

tischen Gründen zweckmäßig in ein Kunden- und ein Lieferer-Kontokorrent und sollte allgemein von der Buchform zu dem bedeutende Vorteile bietenden Kartensystem übergehen. Diese Kontokorrentkarten im Format von etwa 16:21 cm sind in der Mitte geteilt und haben wie das Buch mit dem Soll- und Habensfolio links eine Soll- und rechts eine Habenseite. Am oberen Rande tragen sie einen schmalen Streifen mit den Monatszahlen I. II. III. und daran anschließend den Zahlen für die 31 Tage, also 1, 2, 3, 4 usw. Kleine Metallklammern, sog. Reiter mit verschiedenfarbigen Köpfen, deren verschiedene Farbe jeweils eine verschiedene Bedeutung hat, z. B. rot: »fällig«, blau: »verklagt« usw., werden an der Stelle aufgesteckt, auf die sie hinweisen sollen. Je ein roter Reiter auf 1 und 15 bedeutet demnach, daß ein Betrag des betr. Kontos am 15. 1. fällig ist. Diese Kontokorrentkarten, die in jeder größeren Schreibwarenhandlung in verschiedenster Art für die einzelnen Bedürfnisse zu haben sind, werden in Holzkästen aufbewahrt, besondere Leitkarten mit den Buchstaben des ABC erleichtern das Auffinden und das Einsteden. Es ist zweckmäßig, wenn man für Schuldner und Gläubiger verschieden gefärbte Karten wählt, vielleicht grau und gelb. Eine sorgsame Pflege des Kontokorrents ist von größter Wichtigkeit, denn hier laufen viele Fäden von außen her und nach außen hin zusammen. Ein ordentlich geführtes Kontokorrent erspart viel Ärger, Schreibereien und Verstimmungen zwischen dem Geschäft und den Kunden sowohl wie den Lieferanten. Der Übertrag der Posten von den Grundbüchern auf das Kontokorrent sollte in möglichst kurzen Zwischenräumen erfolgen, damit die Arbeiten nicht allzu sehr anwachsen und ruhig in gleichem Tempo erledigt werden können. Die Buchung der eingehenden Waren kann in der Weise geschehen, daß man die Fakturen zunächst ins Einkaufsbuch einträgt und die Posten des Einkaufsbuches aufs Kontokorrent überträgt. Man kann auch so verfahren, daß man von der Faktur aus gleich ins Einkaufsbuch und das Kontokorrent überträgt. In Betrieben mit wenig Lieferanten kann das Einkaufsbuch unter Umständen auch ganz weggelassen, aber man sollte dies nie ohne Not tun, denn das Einkaufsbuch stellt immerhin eine wertvolle Kontrolle für die Buchung im Kontokorrent dar. Wenn man die Buchung direkt von der Faktur auf Einkaufsbuch und Kontokorrent vornimmt, empfiehlt sich ein Stempel, der gleichzeitig auch Angaben über die Richtigkeit der Faktur und den Tage des Eingangs enthalten kann, etwa so:

richtig
Eingang . . . . .
not. V. B. . . . .
not. R. R. . . . .

Hiermit habe ich eine einfache Buchhaltung skizziert, wie sie, wenn einwandfrei geführt, für ein mittleres Kunstfortiment gerade eben noch ausreicht. Bei größeren Betrieben ist indessen die Einrichtung der doppelten Buchhaltung unerlässlich. Leider bleibt es hier meist bei Ansätzen, und die halb einfache, halb doppelte Buchhaltung bietet meist ein trauriges Bild dar. Wo man sich mit der Absicht trägt, die doppelte Buchhaltung im Geschäftsbetrieb einzuführen, aber nicht über die nötige Zeit verfügt, dies allein in einwandfreier Weise zu bewerkstelligen, übertrage man diese Arbeit einem tüchtigen Bücherrevisor, wie er in jeder größeren Stadt zu finden ist, begleite aber seine Arbeiten, lasse sich die einzelnen Buchungen und Übertragungen erklären und führe dann das Begonnene folgerichtig durch. Abschlußarbeiten kann ja, wenn es an Zeit und Kraft gebricht, wieder ein Bücherrevisor oder ein tüchtiger Buchhalter, den man für diese Arbeiten leicht bekommen kann, erledigen. Die Hauptsache ist aber immer, das Begonnene durchzuführen, und es ist wirklich nicht so ungeheuer viel, wenn man die anfallenden Arbeiten regelmäßig in möglichst kurzen Zwischenräumen erledigt, so daß sie nicht überhandnehmen. Der Zeitpunkt, an dem am zweckmäßigsten vom einfachen zum doppelten System übergegangen wird, ist nach der Bilanz. Benötigt werden hierzu lediglich zwei weitere Bücher, das Journal und das Hauptbuch. Die doppelte Buchhaltung läßt sich für das

