

6,90 RM zu 3,90 RM im Vorjahre. Andere Schmuckarmbänder gingen auch besser, allerdings keine merklichen Durchschnittssteigerungen. Halsketten, Kolliers mit Anhänger und Bogenkolliers gingen ziemlich gleich stark wie im Vorjahre, auch anteilmäßig. Doch das eigentlich von der Schmuckindustrie in diesem Jahre stark vernachlässigte Bogenkollier hätte am besten abgeschnitten, wenn hier nur genügend schöne Muster vorhanden gewesen wären. Das Kollier mit Anhänger konnte sich noch nicht recht durchsetzen, obwohl wir gezwungen waren, es aus vorstehenden Gründen in den Vordergrund zu rücken.

Herrenartikel wie Manschettenknöpfe, Uhrketten, Hängeketten, Eluis usw. gingen schwach. Am besten schnitten hier noch die ersten drei genannten Artikel ab, da der Durchschnitt gehoben werden konnte.

Trauringe gingen schwächer, dieses liegt wohl aber daran, daß diese im Sommer, durch das Verkaufsverbot für bessere Ringe, stark gegangen sind. Mein Durchschnitt ist allerdings zum Vorjahre nicht sehr zurückgegangen. 1936 24 RM (1935 25 RM).

Bemerken möchte ich noch, daß diesen Zahlen nur der Dezember zugrunde liegt. Der November war ja verhältnismäßig schwach. Bemerkenswert ist noch, daß in diesem Jahre die Haupteinkäufe nicht auf die letzten Tage fielen. Bisher war immer der 24. 12. der beste Tag, diesmal kommt er erst an vierter Stelle. An erster Stelle steht der 23. 12., zweiter Stelle 20. 12. (Goldener Sonntag), dritter Stelle 13. 12. (Silberner Sonntag), vierter Stelle 21. 12., fünfter Stelle 15. 12. und an sechster Stelle der 24. 12.

Das Gesamtjahresergebnis ist sogar um 34 % besser als 1935, ein Zeichen dafür, daß es doch allgemein besser wird.“

Hören wir nun, was uns der rührige Obermeister George aus seinem Bezirk der Breslauer Innung berichten kann! In seiner kurzen, aber eindringlichen Art, macht er über das Weihnachtsgeschäft seiner Berufskameraden folgende Angaben:

Ein Betrieb in einer Provinzstadt, 12000 Einwohner. Umsatz wie 1935. Armbanduhren bis 20 RM. Billige Goldwaren. Reparaturen schleppend. Versandhäuser sind sehr schädigend, da am Ort viel Beamte, die nach Katalog fast nur dort kaufen. Aussichten für 1937 hoffentlich nicht schlechter.

Geschäft Groß-Breslau, Hauptgeschäftsstraße. Weihnachtsgeschäft befriedigend. Bessere Uhren verkauft. Beeinflussung der Versandhausangebote billigster Ware war oft zu spüren. Reparaturgeschäft unverändert. Aussichten für 1937 werden günstig beurteilt.

Betrieb Groß-Breslau, Mittelgeschäftsgegend. Geschäft war erste Hälfte 1936 sehr schwach, hat dann aber aufgeholt. Verkauf der Ware in billiger Preislage, nicht billigster. Hausuhren und Holzwecker sind gar nicht abzusetzen (dieser Betrieb hatte ein großes Hausuhrgeschäft). Reparaturen schwach. Die Aussichten für 1937 werden bei zunehmender Kaufkraft als günstig bezeichnet.

Kleiner Betrieb Breslau, Vorstadt. Umsatz unverändert. Versandgeschäfte sind sehr schädigend. Verkauft wurden in der Hauptsache billige Uhren bis 12 RM. Tischuhren wurden bessere Stücke umgesetzt. Schmuck sehr wenig. Reparaturen wenig.

