die Preise der Kollegen nicht kleinlich unterboten werden. Es ist bestimmt unangenehm, wenn besonders auffallende Stücke überall zu verschiedenen Preisen zu finden sind. Die gebundenen Preise halte ich persönlich für sehr angebracht, sofern die Kalkulation eine angemessene ist. Erstens kann ein Unterbieten nicht in Frage kommen, und zweitens unterläßt der Kunde das Preisabhandeln, da er ja von anderen Artikeln her an feste Preise gewöhnt ist; daß laut Gesetz nur 3% Rabatt bei Barzahlung gestattet sind, hält oft einen Kunden vom Handeln nicht ab.

Natürlich läßt sich das bei Schmuck nicht durchführen, der ja für uns Töchter und weibliche Angestellte als Spezialgebiet besonders in Frage kommt. Die Auszeichnung geschieht in Ein- und Verkaufspreisen: Einkaufspreise in Buchstaben oder Schlüsselzahl. Selbstverständlich muß die Ware im Fenster sichtbar ausgezeichnet sein. Aber auch im Geschäft ist es nötig, die Preise sichtbar anzubringen, da die Kundschaft doch oft Gelegenheit hat,