

Tabelle IV die Umsätze noch einmal gesondert aufführt und mit den Spezialgeschäften vergleicht.

Der trotz des Weihnachtsgeschäftes noch immer erhebliche Rückgang der Dezemberumsätze mag zu einem gewissen Grade auf eine Zurückstellung des Bedarfs bis zu den zu erwartenden Inventurausverkäufen zurückzuführen sein. Das Publikum gewöhnt sich immer stärker an die günstigen Einkaufsgelegenheiten in diesen Ausverkäufen, die ihren ursprünglichen Grund in dem Wunsch des Handels haben, die Lager von »Ladenhütern« zu räumen, immer mehr aber den Charakter von Sonderverkaufsveranstaltungen annehmen, wobei sicherlich eine ganze Reihe von Waren für diesen speziellen Zweck eingekauft sind, also mit dem eigentlichen »Inventur«-Ausverkauf nichts zu tun hat. Die diesjährigen Ausverkäufe waren trotz der Depression ein Erfolg mit starkem Käuferandrang, der die Erwartungen übertraf. Das beschränkte Einkommen zwang manchen Käufer dazu, die billigste Einkaufsgelegenheit aufzusuchen.

Auch über die Auswirkungen der Inventurausverkäufe legt die »Forschungsstelle für den Handel« einen Bericht vor, der sich auf amerikanisches und deutsches Material stützt. Die Unterlagen für diese Darstellung bilden die monatlichen Berichte der Betriebe. Nun können zwar Monatszahlen nicht das genaue Bild der Inventurausverkäufe widerspiegeln, die nur 14 Tage dauern. Die Forschungsstelle nimmt vielmehr mit Recht an, daß die Umsatzsteigerung während der Inventur z. T. durch die besonders umsatzschwache Zeit vor- und nachher ausgeglichen wird. Dennoch zeigt sich die umsatzsteigernde Wirkung der Ausverkäufe in den Umsatzzahlen des Januar (Tabelle V), wenn man berücksichtigt, daß an sich der Januar einer der schlechtesten Geschäftsmonate ist, da einerseits kein Saisonbedarf sich geltend macht, andererseits besonders geringe Umsätze nach dem Weihnachtsgeschäft zu erwarten sind.

Allerdings ergibt sich aus diesen Zahlen nicht, ob der eigentliche Zweck des Inventurausverkaufs erreicht ist, nämlich die Räumung der überalterten Lager und die Abstoßung der Waren, die zu normalem Preis schwer verkäuflich sind. Hierzu stellt die Arbeit der Forschungsstelle fest, daß zwar ein nicht unbeträchtlicher Teil der Lagerbestände bei deutschen Spezialgeschäften älter als ein Jahr war (Tabelle VI), daß aber die sehr hohen entsprechenden Zahlen der amerikanischen Warenhäuser (z. T. mehr als 25 Proz.) bei weitem nicht erreicht waren.

Es dürfte also im ganzen in Deutschland beim Einkauf vorsichtiger disponiert werden:

Der Anreiz für das Publikum zum Kauf der Inventurwaren kann nur in dem niedrigeren Preis liegen. Darüber, wie groß das Ausmaß der Preisherabsetzungen ist, gibt es in Deutschland noch kein aufschlußreiches statistisches Material, und auch mit den amerikanischen Ziffern ist nicht viel anzufangen. Tabelle VII gibt kaum irgendwelche Angaben über die tatsächliche Höhe der Herabzeichnungen, gibt aber Anhaltspunkte für einen Vergleich der einzelnen Warengattungen in ihrer Bedeutung für den Ausverkauf. Die Inventurherabzeichnungen werden in der Tabelle in Beziehung gebracht zu den übrigen im Laufe des Jahres vorgenommenen Herabsetzungen. An der Spitze bezüglich der Inventurpreinsnachlässe stehen hier Taschentücher, Bänder und Handarbeiten.

Tabelle VIII gibt zunächst einen Überblick über die hauptsächlichsten Kosten des Inventurausverkaufs (für Amerika). Dabei zeigt sich, daß der Gehaltssatz während des Ausverkaufs nicht erhöht wird, der Januarbetrag für das Gehaltskonto liegt sogar ein wenig unter dem Monatsdurchschnitt. Auch der Reklameaufwand ist nicht sonderlich überhöht und nur 4,4 Proz. höher als der Monatsdurchschnitt. Allerdings ist hierbei nur die Zeitungsreklame berücksichtigt, während Dekoration und Außenreklame in den Ziffern nicht mit enthalten sind. Ferner ist zu bedenken, daß die Zahlen der Tabelle sich auf den ganzen Monat Januar beziehen, nicht auf die Ausverkaufstage allein. Ob der Inventurausverkauf an sich ein sehr rentables Unternehmen ist, bleibt dahingestellt, denn wenn auch die Kosten des Januars keine Erhöhung gegenüber dem übrigen Jahr aufweisen und die Januarumsätze wertmäßig den Jahresdurchschnitt nicht wesentlich unterschreiten, so steht doch die Tatsache der starken Preisherabsetzungen dem gegenüber. Daß sie ihre Aufgabe der Lagerräumung erfüllen, ergibt sich aus der dritten Spalte der Tabelle VII, die für das gesamte Warenhaus eine Umsatzbeschleunigung von 30 Proz. anführt. Interessant ist auch hier zu sehen, wie verschieden die Bedeutung des Inventurverkaufs für die einzelnen Warenarten ist. Ob diese amerikanischen Ziffern sich annähernd auch mit der Situation in Deutschland decken, bleibe dahingestellt. Es wäre eine dankenswerte Aufgabe der »Forschungsstelle für den Handel«, entsprechende Erhebungen bei den deutschen Warenhäusern und Spezialgeschäften anzuregen und durchzuführen.