

Januar, Februar und August. Die Aussagen über Ausverkäufe sind hier nicht einheitlich, ebenso die über die Umsatzschwankungen innerhalb der Woche, da die verschiedenen örtlichen Verhältnisse (Markttage usw.) sich hier stark auswirken. Das gleiche ist der Fall bezüglich der Schwankungen innerhalb des Tages.

Für *Versandgeschäfte* ist der beste Monat der Dezember, am ruhigsten sind die Sommer- und Reisemonate. Zu Beginn der Woche sind hier die Bestellungseingänge am größten.

b) Kredit- und Rabattgewährung

Im Einzelhandel mit Herren- und Knabenkleidung werden Kredite nur in geringem Umfange gewährt, die Handhabung ist sehr uneinheitlich. Das gleiche ist der Fall im Einzelhandel mit Damen- und Mädchenkleidung, während im Wäschehandel, sämtliche befragten Firmen, wenn auch nicht prinzipiell, so doch tatsächlich Kredit gewähren und zwar in beträchtlicher Höhe. Ebenso wird im Manufakturwarenhandel von allen untersuchten Firmen Kredit gewährt, namentlich an Beamte und alte Kunden, obwohl die Kreditgewährung von sämtlichen Firmen als ungesund und nur als Konkurrenzmaßnahme gegen die Beamtenunternehmungen und die Abzahlungsgeschäfte betrachtet wird. Die Versandgeschäfte verkaufen mit einer Ausnahme sämtlich Waren auf Teilzahlung, und zwar geht der Anteil der Kreditverkäufe am Gesamtumsatz bei einzelnen Firmen auf 90–100% hinauf.

c) Konkurrenzformen

Im Einzelhandel für *Herren- und Knabenkleidung* werden als starke Konkurrenz die Beamtenunternehmungen und die Abzahlungsgeschäfte empfunden, weniger die Warenhäuser, deren Herrenkonfektionsabteilungen noch wenig ausgebaut sind. Wohl aber wird teilweise über das Hausierer- und Anreißerwesen geklagt.

Der Handel mit *Damen- und Mädchenkleidung* ist durch die Konsum- und Beamtenvereinigungen weniger betroffen, wohl aber durch die Konkurrenz der Abzahlungsgeschäfte. Die Konkurrenz der Warenhäuser wird verschieden beurteilt, wenige Firmen fühlen sich hier

bedroht, und diese besonders deshalb, weil der Einkauf im Warenhaus schon wegen der Umtauschmöglichkeiten bequemer ist, da hier ja die Möglichkeit besteht, die verschiedenen Artikel gegeneinander auszutauschen.

Im *Wäschehandel* spielt die Konkurrenz der Konsumvereine keine wesentliche Rolle, wohl aber die der Warenhäuser mit ihren Sonderveranstaltungen und ihrer ausgedehnten Reklame. Geklagt wird auch über die Detailreisegeschäfte, die sich fälschlich als Wäschefabriken ausgeben.

Vom *Manufakturwarenhandel* wird als außer- gewöhnlich scharfe Konkurrenz der Hausierhandel angeführt, aber auch die Abzahlungsgeschäfte und Beamtenunternehmungen tun dem Geschäft Abbruch.

Die *Versandgeschäfte* werden kaum durch die Konkurrenz anderer Betriebsformen getroffen, es sei denn bis zu einem gewissen Grade durch die Warenhäuser in kleineren Plätzen und durch den Hausierhandel.

d) Reklameausgaben

Im folgenden sei eine Übersicht gegeben über die Entwicklung der Reklameausgaben in Prozenten des Umsatzes. In der Spalte sind die Umsätze ihrer absoluten Höhe nach angegeben, um einen Anhalt über die Größe des Unternehmens zu geben.

Branche	Unternehmung	Reklameausgaben in Prozenten des Umsatzes					Umsätze der Firma 1927 in 1000 RM
		1913	1924	1925	1926	1927	
Herren- und Knabenkleidung . .	A	—	—	—	6,3	4,9	7 062
	B	—	keine An-	4	5,5	4,9	3 000
	C	—	gaben	—	—	6	620
	D	1,5	—	2	2,25	6,5	297
	E	—	—	—	—	2,4	144
Damen- und Mädchenkleidung .	A	1,1	0,3	0,8	1,0	1,1	5 671
	B	2,8	0,2	1,0	2,5	—	2 260
	C	—	—	0,9	1,6	1,5	360
	D	—	—	—	—	3,0	280
Wäsche	A	3,67	—	5,94	5,61	3,96	14 230
	B	0,8	keine An-	1,5	2,3	1,9	1 320
	C	2,42	gaben	1,92	3,0	2,0	558
	D	2,7	—	2,5	2,5	2,3	193
Manufakturwaren	A	—	—	2,0	2,4	2,5	10 374
	B	—	keine An-	—	—	1,7	764
	C	1,5	gaben	1,1	1,7	1,8	264
	D	—	—	0,6	0,5	0,5	245
	E	—	—	3,0	3,0	3,0	175
Versandgeschäfte	F	—	—	3,8	5,0	7,1	164
	A	—	—	—	2,04	3,78	15 396
	B	—	—	0,28	0,45	0,4	11 991
	C	—	—	2,2	2,5	3,1	2 110
	E	—	—	—	—	6,84	1 232
	F	—	—	—	2,1	5,4	885
G	—	—	—	—	5–6	512	
I	—	—	—	—	10	75	

Bei den Versandgeschäften ist eine Teilung in Drucksachen- und Zeitungsreklame vorgenommen
Es entfielen 1927 in Prozenten des Umsatzes auf:

	A	B	C	E	F	G	I
Drucksachenreklame	2,9	0,3	1,5	3,1	1,1	—	—
Zeitungsreklame	0,88	0,1	1,6	3,74	4,3	5–6	10