

Der Ausschuß veröffentlicht u. a. die Durchschnittsumsätze, die auf das einzelne Unternehmen entfallen, sowie die Umsätze je beschäftigte Person. Diese Zahlen sind kaum noch von aktuellem Wert, da sie nur bis zur ersten Hälfte 1926 reichen; seitdem scheinen sich die Verhältnisse hier jedoch sehr geändert zu haben, wie diesbezügliche Angaben des Reichsverbandes für Damen- und Mädchenkleidung erweisen. Hiernach hat sich in den einzelnen Geschäftsgruppen nämlich der Umsatz von 1926 auf 1928 ganz wesentlich gehoben, durchschnittlich um fast 60 %.

Wesentlich für die Marktkunde ist die Frage nach der Mitgliedschaft der Einzelhandelsfirmen bei Einkaufsgemeinschaften genossenschaftlicher oder nichtgenossenschaftlicher Form. Eine solche Mitgliedschaft geben an in den Branchen:

Textilien (allgemein) . . . . .	118	von	313
Herren- und Knabenkleidung . . . . .	11	„	87
Damen- und Mädchenkleidung . . . . .	29	„	123
Wäsche und Aussteuer . . . . .	26	„	144
Putz . . . . .	7	„	15

berichtenden Firmen.

Hierzu muß jedoch bemerkt werden, daß die 7 Firmen der Putzbranche sämtlich einem Konzern zugehören. Zu einer Kreditgenossenschaft gehören insgesamt 58 Firmen.

Im übrigen mögen noch die folgenden Ergebnisse der Fragebogenbefragung von marktkundlichem Interesse sein, die sich auf die Lieferanten und die Verkaufsbedingungen beziehen.

In der Gruppe Textilien (allgemein) werden 65 bis 98 % aller Waren vom Fabrikanten direkt bezogen, während der Großhändler nur für solche Waren als Lieferant herangezogen wird, die beim Fabrikanten nicht sofort greifbar sind (Nachbestellungen während der Saison). Kurzwaren, die ihrer Vielgestaltigkeit wegen jeweils nur in kleinen Mengen gebraucht werden, werden in der Regel vom Grossisten bezogen, ebenso gemusterte Kleidstoffe und Neuigkeiten, die des Modorisikos wegen meist nicht in ganzen Stücken auf Lager genommen werden. Im allgemeinen steigt der Anteil der direkt vom Fabrikanten bezogenen Waren mit der Betriebsgröße; in mehreren Fällen wird darauf hingewiesen, daß durch den Zusammenschluß zu einer Einkaufsgemeinschaft der direkte Bezug aller Waren vom Fabrikanten ermöglicht ist. Bei einigen Waren, namentlich bei Druckwaren, sind auch die großen Firmen auf Grossisten angewiesen.

Die Einzelhändler mit Damen- und Herrenkleidung beziehen die fertige Konfektion durch-

weg vom Konfektionär. Auch die Wäschefirmen beziehen überwiegend direkt vom Fabrikanten. Von den 114 berichtenden Firmen dieser Branche geben 48 an, daß sie alle Waren, und 36, daß sie fast alle Waren vom Fabrikanten unmittelbar beziehen. Vom Großhändler werden bezogen: Stoffe, insbesondere hochwertige und ausländische Stoffe, ferner Kurzwaren, Nähgarne, Knöpfe, Nadeln, Bänder, Taschentücher, Druckwaren, Neuheiten.

Im Putzhandel spielt der Grossist noch eine außerordentlich große Rolle. Hier wird in einem Falle der Bezug aller Waren vom Großhändler berichtet.

Über die Bedingungen des Einzelhändlers beim Verkauf gibt die folgende Tabelle Auskunft, zu der jedoch bemerkt werden muß, daß die Zahl der auf Kredit verkaufenden Firmen nichts aussagt über den Umfang der Kreditverkäufe, da diese oft nur einen niedrigen Prozentsatz der Gesamtumsätze darstellen. Auch mögen die Verhältnisse sich hier inzwischen gewandelt haben.

Branche	Zahl der berichtenden Unternehmungen	Verkauf				
		nur gegen bar	gegen bar mit Rabatt	auf Abzahlung		gegen Kredit
				ganz	teilweise	
Textilien (allgemein) . . . . .	305	75	95	—	88	231
Herren- und Knabenkleidung . . . . .	87	21	13	—	47	65
Damen- und Mädchenkleidung . . . . .	122	19	26	1	36	100
Wäsche und Aussteuer . . . . .	143	28	42	—	30	117
Putz . . . . .	14	3	2	—	1	11
Insgesamt	672	146	178	1	202	524

Rabatte werden in Höhe von 5 bis 10 % besonders häufig an Schneider, Modistinnen, Wiederverkäufer gegeben, dann aber auch Barzahlungsrabatte von 3 bis 5 %, Abzüge für Großabnehmer, Sonderrabatte für Beamten- und Hausfrauenvereine.

Schließlich ist noch bemerkenswert, daß sich bei folgenden Waren festgesetzte Verkaufspreise finden (Markenartikel), die in der Regel als Minimalpreise gedacht sind, aber unter dem Drucke der Konkurrenz kaum überschritten werden dürfen. Trikotagen (Jäger, Berger, Lahmann), Strickwaren (Bleyle), Linoleum, Druckknöpfe (Koshinor), Nähgarne, Markenstrümpfe (Etam), Markenkragen (van Heusen).

Es dürfte kein Zweifel daran bestehen, daß sich in der Zeit seit 1926 auch auf dem Gebiet der Bekleidung der Markenartikel weit über die vorstehenden von der Enquete festgestellten Warengruppen und Marken ausgedehnt hat.

Das wären die hauptsächlichsten Fakten, die der Marktanalytiker für seine Arbeiten aus der