

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 25,- RM in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW 68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,27 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 0,17 RM. Die ganze Seite wird mit 255,- RM berechnet (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,7 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: A 7 Dönhoff 2425, 2426, 2427

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 42, Jahrgang 54 \* Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 \* 18. Oktober 1930

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten \* Nachdruck verboten

### Die Berechnung des Selbstkostenpreises im Uhren- und Goldwarenhandel

In einer Entgegnung auf meinen in Nr. 33 der Deutschen Uhrmacher-Zeitung d. J. veröffentlichten Aufsatz „Verkaufspreise im Uhren- und Goldwarenhandel und ihre Berechnung“ ist in trefflicher Weise dargelegt worden, daß die Berechnung des Verkaufspreises zweckmäßig über die Errechnung des Selbstkostenpreises erfolge. Es wird nach diesen Ausführungen also gefordert, erst den Selbstkostenpreis durch Einkaufspreis + Geschäftunkosten und dann den Verkaufspreis durch Selbstkostenpreis + Gewinnaufschlag zu errechnen. Dieser Weg ist unzweifelhaft der genauere, hat aber den Nachteil, daß er ziemlich kompliziert ist, wenn bei der Berechnung die Eigentümlichkeiten und die Spezialunkosten der einzelnen Waren Berücksichtigung finden sollen; nur dann erfüllt aber meiner Ansicht nach erst die gesonderte Berechnung ihren Zweck.

Ich will hier eine Berechnung der Selbstkosten darlegen. Wie ich in meinem oben angeführten Aufsatz bereits kurz erwähnte, unterliegen einzelne Warengruppen infolge der Lagerhaltung besonderen Unkosten, die andere Warengruppen nicht haben, und umgekehrt. So kommen als Kosten für Lagerhaltung in Frage: Miete und Unterhalt des Ladens, Licht, Heizung, Versicherungen usw. Regulateure und Standuhren werden mehr Raum beanspruchen als Taschen- und Armbanduhren; sie werden also im verstärkten Maße für Miete des Ladenraumes, Licht und Heizung herangezogen werden müssen. Taschen- und Armbanduhren werden wohl nur einen kleinen Raum beanspruchen, dafür aber wieder höhere Unkosten durch Warenversicherungen und Garantieleistungen erfordern. Bestecke benötigen zu geordneter Unterbringung wieder größeren Raum und vermehrte Arbeit durch die Instandhaltung und Kontrolle des Lagers. Auch die Nachbestellungen dürften bei Bestecken mehr Arbeit verursachen als bei anderen Waren, da das Nachprüfen auf vollen Bestand entweder durch Sortieren des vorhandenen Lagers oder durch genaue Buchführung vor sich gehen mußte.

Als Beispiel wollen wir annehmen, daß wir in unserm Geschäft fünf Warengruppen führen. Großuhren haben einen

Lagerwert von 5000 RM, Taschenuhren von 10 000 RM, Bestecke von 8000 RM, Gold- und Doubléwaren von 15 000 RM, Silber- und Alpakawaren von 7000 RM. Wir haben also einen Gesamtlagerwert von 45 000 RM. Wenn die Unkosten, nach der Lagerhaltung berechnet, also für Miete, Licht, Heizung, Versicherung, Verwaltungskosten usw., 9000 RM betragen, so heißt dies, daß diese Waren 20 % Unkosten infolge der Lagerhaltung tragen müssen. Es müßten also die angeführten Warengruppen mit Unkosten wie folgt belastet werden:

		RM	RM
Großuhren . . . . .	20 % von	5 000,—	= 1000,—
Taschenuhren . . . . .	20 % von	10 000,—	= 2000,—
Bestecke . . . . .	20 % von	8 000,—	= 1600,—
Gold- und Doubléwaren . . . . .	20 % von	15 000,—	= 3000,—
Silber- und Alpakawaren . . . . .	20 % von	7 000,—	= 1400,—
			<u>9000,—</u>

Dadurch sind die Unkosten in Höhe von 9000 RM für Lagerhaltung auf die einzelnen Warengruppen verteilt.

Nun muß ein Weg gefunden werden, um die noch übrigen Unkosten, die sich aus den Kosten für das Verkaufspersonal, für Verkaufsspesen, Reklame, Umsatzsteuer usw. zusammensetzen, auf die einzelnen Warengruppen umzulegen. Die Warengruppen, die den größten Umsatz haben, werden auch die meisten Kosten für Reklame, Verpackungsspesen, Verkaufspersonal und Umsatzsteuer zu tragen haben. Es liegt daher nahe, die restlichen Unkosten nach dem Umsatz der Waren zu verteilen.

Als Beispiel wollen wir wieder annehmen, der Umsatz in den fünf Warengruppen betrage 60 000 RM und zwar in Großuhren 3250 RM, in Taschenuhren 9500 RM, in Bestecken 18 000 RM, in Gold- und Doubléwaren 20 750 RM, in Silber- und Alpakawaren 8500 RM. Die restlichen Unkosten für Verkaufspersonal, Reklame und Steuer betragen ferner 6000 RM (ich wähle runde Summen, damit die Berechnung nicht unnötig kompliziert wird). Die einzelnen Läger haben somit