

Es wäre dann nur zu begreiflich, wenn letztere bei der Erneuerung der Verträge, sie laufen im August d. J. ab, sich bemühen, diesen Schaden auszumergen. Natürlich könnte dies nur durch Erleichterungen der jetzigen strengen Bindungen geschehen, was aber wieder nicht im Interesse der Uhrmacher liegen kann. In nächster Zeit werden also, darauf machen wir unsere Mitglieder aufmerksam, für die Vertragserneuerung Abänderungsvorschläge durch den Grossistenverband gestellt und ausführlich begründet werden. Dies ist auf dem Koblenzer Verbandstage beschlossen worden, obgleich die Vertreter

der Uhrmacherverbände erklären mußten, daß sie nicht in Aussicht stellen könnten, daß die Forderungen Zustimmung finden. Auf den in der nächsten Nummer zur Veröffentlichung gelangenden Koblenzer Bericht möchten wir die Aufmerksamkeit aller Kollegen schon heute verweisen.

Mit kollegialem Gruß!

Deutsche Uhrmacher-Vereinigung

(Zentralstelle zu Leipzig).

Alfred Hahn,
Vorsitzender.

H. Wildner,
Schriftführer.

Etwas über Angebot und Nachfrage.

(Nachdruck verboten.)

Wir sind aus Kollegenkreisen angeregt worden, in unsern staatsbürgerlichen Artikeln für Uhrmacher auch einmal über das wirtschaftlich wichtige Gebiet von Angebot und Nachfrage etwas zu geben. Das ist ein wichtiges und recht schwieriges Gebiet der Volkswirtschaftslehre, an dem die meisten Menschen, auch die Geschäftsleute und unsere Uhrmacher, täglich wie an etwas Selbstverständlichem vorbeigehen, und das doch durchaus nicht selbstverständlich ist. Im Gegenteil, es führt zu Problemen, über welche die Gelehrten der Nationalökonomie sich heute durchaus noch nicht einig sind. Darüber werden wir uns heute aber den Kopf nicht zerbrechen. Wir wollen, wie wir es auch sonst taten, getreu unserem Programm, unseren Kollegen die Hauptzüge der wirtschaftlichen Wirkungen von Angebot und Nachfrage an praktischen Beispielen auseinandersetzen und hoffen, dadurch belehrend zu wirken und gleichzeitig zu nützlichem Nachdenken über wichtige Wirtschaftsfragen für Uhrmacher anzuregen.

Das sogenannte wirtschaftliche Gesetz, um welches es sich hier handelt, läßt sich einfach so ausdrücken: Steigendes Angebot von Waren wirkt herabdrückend auf den Preis, steigende Nachfrage nach Waren hebt deren Preis; und umgekehrt: sinkendes Angebot erhöht den Preis, sinkende Nachfrage drückt den Preis herab. Der Preis seinerseits aber wirkt ausgleichend zwischen Angebot und Nachfrage. Wer sich hiernach das tägliche Wirtschaftsleben anschaut, glaubt zuerst zu entdecken, daß er hier eine sehr alltägliche, hausbackene Wahrheit vor sich hat. Wenn er näher zublickt, sieht er ein, daß es doch eine sehr schwierige, eine sehr komplizierte Sache ist, daß sie aber im Grunde immer wieder auf das einfache Gesetz von Angebot und Nachfrage herauskommt. Sehen wir uns das einmal näher an.

Wie ist man überhaupt zu solchen Untersuchungen gekommen? Nun, man fragte sich, warum kostet z. B. eine Mandel Eier 1.30 M., ein Pfund Butter 1.50 M., oder eine bestimmte Taschenuhr 30 M. und dergleichen mehr. Oder, warum würden, wenn der Mensch für Schmuck gar keinen Sinn mehr hätte, Diamanten nicht mehr gelten als bunte Kiesel? Aber greifen wir nicht vor. Wenn man also Untersuchungen über die Entstehung der Preise anstellte, so geschah es, weil man das ganze Wirtschaftsleben erst begreifen lernt, wenn man nach solchen Ursachen sucht. Wenn man aber die Ursachen richtig begriffen hat, dann lernt man auf seinem Gebiet das Vorwärtkommen und Herrschen.

