

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung



## Bezugspreis

für Deutschland bei offener Zustellung vierteljährlich 4,75 RM (einschließlich 0,43 RM Überweisungsgebühr); für das Ausland werden die den Bedingungen der einzelnen Länder angepaßten Bezugsbedingungen auf Anfrage gern mitgeteilt.

Die Zeitung erscheint an jedem Sonnabend. Briefanschrift: Deutsche Uhrmacher-Zeitung, Berlin SW68, Neuenburger Str. 8

## Preise der Anzeigen

Grundpreis  $\frac{1}{4}$  Seite 200,— RM.  $\frac{1}{100}$  Seite — 10 mm hoch und 40 mm breit — für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 2,— RM. für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,50 RM. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Normalpreis  $\times$  Multiplikator  $\frac{1}{10}$ )

Postscheck-Konto Berlin 2581  
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin  
Fernsprecher: Sammel-Nr. A7 Dönhoff 5246

## Uhren-,Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Amtliches Organ der Fachgruppe 23 (Juwelen, Gold- und Silberwaren, Uhren) der Wirtschaftsgruppe Einzelhandel

Nr. 20, Jahrgang 60

Verlag: Deutsche Verlagswerke Strauß, Vetter & Co., Berlin SW68

16. Mai 1936

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten • Nachdruck verboten

## Ohne Großhandel keine deutsche Volkswirtschaft

Von Edmund von Sellner, Hauptgeschäftsführer der Wirtschaftsgruppe Groß-, Ein- und Ausführhandel

Der Großhandel kämpft für die Höherentwicklung der Wirtschaft. Je entwickelter, gegliederter und differenzierter eine Wirtschaft ist, desto weniger wird sie einen gut arbeitenden Großhandel entbehren können; denn je verfeinerter die Wirtschaft ist, je mannigfaltiger die Rohstoffe und damit auch die Halb- und Fertigerzeugnisse nach Art und Qualität sind, desto stärker muß sich die Erzeugung der Wirtschaft spezialisieren.

Die ungezählten Erzeugnisse werden dann für die praktischen Bedürfnisse des Lebens in den Sortimenten des Großhandels zusammengefaßt, die der Weiterverarbeiter und schließlich der Einzelhändler an den Verbraucher heranträgt. Eine arbeitsteilige Wirtschaft und mit ihr der Großhandel entwickelt sich am besten durch eine stetig steigende Bedarfschöpfung, die damit auch eine stetig steigende Bedarfsdeckung verlangt. Alle Bestrebungen, die auf eine Zusammenballung von Kaufkraft und Produktion hinzielen, sind, und wenn sie noch so sehr auf die scheinbaren Erfolge vorübergehender Preisermäßigungen hinweisen können, der arbeitsteiligen Wirtschaft und daher auch dem Großhandel schädlich. Der Großhandel bekämpft daher auch alles, was auf eine Mechanisierung und Automatisierung in der arbeitsteiligen Wirtschaft abzielt. Dort, wo Großunternehmen oder Verbände von Herstellern den Markt beherrschen, erstarren die Handelsspannen in Rabatten. Gebundene Preise sind an und für sich schon eine Gefahr für den Großhandel. Wenn aber mit der Frage der gebundenen Preise gleichzeitig noch ein reines Rabattdenken entsteht und der Mengenrabatt das Feld beherrscht, dann wird die Erstarrung der Handelsspannen geradezu zu einer Gefahr, sowohl für den mittelständischen Großhandel als auch für seine Abnehmer.

Viele sehen im Großhandel nur den großen „Verteiler“. Diese Ansicht ist durchaus irrig. Gewiß, letzten Endes ist der Absatz der Güter die Hauptaufgabe des Großhandels. Aber was gehört alles dazu, um dies zu ermöglichen! Nach unserer Ansicht wird erst die Erfüllung sämtlicher und nicht

nur eines Teiles der Aufgaben des Großhandels einen organisch und volkswirtschaftlich richtigen Absatz ermöglichen.

Der Einkauf im großen, das Werben und Marktsuchen, der Vertrieb auf eigenes Risiko, die Lagerhaltung, die Vor-disposition, die zusätzliche Kreditgewährung aus eigenen Kapitalien, die Herstellung des Ausgleichs zwischen Angebot und Nachfrage in örtlicher, preismäßiger und mengenmäßiger Hinsicht, das Marktwissen, das in die wichtigen Funktionen der Beratung von Kunden, Lieferanten und Abnehmern mündet, und endlich die Erfüllung sozialer Aufgaben durch die Erhaltung selbständiger Existenzen, zahlreicher, selbständiger Einzelbetriebe, und die Heranbildung eines verantwortungsbewußten und unternehmungsfreudigen kaufmännischen Nachwuchses — alle diese Dinge gehören zu den Großhandelsaufgaben. Die außerordentlich vielseitige Tätigkeit des Großhandels und damit auch die Vielseitigkeit seiner Aufgaben wird außerdem noch eine Unzahl von kleineren Randfunktionen erfordern.

Die Erfüllung sämtlicher, eben angeführten Aufgaben ist die Forderung, die wir an den Großhändler stellen, und die Forderung, die wir an die anderen Wirtschaftsstufen stellen, ist, daß man nur denjenigen als Großhändler anerkennen und behandeln darf, der tatsächlich auch sämtliche Funktionen erfüllt und sich nicht nur, den Weg des kleinsten Widerstandes gehend, die Aufgaben auswählt, deren Erfüllung eben gerade zweckmäßig oder möglich erscheint, weil sie für ihn mit dem geringsten Risiko verbunden sind.

Die Tätigkeit des Großhandels ist in ihrer außerordentlichen Vielgestaltigkeit für die arbeitsteilige Wirtschaft typisch. Man kann mit Fug und Recht behaupten, daß der Großhandel Lieferant und Kunde fast aller Wirtschaftszweige und -stufen ist. Dazu kommt noch die Verbindung, die er mit den fremden Wirtschaften als Ein-, Aus- und Durchfuhrhandel schafft oder aufrecht erhält. Fürwahr ein großes Arbeitsfeld, das eine Unzahl der verschiedensten Aufgaben voraussetzt.

Der Großhandel kauft im großen und erspart der Erzeugung die Ausführung zahlloser Aufträge. Er übernimmt die