Betrieb in Kreisstadt, 40000 Einwohner. Erste Hälfte 1936 sehr schlecht, dann wurde es besser. Weihnachtsumsatz war 30 % höher als im Vorjahr. Gekauft wurden wieder bessere Stücke. Reparaturen genügend. Aussichten für 1937 werden als gut bezeichnet. Erstes

Geschäft am Platze. Der Ort hat wieder viel Militär bekommen. Der Inhaber hat selbst Werbung betrieben und auch das Werbematerial der Alpina verwandt. Nur dieser Werbung schreibt er den Erfolg zu. Geklagt wird über die viele unverkäufliche Ware. Beim Weihnachtsverkauf sind in der Hauptsache die neu bezogenen Waren verkauft worden.

Betrieb in einer Kleinstadt, 5000 Einwohner. Umsatz unverändert. Käufe wertmäßig etwas gestiegen. Die Versandhäuser mit ihren Prachtkatalogen wirken sehr schädigend. Der schnelle Wechsel der Muster wirkt sich für den Kleinstadtuhrmacher nicht günstig aus. Reparaturen genügend. Aussichten für 1937 werden günstig erhofft.

Betrieb Groß-Breslau, Hauptgeschäftsgegend. Umsatz 8 %. Das Weihnachtsgeschäft 12 % besser als im Vorjahre. Verkauft wurden hauptsächlich bessere Tischuhren, Armbanduhren bis 25 RM und dann wieder über 50 RM Plaque-Herrenuhren, Savonnet. Hausuhren und Hängeuhren wurden fast gar nicht verkauft. Küchenuhren gut in der Preislage 10 – 12 RM. Reparaturen gut.

Betrieb Breslau, Vorstadt. Umsatz etwas höher. Auch Weihnachtsgeschäft etwas besser als im Vorjahre. Reparaturen genügend.

Im allgemeinen ist ein leichter Aufstieg zu verzeichnen, jedoch sind die Unkosten, welche an jeden herantreten, zu hoch, um von einer Rentabilität sprechen zu können. Dies trifft auf fast alle Vorstadtgeschäfte der Großstadt zu.

Recht schädigend für unser Gewerbe wirken sich noch die Hausierer mit Uhren, auch Taschen- und Armbanduhren, auf Teilzahlung, aus. Da werden Uhren im Betrage von 50 RM selbst an Erwerbslose mit einer wöchentlichen Teilzahlung von 50 Pf. verkauft. Daß dieses Geschäft trotzdem nicht schlecht sein kann, geht daraus hervor, daß ein solcher Unternehmer, der vor einigen Jahren angefangen hatte, sich in einem vornehmen Villenteil eine Villa gebaut hat.

Die schon im Vorjahr bemängelte Einstellung des Publikums, nur in der Innenstadt zu kaufen, war auch in diesem Jahr wieder festzustellen. Durch die riesenhafte Leuchtreklame und Aufmachung der Waren- und Kaufhäuser wird das Publikum eben in diese Gegenden gelockt.

Aus dem Norden des Reiches – aus Kiel – gibt uns Obermeister Blank folgendes Bild:

„Gangbarer Artikel: Herren- und Damen-Armbanduhren mittlerer und besserer Qualität. Billige Waren fast nicht gefragt; Taschenuhren loter Artikel, auch in den billigsten Uhren wenig gefragt. Tischuhren: Geschäft hier mäßig – wohl infolge des Hausierhandels –, wenn schon, dann Qualitätsware. Wecker und Stuhren guter Absatz, jedoch nur Qualitätsware gefordert. Eine Qualitätssteigerung ist auf der ganzen Linie festzustellen. Goldwaren mäßiges Geschäft.“

Dezember Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahre 20 bis 40 %; Gesamtumsatzsteigerung des Jahresumsatzes durchschnittlich 10 bis 20 %. Es sind allerdings auch Geschäfte da, welche nur die Umsätze des Vorjahres erreicht haben. Kleinere Geschäfte mit Arbeiterkundschaft hatten die größte Umsatzsteigerung.“

Damit können wir befriedigt unsere Berichterstattung über „Weihnachten 1936“ abschließen. Solche Angaben sind für das ganze Fach wertvoll, da sie allein einen tieferen Einblick in das Geschäft geben.

Wir wünschen Ihnen weiter so gute Erfolge! (I/1251)