

duktion den Verkaufsmöglichkeiten anzupassen. Die Konfektindustrie, deren Produkte Kleinhandelswerte von insgesamt 750 bis 1000 Mio Dollar aufweisen, war die erste, die zu diesem Zwecke die Hilfe des Department of Commerce in Anspruch nahm, um so für das Gebiet des Gesamtstaates die betreffenden Zahlen zu sammeln und eine Absatzanalyse auszuarbeiten. Die Untersuchung wurde geleitet vom Chef der Abteilung für Zucker und Süßigkeiten im Department of Commerce, Rupert L. Purdon. Selbstverständlich wurde die Hilfe der betreffenden Wirtschaftsverbände in Anspruch genommen, sowohl der Fabrikanten- wie der Großhandels-, Kleinhandels- und lokalen Verbände, wie auch der Fachpresse. Es sollte alles Material gesammelt und vorgelegt werden, das für Fabrikanten Händler und Vertreter von Wert sein mochte, um unwirtschaftliche Absatzmethoden festzustellen, deren Vorhandensein man seit einigen Jahren gespürt hatte, deren Erkenntnis aber der Mangel an umfassenden statistischen Daten für den ganzen Staat verhindert hatte, so daß sich weder die einzelnen Fabrikanten noch die Industrie als solche an ihre Beseitigung machen konnten.

Die Organisation der Untersuchung

Die Arbeiten begannen am 1. Juli 1927 und endeten am 15. April 1928. Es wurden insgesamt 3960 Fabrikanten durch Fragebogen befragt. Um den Fabrikanten mit den Berichten nicht unnötige Mühe zu machen und mit Rücksicht auf das häufige Fehlen eigener guter statistischer Unterlagen in ihren Betrieben schien es geraten, nur die Punkte zu untersuchen, die vom Handel selbst als besonders wertvoll bezeichnet wurden, und für deren Beantwortung das Material verhältnismäßig leicht beschaffbar war; wobei wiederum berücksichtigt werden mußte, daß die Unterlagen um so wertvoller waren, je neueren Datums sie waren. Die Produktionszahlen für die Industrie lagen für die letzten Jahre bereits vor, da sie durch den allgemeinen Zensus neuerdings mit festgestellt werden. Sie gaben der Untersuchung zwar mancherlei Anhaltspunkte, reichten als Unterlage aber nicht aus, da sie nichts aussagen über die Beziehung von Produktion und Verkauf zueinander. Es handelte sich jetzt um die Frage, ob der Verbrauch sank oder ob er zwar stieg, jedoch langsamer als die Produktion. Daher erwies sich die direkte Befragung als notwendig. Die für die Untersuchung zur Verfügung stehende Zeit wurde ganz genau in Abschnitte eingeteilt, die für jede Untersuchungs-

phase einzeln bemessen wurden. So] wurde es möglich, schon nach sieben Monaten einen Vorbericht herauszugeben und die Untersuchung innerhalb von 10 Monaten fertigzustellen. Für die einzelnen Arbeiten waren folgende Zeiten bemessen, die sich natürlich teilweise überschneiden, so daß mehrere Arbeiten gleichzeitig vorgenommen werden konnten:

	Monate
Sammeln der Adressen und Herstellung der Versandlisten	1,5
Druck der Fragebogen	0,5
Versand der Fragebogen	0,25
Einsammeln der versandten Fragebogen	0,5
Bearbeitung und Tabellierung der zurückgekommenen Fragebogen	5,00
Rückfragen	6,00
Bearbeitung der Tabellen	3,00
Verfassen und Vervielfältigen des Vorberichtes	1,00
Sammeln anderer Daten zum Vergleich mit den Ergebnissen	1,00
Textschreiben	0,25
Schreibmaschinenarbeit an Text und Tafeln, Anfertigung der Schaubilder	1,00
Besprechung des Berichtes mit Handelskreisen	0,25
Druck des endgültigen Berichtes	1,00
Versand des endgültigen Berichtes	0,25
Verschiedene Büro- und Schreibmaschinenarbeiten	1,00

An Arbeitskräften wurden ein Direktor und zwei Assistenten beschäftigt, die nur immer zeitweise Büropersonal zur Mithilfe herangezogen, so daß dies Personal nur bezahlt wurde, wenn es tatsächlich gebraucht wurde. Insgesamt wurde das Büropersonal in 6164 Arbeitsstunden, d. h. 881 Arbeitstagen zu sieben Stunden oder 34 Arbeitsmonaten beschäftigt, den Monat zu 26 Arbeitstagen gerechnet. Das Arbeits-, Zeit-, Personal- und Kostenbudget war im voraus ausgearbeitet. Die modernsten Bürohilfsmittel wurden benutzt.

Der Gegenstand der Untersuchung

Wie bereits bemerkt, wurden in die Untersuchung nur die Punkte mit aufgenommen, die unbedingt notwendig waren und von denen man annehmen konnte, daß die Fabrikanten darüber ohne große Mühe und ohne Kosten berichten konnten. Als zu klärende Fragen wurden daher festgelegt:

1. Betriebstypen gegliedert nach den angewandten Absatzmethoden und das auf die verschiedenen Typen entfallende Umsatzvolumen.
2. Augenblickliche Produktion verglichen mit der Produktionsfähigkeit.
3. Verhältnismäßiger Absatz der verschiedenen Konfektarten.