



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

60. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 11. JANUAR 1935

NUMMER 2/3

Weihnachten 1934 — ein gutes Geschäft!

Große Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr — Günstige Auswirkungen der Gemeinschaftsreklame

Das Weihnachtsfest ist vorbei — Neujahrsfestlichkeiten sind verrauscht! Der erste kurze Rückblick auf das Weihnachtsgeschäft ist recht zufriedenstellend. In einem Fragebogen der UHRMACHERKUNST haben wir eine besonders leichte und doch so wichtige Frage: Sind Ihre Erwartungen erfüllt worden?, gestellt. Es ist für das diesjährige Weihnachtsgeschäft bezeichnend, daß die Mehrzahl der Kollegen hier ein freudiges „Ja!“ eingeseßt hat. Die Freude — die sonst nur durch das Ausrufezeichen ausgedrückt worden ist — wurde in zahlreichen Fällen noch durch den Zusatz: „Übertroffen“ verstärkt. Nur einige haben ihrer Enttäuschung ein wenig Ausdruck gegeben, indem sie schrieben: „Ja, wenn auch nicht ganz!“ oder auch „Nur zum Teil“.

Die Auswertung der bisherigen Zahlen zeigt ein günstiges Ergebnis, denn ohne Ausnahme ist eine Vergrößerung des Umsatzes zu verzeichnen. Schwankend zwischen 10% und 95% ergibt sich eine Durchschnittszunahme um rund 20% des Weihnachtsumsatzes gegenüber dem Vorjahr.

Den Hauptanteil des Erfolges trägt natürlich die Zeit kurz vor Weihnachten. Hier ist es vor allen Dingen der „Heilige Abend“, der mit dem 22. und 23. Dezember zu der Vergrößerung des Umsatzes verholfen hat.

Unser Fach hat nach diesen Zahlen einen großen Erfolg zu verzeichnen; denn nicht alle Branchen werden so gut abgeschnitten haben. Ein abschließendes Urteil läßt sich allerdings vor Bekanntgabe von ausreichenden Unterlagen nicht gut fällen. Immerhin ist es interessant zu erfahren, daß ein Buchhändler in einem kleinen westfälischen Ort einen Mehrumsatz von 15% erzielt hat. Ein Geschäftsmann im gleichen Ort, der ein Lager in Strümpfen, Krawatten und Kragen usw. führt, hat gegenüber dem vorigen Jahr nur einen Umsatz von $33\frac{1}{3}\%$ erzielt, er hat also $66\frac{2}{3}\%$ verloren! Wenngleich auch diese Zahl wahrscheinlich persönlich beeinflußt ist, so gibt doch zu denken, daß auch ein Schuhwarengeschäft ebenfalls unzufrieden ist. Ein Haushaltwarengeschäft hat seinen Vorjahresumsatz zum Fest bei weitem nicht erreicht.

Wenn wir das Weihnachtsgeschäft unter die Lupe nehmen und danach forschen, welche Artikel bei uns die lebhafteste Nachfrage hatten, so werden wir wohl einstimmig erfahren, daß Herrenarmbanduhren in mittlerer

Preislage — etwa 20 bis 35 RM — den größten Erfolg hatten. Überhaupt hat der Uhrenumsatz zugenommen. Auch Damenarmbanduhren in Dublee wurden gut verkauft. Die Taschenuhren haben wiederum an Bedeutung eingebüßt, nur billigste Taschenuhren wurden abgesetzt.

Wecker — und nicht etwa die billigen — waren als praktische Geschenke recht begehrt. Über Stiluhren sind die Meinungen geteilt: hier gut, dort weniger gut. Die große Enttäuschung waren fast überall die Tischuhren! Nach dem vielversprechenden Anlauf das ganze Jahr hindurch hat mancher Kollege sich veranlaßt gefühlt, ein besonders reichhaltiges Lager zur Schau zu halten und ist nun durch den geringen Absatz sehr enttäuscht worden. In Landkreisen haben die Wanduhren noch immer nicht ihre Beliebtheit eingebüßt. Im letzten Jahr hat der Umsatz hierin unbedingt zugenommen, was auch vor dem Weihnachtsfest zum Ausdruck gekommen ist.

In vorsorglicher Weise wurden die größeren Käufe schon einige Zeit vor dem Fest abgeschlossen. Die letzten Tage haben daher den größten Umsatz im Schmuck zu verzeichnen, bei dem vorwiegend die Durchschnittsqualitäten verlangt wurden. Ringe sind es besonders, die die Gunst des Publikums errungen haben, Kolliers erfreuen sich der gleichen Wertschätzung. Sehr gut haben sich auch die Römerreifen verkauft, denen die Ansaßbänder für Armbanduhren nicht viel nachstanden. Es scheint, als ob den Ansaßbändern bei manchen Kollegen nicht gebührende Beachtung geschenkt wird, und daß bei wirksamer Reklame hier noch viel Erfolg zu verzeichnen wäre. Ohringe, Manschettenknöpfe und andere Kleinigkeiten — bei denen vielleicht Clips auszuschalten wären — sind auch in ansehnlicher Zahl verkauft worden. Bernstein hat sich weiterhin gut behauptet. In manchen Geschäften hat der Umsatz in Bernstein-Artikeln 25% des gesamten Schmuckumsatzes ausgemacht.

Merkwürdigerweise wird häufig über das nicht günstig verlaufene Besteckgeschäft geklagt. Nur wenige große Geschäfte können in diesem Artikel über befriedigende Umsätze berichten. Welche Umstände hierbei mitspielen, läßt sich nicht ohne weiteres beurteilen. In einigen Fällen ist es die Errichtung einer großen Fabrikfiliale, aber oft auch müssen andere Gründe ausschlaggebend gewesen sein.