

gegeben, auf Grund der niedrigeren Unkosten den Ladenverkaufspreis zu unterbieten. Erfahrungen hierin liegen gerade im Uhrengewerbe vor, wir erinnern nur an die Friedenszeit, wo die Verkaufspreise der Omega-Uhren auf Plomben angegeben waren, und wo dieser plombierte Verkaufspreis gerade dazu benützt wurde, um ihn unter Hinweis auf den vorgeschriebenen Preis zu unterbieten. Die nächste Folge ist Angeberei und so die Zerstörung der Moral eines ganzen Gewerbes.

Es wäre ferner noch zu untersuchen, ob nicht gegenwärtig die Festsetzung von festen Verkaufspreisen gegen die Kartellverordnung verstößt. Soweit ich übersehen kann, verstößt die Festsetzung eines festen Preises und die Androhung von Strafen für Unterbietung dagegen, es sei denn, daß man die Genehmigung des Vorsitzenden des Kartellgerichtes erlangt. Zum mindesten braucht man diese Genehmigung, wenn man Verstöße gegen den Ladenverkaufspreis durch Sperrung des Bezuges oder durch sonstige Strafen ahnden will.

Die Erfahrung zeigt ferner bei den Markenartikeln, daß zunächst der Ladenverkaufspreis so festgesetzt wird, daß ein auskömmlicher Rabatt für den Einzelhandel verbleibt; aber nur solange, bis diese Markenware wirklich eingeführt ist, dann beginnt die allmähliche Kürzung des gewährten Rabattes, da der Einzelhandel ja sowieso gezwungen ist, die Ware zu führen, weil sie von der Kundschaft verlangt wird. Dem Fabrikanten, dem das Ziel der Umsatzsteigerung das naheliegendste ist, fällt diese Rabattkürzung um so leichter, als sie ja nicht aus seiner Tasche bezahlt werden muß, sondern weil sie auf Kosten des Einzelhandels geht.

Man sollte sich deshalb aus allen diesen Gründen im Einzelhandel sehr überlegen, auch nur für eine kleine Gruppe, den allgemeinen festen Ladenverkaufspreis fest-

zusetzen. Ein Beispiel, von uns selbst gegeben, würde sicher genügen, um die Fabrikanten zu veranlassen, das Gleiche zu tun. Der Fabrikant wird zunächst den augenblicklichen Vorteil darin sehen, weil er mit der Festsetzung des Ladenverkaufspreises den stärksten Einfluß auf das Einzelhandelsgeschäft selbst bekommt. Blickt er jedoch weiter, so muß er sich sagen, daß mit der Festsetzung von Ladenverkaufspreisen die Axt an den selbständigen Fachhandel gelegt wird. Uhren sind eine Ware, die am besten durch den Fachhandel verkauft wird, weil er so viel Aufgaben beim Verkauf zu erfüllen hat, die durch den reinen Händler oder durch den Fabrikanten selbst nicht erfüllt werden können.

Wenn man glaubt, daß es notwendig wäre, Mittel und Wege zu suchen, den allgemeinen Umsatz in Uhren zu heben, so muß man andere Wege gehen. Es gibt deren eine ganze Menge. Ich nenne nur Gemeinschaftspropaganda, zielbewußt durchgeführt und genügend finanziert, Ausbildung in kaufmännischer Beziehung, Förderung der Bestrebungen, die Ware richtig zum Kauf anzubieten (Schaufensterdekoration, Ladenausstattung) und allgemein Hebung des Nachwuchses selbst. Das sind zunächst einmal die dringendsten Aufgaben, die im Zusammenarbeiten aller Beteiligten gelöst werden müssen. Eine besondere Aufgabe hat der Fachhandel in der kleineren Stadt zu lösen, weil hier für ihn das Problem auftritt, wie er die Abwanderung seiner Käufer in die Großstadt eindämmen kann. Auch hierauf ist in München schon deutlich und eindringlich hingewiesen worden, allerdings soweit ich übersehen kann, ohne irgendeinen Erfolg.