Zur Erklärung der Wirkungen von Angebot und Nachfrage müssen wir an einfache Beispiele anknüpfen. Der Nationalökonom sagt, wie oben schon in anderer Form ausgedrückt: „Der Preis einer Ware hängt von Angebot und Nachfrage ab. Wie Angebot und Nachfrage steigen oder fallen, so schwankt auch der Preis der Ware, aber dauernd niemals über eine höchste oder eine niedrigste Grenze hinaus. Der höchste Preis, welcher zu einer Zeit beim Verkauf erreicht werden kann, bestimmt sich danach, welchen Wert der Kauflustige der Ware beilegt, und was er nach seinem Geldbeutel ausgeben kann. Der niedrigste Preis muß mindestens die Herstellungskosten

des Verkäufers decken, weil er mit dem Erlös seiner Ware mindestens alle seine baren Auslagen für die Herstellung ersetzt bekommen muß. Einen niedrigeren Preis würde er nur nehmen können, wenn er in Not ist und Geld haben muß. Zwischen diesem höchsten und niedrigsten Preis schwankt der Preis im Geschäftsleben, je nach Angebot und Nachfrage, je nach der Konkurrenz.

Stellen wir uns zur Erläuterung des Gesagten einen Markt vor, auf welchem viele Handwerker mit ihren verschiedenen Erzeugnissen zum Verkauf erschienen sind und auch eine Menge von Käufern, von denen manche ganz bestimmte Einkäufe machen wollen, manche auch nur „gaffen“ oder jedenfalls nur dann kaufen möchten, wenn sie irgend etwas ihnen besonders Behagendes finden. Jeder Verkäufer macht sich einen Preis, den er verlangen will. Jeder Käufer, der ernstlich etwas sucht, einen Preis, den er höchstens dafür ausgeben will. Alle Waren, die zum Verkauf auf den Markt gebracht sind, nennen wir das Angebot. Alle Käufer, die etwas bestimmt suchen, sind die Nachfrage.

Wenn nun der Verkäufer sieht, daß seine Ware viel gefragt wird und keine unterbietende Konkurrenz da ist, so kann er seinen Preis ziemlich hoch stellen, er wird seine Sachen doch los. Die steigende Nachfrage steigert also den Preis. Steigert er aber seinen Preis höher, als den Käufern die Sache wert ist, so werden manche vom Kauf absehen, die Nachfrage läßt wieder nach. Er wird erst wieder mehr Käufer erhalten, wenn er den Preis herabsetzt. Der Preis wirkt also, wie oben gesagt, wieder regulierend auf Angebot und Nachfrage.

Sieht nun aber im Gegenteil der Verkäufer, daß seine Ware wenig gefragt wird, und ist vielleicht außerdem noch viel Konkurrenz da, so wird er von vornherein gut tun, nicht einen möglichst hohen, sondern einen möglichst niedrigen Preis zu fordern, sonst findet er keine Käufer. Er wird allerdings nicht unter den oben erwähnten Herstellungspreis herabgehen können, sonst verkauft er lieber garnicht, denn dann verdient er nichts oder setzt gar Geld dabei zu.

Vom Standpunkt des Käufers sieht die Sache so aus: Alle Käufer, welche mit der bestimmten Absicht, etwas zu kaufen, auf den Markt kommen, machen sich einen Preis, den sie höchstens anzulegen gedenken. Ist großes Angebot da und wenig Käufer, vielleicht sogar ein erhebliches Überangebot, so kaufen sie billig. Wenn die Käufer Geld genug haben und die Ware sich auf Vorrat kaufen läßt, so werden sie die günstige Gelegenheit benutzen und mehr kaufen als sie ursprünglich wollten. Es werden aber auch diejenigen, welche, wie wir oben der Deutlichkeit wegen sagten, hauptsächlich „gaffen“ wollten, die günstige Gelegenheit benutzen und kaufen. So wächst die Nachfrage ungeahnt, die Verkäufer sehen, daß sie ihre Vorräte schnell absetzen und sie erhöhen allmählich die Preise und die Nachfrage wird wieder nachlassen. Der Preis wirkt also auch hier wieder regulierend auf Angebot und Nachfrage.

Wenn wir in einer großen Tageszeitung die Börsen- und Marktberichte durchlesen, können wir sehen, wie sich an den großen Märkten für Vieh, Getreide und andere