

nicht nur die festen, sondern auch die Ansichtsendungen. Dafür ist in der letzten Spalte die Möglichkeit zur Eintragung der letzteren usw. gegeben. In einer Spalte sind schließlich noch die Nettoposten einzusetzen, da auch diese eine Minderung des Lagers verursachen; doch müssen diese ordinär und netto eingesetzt werden, da alle Ausgänge in diesem Buch ordinär eingetragen sind und bei Prüfungen des Lagers auf Grund der Statistik sonst ein ganz falsches Bild herauskommen würde. Ich bemerke noch, daß wir unsere Rechnungen sämtlich mit einem Durchschlag aus-schreiben, damit jederzeit jede Mitteilung und die Lieferung nach-zuweisen sind. Auch der Durchschlag erhält ebenso wie das Original das Buchungszeichen. Die Durchschläge der ausgehenden Rech-nungen werden alphabetisch in besonderen Ordnern aufbewahrt.

Stellen wir die monatlichen Ergebnisse des Wareneingangs und Warenausgangs immer für 2 Jahre in einer Liste zusammen, so erhalten wir einen sehr interessanten Überblick über den Lauf und die Entwicklung des Geschäftes. Eine derartige Zusammen-stellung würde folgendermaßen aussehen:

Inventurbestand am 1. Januar 1925 R. ...		1. " 1926 R. ...		Prozentsatz 1925 %	
Monat	Eingang 1925 1926	Ausgang 1925 1926	Prozent- satz	Bestellungen 1925 1926	
Jan.			34		
Febr.			33 1/3		

Mit Hilfe unserer Warenstatistik können wir jederzeit feststellen, wie groß das Lager zu einem bestimmten Zeitpunkt ist; wir können sogar feststellen, ob es durch Diebstahl oder andere Ursachen irgendwelche Verluste gehabt hat. Dafür folgendes Beispiel:

Abteilung Medizin.

Lagerbestand am 1. 1. 1925 . . .	M 1 500.— netto =	M 2 250.— ord.
Wareneingang vom 1. 1. 25 bis 31. 12. 25	M 4 000.— netto	
dazu Gewinn 50% vom Netto- preis (= 33 1/3% Rabatt)	M 2 000.—	M 6 000.— ord.
	Zusammen	M 8 250.— ord.
Hier von ab die tatsächlich erzielten Einnahmen	ord. M 5 800.—	
Zuzüglich Differenz durch Netto- abgabe, Herabsetzung von Preisen u. w.	ord. (!) M 90.—	M 5 890.— ord.
Mithin müßte ein Warenbestand vorhanden sei von		M 2 360.— ord.
Es ist bei der Inventur jedoch nur ein solcher von M 1920.— festgestellt; also M 440.— weniger.		
Der oben errechnete Brutto- gewinn (Rabatt) von	M 2 000.—	
vermindert sich daher um diese . . .	M 440.—	= M 1 560.—
Wareneingang wie oben	M 4 000.—	
Tatsächlicher Bruttogewinn (Rabatt)	" 1 560.—	
Mithin wirklich festgestellter Verkaufswert	M 5 560.—	

Bei diesem Ordinärpreis sind also, wie die Zahlen ergeben, statt 33 1/3% Rabatt nur 28% Rabatt erzielt (1560.— : 55.6 = 28.06). Wir kommen somit zu dem Ergebnis, daß wir allein in der Abteilung Medizin einen Verlust von über 5% im Jahre 1925 gehabt haben, und es ist unsere Sache, zu ermitteln, wie das möglich war, und wie es künftig zu vermeiden ist.

Der oben gewählte Rabattsatz von 33 1/3% ist hier nur wegen der glatten Rechnung angenommen, da er bei Spezialgeschäften natürlich günstiger ist.

In der gleichen Weise läßt sich eine Kontrolle bei allen Grup-pen und so für den ganzen Betrieb durchführen. Grundlage dafür ist aber eine gewissenhafte Nettoauszeichnung jedes Stücks und das Buchen von Preisherabsetzungen, Geschenken, Nettoverkäufen usw. zum Ordinär- und Nettopreis im Verlustbuch. Vorausset-zung ist weiter für eine Feststellung, die auf den Pfennig genau

stimmen soll, der immer gleiche Rabattsatz, weil bei verschiedenem Rabatt in einer Gruppe das Ergebnis kein unbedingt genaues, sondern nur ein ungefähres ist.

