

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung monatlich 1,60 RM, unter Streifband 1,95 RM, Jahresbezugspreis bei Vorauszahlung 17,50 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 SW68, Neuenburger Str. 8

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 RM, für Stellen-Angebote und Gesuche 0,15 RM. Die ganze Seite wird mit 225,— RM berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,5 RM)

Postscheck-Konto Berlin 2581
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernsprecher: A 7 D ö n h o f f 2425, 2426, 2427

Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Nr. 9, Jahrgang 57 * Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW 68 * 25. Februar 1933

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten * Nachdruck verboten

Das Prinzip des kaufmännischen Handelns

Von Generaldirektor Erwin Junghans

Im kaufmännischen Verkehr kann man zwei Prinzipien im Handel unterscheiden: Das eine kann man als Pferdehandel bezeichnen, und man versteht darunter, daß jeder den anderen hereinzulegen sucht, daß also der Vorteil des einen auf dem Nachteil des anderen aufgebaut ist. Das zweite, und wie ich gleich hinzusetzen möchte, das einzig richtige Prinzip besteht jedoch im Zerlegen der Eigenschaften einer Angelegenheit oder einer Sache und der Verteilung der verschiedenen Eigenschaften in der Weise, daß jeder Partner möglichst viele ihm angenehme und möglichst wenig ihm unangenehme Eigenschaften erhält. Dies ist möglich, weil ja bei der verschiedenen Veranlagung der Menschen und der Verschiedenheit der Bedürfnisse dem einen Lichtseite sein kann, was dem anderen Schattenseite ist.

Man muß zugeben, daß das Pferdehandels-Prinzip das alltägliche ist: Der Käufer sucht den Verkäufer zu drücken, der Verkäufer sucht möglichst teuer zu verkaufen, und in der Hochkonjunktur ist deshalb der Verkäufer im Vorteil, in der Krisis der Käufer. Daß dieses Pferdehandels-Prinzip aber kurzsichtig ist, und daß auf die Dauer nur Bestand haben kann, was beiden Parteien Vorteile bringt, geht daraus hervor, daß der Käufer, der in den letzten Jahren naturgemäß die Oberhand hatte, sich vor seinen Siegen zu fürchten beginnt. Bewußt oder unbewußt geht durch den ganzen Handel die Sehnsucht nach höheren Preisen, was an und für sich dem Pferdehandels-Prinzip widerspricht. Auch in unserem Gewerbe beginnt man einzusehen, daß nur bei steigenden Preisen auch die Nachfrage steigt, daß bei sinkenden Preisen die festen Unkosten nicht mehr gedeckt werden können, daß ein Vermögensschwund durch Entwertung des Lagers eintritt, und daß vor allen Dingen die Qualität zu kurz kommt, was gerade bei denjenigen Gewerbezweigen, bei denen noch ein Fachhandel besteht, eine ungeheure Gefahr ist, weil sie den Vorzug des Fachhandels vor dem Warenhausprinzip in sein Gegenteil verkehrt. Denn das Kampfmittel des Warenhauses ist der Preis, das Kampfmittel des Fachhandels das Vertrauen des Käufers in Qualität.

Woher kommt es nun, daß die Verkäufer, die ja doch die Tendenz haben müssen, möglichst teuer zu verkaufen, dem allgemein ausgesprochenen Wunsch des Handels, die Preise nicht immer weiter herabsinken zu lassen, so zögernd entsprechen? Es rührt einmal daher, daß der Käufer zwar als Gesamtheit die höheren Preise wünscht, daß er aber aus der bekannten menschlichen Eigenschaft heraus für sich allein trotzdem billig kaufen will, und auf der anderen Seite daher, daß die Produktionsfähigkeit größer ist als der Bedarf, und daß die Verkäufer in ihrer Gesamtheit zwar genau wissen, daß sie höhere Preise brauchen, und daß es dem einen nicht gut gehen kann, wenn es den anderen schlecht geht, daß sie aber für sich allein der Versuchung nicht widerstehen können, durch Preisnachlässe die Nachfrage möglichst stark auf sich selbst zu lenken. Es ist also nötig, daß der Einzelne einsieht, daß er sein Einzelinteresse unter das Gesamtinteresse stellen muß, damit auch das Einzelinteresse gedeiht.

Glücklicherweise kann man nun sagen, daß es im Schwarzwald in dieser Hinsicht in der letzten Zeit erheblich besser geworden ist, und daß bei der weitaus größten Mehrzahl der großen und kleinen Fabriken sich diese Einsicht Bahn gebrochen hat. Es sind in der letzten Zeit eine Reihe von Konventionen geschlossen worden, die einen guten Anfang nach der Richtung bedeuten, daß sie den weiteren Preiszerfall aufhalten und den Boden für eine Preiserhöhung in absehbarer Zeit vorbereiten.

Es fragt sich nun aber, wie steht es bei den Käufern? Die Arbeitslosigkeit und die Entlassung vieler Angestellten im Schwarzwald haben eine zahlreiche Kleinstindustrie, die auf Heimindustrie und Schwarzarbeit aufgebaut ist, ins Leben gerufen, und die Angebote von dieser Seite bedeuten natürlich eine große Versuchung für den Käufer, der diese Ware zwar im allgemeinen zum Teufel wünscht, aber für sich selbst glaubt, daraus Vorteile ziehen zu müssen.

Man muß sich nun darüber klar sein, daß alles seinen Preis hat. Nachdem die mittleren und größeren Fabriken