

Das kommende Weihnachtsgeschäft.

In vergangenen Jahren war das Weihnachtsgeschäft jedesmal der Gipfelpunkt des kaufmännischen Lebens. War das Weihnachtsgeschäft gut, dann gab es eine gute Bilanz. Sonst war das Jahr verloren. Der Geschäftsmann kaufte für Weihnachten ein und hielt für die Weihnachtszeit seine besten Reserven zurück. Im Weihnachtsgeschäft mußte die Masse den Gewinn bringen. Die Konkurrenz war drückend, im Preis sowohl wie in der Qualität, und wer da nicht unbedingt Schritt halten konnte, blieb als wirtschaftliche Leiche liegen.

Heuer ist das Weihnachtsgeschäft anders orientiert. Von dem erdrückenden Warenangebot der letzten Friedensjahre ist auf keinem Gebiet etwas zu merken. Galt es früher, das Beste in der reichsten Auswahl vorlegen zu können, so genügt es diesmal, überhaupt Ware zu haben. Und es ist nicht so einfach, zur Ware zu kommen. Besondere Kriessmaßnahmen haben in einzelnen Industrien die Erzeugung eingeschränkt, um mit den Materialien hauszuhalten. In anderen Industrien wäre die Erzeugung frei. Aber es fehlt an Arbeitern, um große Vorräte vorzubereiten. Fabrikanten und Zwischenhändler, die früher den Detailkaufmann gegen langfristige Kredite mit Waren überschütteten, sind jetzt sehr zurückhaltend. Der Kaufmann, der heute ein großes Schaufenster mit hübschen Dingen füllen will, muß Stück für Stück bar bezahlen. Da schafft man, auch wenn alles ohne Schwierigkeiten und im Überfluß zu haben wäre, sehr vorsichtig an, wägt bei jedem Stück Verkaufsmöglichkeiten und Gewinnchancen. Und da es der Konkurrent von nebenan oder gegenüber genau so tut, gibt sich niemand übertriebene Mühe, den Käufern durch ein reiches Warenlager zu imponieren, trachtet

niemand mehr, durch besonderen Glanz blenden zu wollen. Man kauft soviel zusammen, als das Geschäftskapital erlaubt und man mit gutem Nutzen anzubringen glaubt. Darüber geht man nicht hinaus, um so mehr als man weiß, daß die Käufer ausgehungert sind.

Diese Verhältnisse bedingen es, daß das kommende Weihnachtsgeschäft in der Hauptsache, soweit es sich um die Weihnachtskäufe der breiten Schichten handelt, ein reines Zweckmäßigkeitsgeschäft sein wird. Was zum Bedarf des täglichen Lebens gehört, wird jetzt schon fast gekauft und wird bis über den Neujahrstag hinaus stark eingekauft werden. Es fehlt aber auch hier überall der besondere Weihnachtszuschnitt. Wer heute in der Innern Stadt oder in der Mariabühlstraße aufmerksam die Schaufenster betrachtet, der findet, daß die Weihnachtshinweise, unter anderen die Bezeichnung „Weihnachtsoffasion“, viel seltener sind als früher. Auch der hübsche Weihnachtsausputz fehlt vielfach. Die Waren liegen geschmackvoll geordnet in den Fenstern. Das Lockmittel bilden heute große Preistafeln, die heuer auch bessere Geschäfte anzubringen nicht verschmähen. Weiß man doch, daß das große Publikum über wenig Geld verfügt, daß die Mittelstandshaushaltungen, die früher für Weihnachtseinkäufe etwas erübrigen konnten, infolge der Teuerung nichts erspart haben. Man weiß auch, daß das Publikum über die Teuerung auf allen Gebieten tief verstimmt ist, daß gar mancher einen dringenden Einkauf ausschiebt, weil er unangenehme Ueberraschungen befürchtet, wenn er in einem Laden nach dem Preis fragt. So sucht man den Käufern entgegenzukommen, indem man die Preise groß anschreibt. Wenn man sonst irgendwo noch andere Anschreibungen sieht, dann handelt es sich meist um die Anpreisung von Liebesgaben, deren Einkauf heuer, wie schon im Vorjahr, einen besonderen Teil des Weihnachtsgeschäftes bildet. Sonst sind noch in den Küchengeräthandlungen Anschreibungen zu sehen, die Ersatzstücke für die dem Kriegsmetall zum Opfer gefallenen Geräte empfehlen. Schließlich fehlt nicht die Spielwarenindustrie, ohne die ein wirkliches Weihnachtsgeschäft undenkbar ist. Auch sie hat diesmal ihren Kriegszuschnitt. Es wimmelt von Kinderkanonen und Kindergewehren, Säbeln und Tschakos, Lazarettzügen und roten Kreuzspitalern.

Stärker als sonst scheint der Handel mit kostbaren Nippes und verfeinertem Hausrat vertreten zu sein. Eine ganze Reihe solcher neuer Geschäfte ist in der letzten Zeit entstanden. Sie rechnen mit den neuen Schichten derer, die im Krieg zu Wohlstand kamen, mit den „neuen Millionären“, und scheinen dabei gut auf ihre Rechnung zu kommen. Auffallend ist auch der Aufschwung des Juwelengeschäftes, der in den letzten Monaten zu verzeichnen war und um die Weihnachtszeit seinen Höhepunkt erreichen dürfte. Nicht zu übersehen ist, daß trotz Verteuerung des Goldwertes um mehr als ein Drittel die neuen Goldjuwelen eine Tendenz zur Massivität zeigen. Ring- und Kettengold werden dicker geformt als früher, Boutons und Kolliers sind massiver geworden. Daneben gibt die Erzeugung von Kriegsfürsorgeartikeln aus Edelmateriale dem Juwelenhandel noch immer Verdienst.

Stark ist auch die Nachfrage nach Pelzwerk. Im Sommer hatte sich der Pelzhandel schon darauf vorbereitet, billig verlaufen zu müssen. Das Gegenteil ist eingetreten. Die Preise sind gestiegen und die Nachfrage dauert fort.

Die Hauptsache bleibt aber doch das Geschäft mit Massenartikeln. Fehlt auch hier der gewohnte Schwung, werden vielleicht auch die gewohnten Riesenumsätze ausbleiben, die Kaufleute werden gleichwohl auf ihre Kosten kommen.