Eine große Bedeutung haben die dem Geschäft erwachsenden **Unkosten.**

Wenn in großen Geschäften unbedingt erforderlich, so ist es in mittleren durchaus empfehlenswert, für jedes Jahr einen Unkostenetat im voraus festzusetzen. Eine Geschäftsstatistik ohne Berücksichtigung der Unkosten ist überhaupt nicht denkbar; denn nur die Statistik, bzw. die daraus sich ergebenden Lehren können uns davor bewahren, daß uns die Unkosten über den Kopf wachsen.

Die Gehaltstatistik

muß uns durch Vergleich mit dem Umsatz früherer Jahre sagen, ob wir die Zahl der Angestellten vermehren oder verringern müssen, welche Posten zusammengelegt werden, welche ganz ein-gehen müssen oder welche Unterstützung brauchen und in welchem Alter, zu welcher Gehaltsstufe dieses geschehen kann.

Die Werbestatistik

muß uns durch Vergleich mit dem Umsatz sagen, ob unsere Werbung richtig ist, ob wir sie weiter so betreiben können, wofür wir werben müssen, ob wir mehr oder weniger inserieren dürfen usw.

Da dieser Kursus zum größten Teil die Werbung behandelt, kann ich mich zur Organisation der Werbung jetzt nicht äußern. Ich kann mich jedoch nicht enthalten, mit Nachdruck zu sagen, daß jedes Geschäft seine Werbestelle haben sollte. Diese ist je nach dem Umfang der Firma klein oder groß, hat einen neben- oder hauptamtlichen Leiter, welcher der Chef oder irgendeine andere Vertrauensperson sein kann. Bedingung ist nur, daß dieser Person alles zugänglich ist, ja ihr alles vorgelegt werden muß. Sie muß sowohl aus den Kassenzetteln, wie auch aus dem Bestellsbuch den Bedarf des Tages wissen und die Stellen kennen lernen, welche gerade die schwache Seite des Publikums bilden, an der anzupacken ist. Wo das nicht geschieht, da ist die Werbung tot und erfolglos.

Sie muß um das Kundenregister und die Kartothek besorgt sein und darf nicht nur das Börsenblatt, sondern muß auch die Bücherbesprechungen in den Monatsheften, Tageszeitungen und Literaturzeitschriften lesen, die häufig genug gute Fingerzeige bieten.

Für mittlere und große Geschäfte ist unbedingt eine Brief-kontrolle erforderlich. Soweit die Eingänge nicht sofort in den Papierkorb kommen, erhalten sie Eingangsdatum und laufende Nummer, mit der sie kurz nur mit dem Namen in ein Buch ein-getragen werden. Die Eintragung genügt mit Kopierstift. Hinter die Eintragung kommt der Buchstabe des Bearbeiters und hier hinter wieder das Datum der Erledigung und gegebenenfalls die Nummer des Briefausgangsbuches. Die Briefkontrolle habe ich in meinem Betriebe bedeutend vereinfacht. Jeder Angestellte be-sitzt einen weißen Aktendedel, auf dem mit Farbstift die Anzahl der ihm zur Erledigung übergebenen Schriftstücke untereinander lediglich mit laufenden Nummern vermerkt wird. Jede Nummer auf dem Aktendedel stellt also einen Prospekt, einen Brief, einen Transportzettel, kurz irgend etwas dar, das zu erledigen ist, und diese Sachen selbst erhalten mit dem gleichen Farbstift, den kein Angestellter benutzen darf, eine dieser Nummern. Unter die beim Aushändigen der Stücke zuletzt geschriebene Nummer ziehen wir einen Strich und schreiben das Datum darauf. Tag für Tag wird der Aktendedel mit den erledigten Sachen vorgelegt, deren Num-mern gestrichen werden. Die unerledigten Stücke müssen noch in dem Aktendedel liegen und können somit stets überwacht werden. Auf diese einfache Weise umgehen wir das zeitraubende Eintragen der gerade im Sortiment sehr zahlreichen Eingänge. Trotzdem haben wir dabei die unbedingt erforderliche Möglichkeit, streng zu überwachen, daß unsere Gehilfen pünktlich ihre Sachen bearbeiten, daß wir uns Ärger über späte Erledigung oder Unter-den-Tisch-fallen-Lassen ersparen, uns unsere Kunden erhalten und durch pünktliche Erledigung im Gegensatz zu anderen Firmen neue Kun-den durch Empfehlung gewinnen.