

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,75 RM, unter Streifband 2,10 RM. Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 19,— RM; für das Ausland unter Streifband, soweit keine Portoermäßigungen bestehen, Jahresbezugspreis 23,— RM oder in Landeswährung

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. 13, Jahrgang 55 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 28. März 1931

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Die Gefahr des „Preisabbaues“

Kalkulation ohne Grundsätze

Von Hans-Willibald Tümen

In einem Verkaufskursus des Elektro-Einzelhandels führte kürzlich einer der Vortragenden zu dem Thema „Kalkulation“ aus, daß es für einen Einzelhandelsbetrieb notwendig sei, die Werkstatt-Kalkulation auf einem durchschnittlichen Beschäftigungsgrad aufzubauen und die dadurch in den Zeiten der Hochkonjunktur entstehenden Gewinne als Reserven, also nicht als Gewinn, für Zeiten der Krise oder der Unterbeschäftigung zu betrachten. Der Vortragende erläuterte ein durchaus einleuchtendes System solcher Reservenbildungen, das die Einzelhändler in die Lage versetzen kann, auch Zeiten der Krise ohne Störungen zu überstehen. Leider wurden diese Ausführungen in einer Zeit der schwersten Wirtschaftskrise gemacht, so daß sich ein praktischer Nutzen aus dieser Reservetheorie für die augenblickliche Zeit nicht ergeben kann.

Da man ganz allgemein annehmen darf, daß in Einzelhandelsbetrieben, nicht zuletzt in den Geschäften der Uhrmacher, keine sonderlichen Reserven aus der Zeit der Hochkonjunktur mehr vorhanden sind, so wird man mit größtem Ernst die Probleme der Kalkulation in den Uhrmacherbetrieben betrachten müssen. Die Uhrmacher haben besonders stark unter den schlechten Wirtschaftsverhältnissen zu leiden, da ein großer Teil der von ihnen geführten Waren zu den Gütern gehört, bei denen in Krisenzeiten der Bedarf regelmäßig stark absinkt. Während andere Waren weniger konjunkturrempfindlich sind, z. B. Lebensmittel, gehören bessere Uhren und Schmuckartikel zu den Waren, welche die Verbraucher am ehesten entbehren zu können glauben. Zu diesem natürlichen Umsatz-Rückgang kommen dann noch die Auswirkungen der Kaufzurückhaltung, die durch die vielen Erörterungen über den Preisabbau und dergleichen hervorgerufen worden ist. Auch die Herabsetzung der Gehälter und Löhne verstärkt die Kaufunlust für entbehrlich scheinende Artikel.

Wenn nun der Uhrmacher unter diesen unerfreulichen Voraussetzungen seine Kalkulation in der Praxis nachprüft,

so wird er zunächst die Faktoren in Rechnung stellen müssen, die sein Geschäft bei der Kalkulation am stärksten beeinflussen: die Unkosten und das Lager. Bei den Unkosten wird der Uhrmacher sehr bald feststellen können, daß der überwiegende Teil der Unkosten in starrer Höhe bestehen bleiben muß. Es wird nicht möglich sein, einen größeren Teil der Unkosten entsprechend den veränderten Verhältnissen und entsprechend den Umsatzrückgängen herabzusetzen. Nach wie vor wird der Geschäftsinhaber gezwungen sein, den Verkaufs- und Werkstatt-Apparat aufrechtzuerhalten, d. h. er wird Miete, Gehälter, Licht, Heizung usw. aufbringen müssen, ohne einen entsprechenden Ausgleich in erhöhten oder gleichbleibenden Umsätzen zu finden. Nur kleinere Unkosten sind es, welche die rückläufige Bewegung der Umsätze mitmachen, d. h. sich verringern, z. B. Werkstatt-Material, Umsatzsteuer und dergleichen.

Der Uhrmacher wird daher ein prozentuales Ansteigen seiner Unkosten im Verhältnis zu den zurückgegangenen Umsätzen feststellen, und diese Tatsache müßte eigentlich zu einer Erhöhung der Kalkulation, also zu höheren Verkaufspreisen führen. Natürlich kann eine solche Konsequenz praktisch nicht gezogen werden; der Uhrmacher kann in einer Zeit, in der überall vom Preisabbau die Rede ist, seine Preise nicht erhöhen. Er würde außer der geringer werdenden Verkäuflichkeit seiner Waren auch noch Schäden in Kauf nehmen müssen, die mehr auf psychologischem Gebiete liegen. Seine Kunden würden kein Verständnis für eine solche Preispolitik aufbringen und ihn ungerechtfertigter Bereicherung verdächtigen. Der Uhrmacher wird es also in Kauf nehmen müssen, daß die durch den Umsatzrückgang hervorgerufenen Einbußen am Bruttogewinn noch dadurch vergrößert werden, daß die Preise zurückgehen.

Es kann daher nicht deutlich genug darauf hingewiesen werden, daß die bisherige Betrachtungsweise der Frage des Preisabbaues, die vom Standpunkt der Bruttospanne und der gesunkenen Konsumentenkaufkraft ausgeht, zu Fehlschlüssen