Kunstfortiment ziemlich einfach gestalten. Die Endsummen des Einkaufsbuches wandern am Ende eines jeden Monats als »Waren an Gläubiger« ins Journal, die Endsummen des Verkaufsbuches als »Schuldner an Waren« ebenfalls ins Journal. Die Posten des Kassenbuchs gehen, soweit sie Barverkäufe sind, unter »Kasse an Waren«, soweit Zahlungen von Kunden an uns, als »Kasse an Schuldner«, wo wir an Lieferer zahlen, als »Gläubiger an Kasse« ins Journal. Von hier aus erfolgt die Übertragung ins Hauptbuch, ebenfalls allmonatlich. Für ein Kunstfortiment kommen folgende Hauptbuchkonten in Frage: Kassenkonto, Warenkonto (unter Umständen zerlegt in Kunstblätter, Graphik, Gemälde, Rahmen, Skulpturenkonto), Gläubigerkonto, Schuldnerkonto, Wechselkonto. Jeder Journalposten ergibt zwei Hauptbuchposten. Beispiel: Wir zahlen an Hanfstaengl M 500.—; der Buchungsgang ist dann folgender: 1. Kassenbuch, 2. Kontokorrent, 3. Journal: »Gläubiger soll an Kasse«, 4. Hauptbuch:

Gläubigerkonto		S.	H.
per Kassenkonto		M 500.—	
Kassenkonto		S.	H.
an Gläubigerkonto (Hanfstaengl)			M 500.—

Doch stellen diese buchhalterischen Forderungen nicht eigentlich das dar, was mir hier unter Organisation vorschwebt. Ich verstehe hierunter in diesem Zusammenhange vielmehr alle jene vielen kleinen praktischen Einrichtungen und Ordnungsregeln, die, richtig, großzügig und nicht schulmeisterlich angewandt, einem Geschäftsbetrieb erst das rechte feste Gefüge verleihen. Da ist zunächst die Frage: wie erhalte und erweitere ich meinen Kundenstamm und wie mache ich meinen Kundenstamm dem Geschäfte nutzbringend. Zunächst ist hier von Wert, die Namen aller Kunden übersichtlich festzulegen. Dies geschieht am zweckmäßigsten und zuverlässigsten durch Karten, die ebenfalls in einem Kasten zu einer Kundenkartei zusammengestellt und aufbewahrt werden. Man wähle hierzu einen glatten, zähen Karton und als Format etwa 12:16 cm. Leitkarten A—F, G—K, L—R, S—Z erleichtern das Einsteden und Auffinden. Die Karte enthält Zu- und Vornamen des Kunden, Beruf und Stand, Wohnort und Straße, dann, wofür er besonderes Interesse hat, und wenn mit ihm ein größeres Geschäft gemacht worden ist, auch eine kurze hierauf bezügliche Bemerkung, etwa so:

Winterberger, Karl Fabrikbesitzer Frankfurt a. M. Gutleutstraße. Interesse für: Graphik, Klinger, Thoma, engl. Graphiker. Kaufte am 4. 3. 1915: 10 Brangwynblätter.
--

Diese Kartei darf natürlich nicht tot lagern. Sie muß für das Geschäft arbeiten. Der Kunde muß beim Kunsthandel viel mehr als beim Buchhandel fortwährend bearbeitet und immer wieder an seine alte Bezugsquelle erinnert werden. Dies ist eine Tatsache und eine Forderung, die nicht genug betont werden kann. Daran franken sehr viele Kunstfortimente, daß sie ihre Kunden aus den Augen verlieren. Mindestens alle Vierteljahre sollte allen Kunden ein Prospekt, ein kleiner Katalog oder eine der neuerdings aufgekommenen recht brauchbaren periodischen, zeitschriftenartigen Verlegerdrucksachen zugesandt werden. Meist wird es sich auch bezahlt machen, wenn das Sortiment selbst alle Vierteljahre ein zeitschriftenähnliches Verzeichnis mit Abbildungen jener Kunstblätter oder Kunstgegenstände, für die es selbst besonderes Interesse hat oder aber bei der Mehrzahl seiner Kunden voraussetzt, an die Kundschaft versendet. Sehr wichtig ist es, an besonders wertvolle Kunden oder solche mit besonderen Interessen in kürzeren Zeitabständen Sonderankündigungen über einzelne Werke zu senden; auch die briefliche Bearbeitung ausgewählter Adressen hat sich noch immer als gewinnbringend erwiesen. Mißerfolge