Wir lassen uns immer zu viel von der Not treiben, besser wäre es, wenn wir die Not kommen sehen und dann mit aller Kraft rechtzeitig einen Damm dagegen errichten!

Wann ist eine Bilanz gesund?

Von A. H. Filius in Fa. C. Filius, Berlin

Der Jahresabschluß soll dem Geschäftsmann einen Einblick in den Stand seiner Finanzen gewähren. Dabei werden Aktiva und Passiva gegenübergestellt, und man kommt dann zu dem Ergebnis, welche Zunahme oder Verminderung das Geschäftskapital erfahren hat. Nicht immer ist aber eine Bilanz, welche eine Zunahme des Kapitals aufweist, gesünder als die frühere, welche einen geringeren Vermögenswert aufzeigte. Es mag das an einigen Beispielen kenntlich gemacht werden. Eine Bilanz wie folgende wäre als gesund zu bezeichnen:

Aktiva		Passiva	
Warenlager . . .	20 000,— Mk.	Warenschulden . . .	8 000,— Mk.
Außenstände . . .	3 000,— "	Darl.v.Freunden . . .	1 500,— "
Bargeld	1 000,— "	Vermögen	13 000,— "
	<u>24 000,— Mk.</u>		<u>24 000,— Mk.</u>

Die zweite Bilanz wäre jedoch als ungesund zu bezeichnen:

Aktiva		Passiva	
Warenlager . . .	38 000,— Mk.	Warenschulden . . .	25 000,— Mk.
Außenstände . . .	4 000,— "	Darl.v.Freunden . . .	2 000,— "
Bargeld	1 000,— "	Vermögen	16 000,— "
	<u>43 000,— Mk.</u>		<u>43 000,— Mk.</u>

Obwohl in der zweiten Bilanz das Vermögen ein größeres ist, muß dennoch diese Bilanz als bedeutend ungünstiger angesehen werden als die erste. Die Banken, welche eine große Erfahrung bei Beurteilung von Bilanzen haben, sind viel eher geneigt, einem Geschäftsmann auf Grund der ersten Bilanz einen Kredit einzuräumen, während sie es bei der zweiten

Bilanz sicher ablehnen würden. Der Grund ist darin zu suchen, daß das Warenlager als nicht sofort realisierbar betrachtet wird und bei einem sofortigen Verkauf des Warenlagers gegen Kasse erfahrungsgemäß höchstens 50% zu erzielen sind. Die Banken rechnen so:

Bilanz 1	
Warenlager . . .	20 000,— Mk., davon 50% . . . = 10 000,— Mk.
Außenstände . . .	3 000,— Mk. abzügl. 10% für etwaige Verluste 2700,— "
Kasse	1 000,— "
	<u>13 700,— Mk.</u>

Dem gegenüber stehen nur 9 500,— Mk. Schulden. Die Bilanz ist gesund.

Bilanz 2	
Warenlager . . .	38 000,— Mk., davon 50% . . . = 19 000,— Mk.
Außenstände . . .	4 000,— Mk. abzügl. 10% für etwaige Verluste 3 600,— "
Kasse	1 000,— "
	<u>23 600,— Mk.</u>

Dem gegenüber stehen 27 000,— Mk. Schulden¹⁾. Die Bilanz ist ungesund.

Ein zweites Merkmal, ob ein Detailgeschäft lebensfähig ist, kann unter den heutigen Verhältnissen aus der einfachen Tatsache beurteilt werden, welches Ziel im Durchschnitt in Anspruch genommen werden muß. Wenn ein Detaillieur nach Ablauf des Zieles von 3 Monaten mit

¹⁾ Die Schulden sind in voller Höhe einzusetzen. Die Banken bezeichnen diese (neben dem Bargeld) als „einzig reelle Zahl“, an der nichts abzuzwicken ist.