



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

60. JAHRGANG

BERLIN NW 7, 15. FEBRUAR 1935

NUMMER 8

25 % Mehrumsatz im Dezember 1934

Der Umsatzverlust von 1931 bis auf 7% wieder aufgeholt — Der Erfolg der Gemeinschaftswerbung in Zahlen — Rückkehr der Warenhauskäufer zum Fachgeschäft?

An dem Betriebsvergleich, den der Zentralverband der Deutschen Uhrmacher gemeinsam mit der Forschungsstelle für den Handel, Berlin, für die Uhrenfachgeschäfte durchführt, beteiligen sich kleine, mittlere und einige größere Betriebe in den verschiedensten Gegenden des Reiches, so daß die gewonnenen Zahlen ein gutes Durchschnittsbild von der Lage im Uhrenfachhandel geben. Da die Beteiligung an diesem wertvollen Betriebsvergleich kostenlos ist und die absolute Gewähr für Geheimhaltung der gemeldeten Zahlen besteht, kann jedem Uhrmacher nur geraten werden, sich auch an dem Betriebsvergleich zu beteiligen.

Besonders interessant ist das jetzt für Dezember 1934 vorliegende Ergebnis. Die absoluten Umsätze schwanken zwischen 300 RM bis etwa 30000 RM, je nach Größe des Geschäftes, woraus sich auch wieder ergibt, daß die verschiedensten Betriebe sich an diesem Vergleich beteiligen. Die Umsatzsteigerung gegenüber Dezember 1933 beträgt genau 25%. Die Dezember-Umsätze sind also um ein Viertel höher gewesen als 1933. Für das Gesamtjahr 1934 ergibt sich eine Umsatzsteigerung von rund 22%. Diese Umsatzsteigerung ist um so bemerkenswerter, als das Ergebnis für den Gesamteinzelhandel bei weitem nicht so günstig liegt. Die von der Forschungsstelle für den Handel ermittelte Umsatzsteigerung im Gesamteinzelhandel liegt im Dezember nur bei 6% gegenüber dem Jahre 1933. Aus der nachstehenden Übersicht ergibt sich, daß die Uhrmacher besser als andere Einzelhändler abgeschnitten haben:

Handelszweig ¹⁾	Umsatz Dezember 1934 gegenüber Dezember 1933
Schuhe	— 11,0 %
Lebensmittel	+ 3,4 %
Haus- und Küchengeräte	+ 4,5 %
Einheitspreisgeschäfte	+ 7,7 %
Bekleidung und Wäsche	+ 8,8 %
Drogen	+ 9,0 %
Blumen	+ 15,0 %
Glas und Porzellan	+ 18,5 %
Uhrmacher	+ 25,0 %

1) Für alle Handelszweige liegen die Zahlen noch nicht vor.

Die Forschungsstelle für den Handel führt dieses günstige Ergebnis auf die große Gemeinschaftswerbung des Uhrengewerbes zurück.

Das Jahresergebnis

Der Einzelhandel mit Uhren, Gold- und Silberwaren steht hinsichtlich der Umsatzgewinne im Jahre 1934 gegenüber 1933 im Vergleich zu allen anderen Einzelhandelszweigen mit in der vordersten Reihe, zumal wenn man berücksichtigt, daß Vergünstigungen, wie sie anderen Zweigen des Einzelhandels durch Ehesandsdarlehen, Bedarfsdeckungsscheine usw. im Jahre 1934 direkt zugute kamen, sich auf den Uhrenhandel nur indirekt und wohl nur in geringem Maße auswirken konnten.

Im Durchschnitt des Jahres 1934 konnte eine Steigerung der Umsätze (Ladengeschäft und Reparatur) um mehr als ein Fünftel (21,1%) erreicht werden, wovon der Umsatz des Ladengeschäfts mit + 24,1% noch etwas günstiger lag. Darüber hinausgehende Umsatzzunahmen wiesen nur die Möbelfachgeschäfte, die Geschäfte für Elektro- und Beleuchtungsgeräte und der Kraftfahrzeughandel auf.

Mit diesem Ergebnis konnte der größte Teil der Umsatzverluste, von denen der Uhrmacherhandel seit dem Jahre 1931 betroffen wurde, wieder aufgeholt werden. Die Umsätze (Verkäufe und Reparaturen) blieben nur noch um 7% hinter denen des Jahres 1931 zurück. Die Umsatzmengen mögen 1934 sogar größer gewesen sein als 1931, da das Preisniveau für Uhren, Gold- und Silberwaren im Berichtsjahr sicher um wesentlich mehr als 7% niedriger lag als 1931. Der Index der Großhandelspreise für Uhren lag nach den Ermittlungen des Statistischen Reichsamtes im Jahre 1931 bei 157,2 und im Jahre 1934 bei 122,7.

Sind das die Warenhauskäufer?

Die Untersuchung über die Käuferzahl im Monat Dezember 1934 ergab, daß die Umsatzsteigerung in erster Linie auf die Kunden zurückzuführen war, die billige Preislagen bevorzugen. Gerade die Geschäfte, die sich in der Hauptsache auf die kurante Ware eingestellt haben, schnitten günstig ab. Die Umsatzsteigerung war also nicht nur auf den Verkauf besserer Preislagen zurückzuführen,