

Weltmarktpreise und Goldmarkpreise

Der angemessene Goldmarkpreis

Eine Frage, die heute auch weitere Kreise interessiert, ist die, ob die deutschen Inlandspreise die Weltmarktpreise überschritten haben und inwieweit sie in ihrer Höhe angemessen bzw. gerechtfertigt sind.

Als gewisser Anhaltspunkt für die Beurteilung des angemessenen Goldmarkpreises kann der Vorkriegsgoldmarkpreis, d. h. der Preis des Jahres 1913, dienen, wenn man sich dabei zwei wichtige Tatsachen vergegenwärtigt. Die eine ist diese: Deutschland ist in das System der Weltwirtschaft einbezogen und daher in einem starken Maße von der Preisbewegung auf dem Weltmarkt abhängig. Auf dem Weltmarkt ist eine echte Teuerung gegenüber 1913 zu beobachten, deren Grad nicht nur innerhalb der einzelnen Wirtschaftsgruppen, sondern fast bei jeder einzelnen Ware einen anderen Grad aufweist. Nehmen wir als Beispiel für die Veränderung des Preisniveaus auf dem Weltmarkt England, so ergibt sich dort für Oktober 1923, den Preisstand von 1913 mit 100 angenommen, eine Hebung des Preisniveaus des Großhandels auf 158, des Kleinhandels auf 175. In der Schweiz betrug laut einer Zusammenstellung des „Berliner Tageblatt“ die Indexzahl für November 181,6 (1914 = 100), für Amerika 162, für Holland 145, für Frankreich 420,4, für die Tschecho-Slowakei 964.

Es ist einleuchtend, daß, soweit die deutsche Produktion auf ausländischen Rohstoffen aufgebaut ist, die deutschen Produktionskosten zwangsläufig an der Teuerung auf dem Weltmarkt teilnehmen.

Neben den weltwirtschaftlichen Zusammenhängen muß auf die Eigenbewegung der Selbstkostenfaktoren der deutschen Wirtschaft bei der Verwendung der Preise von 1913 als Vergleichsmaßstab Rücksicht genommen werden. An besonderen

Verteuerungsfaktoren der deutschen Wirtschaft

sind gegenüber dem Ausland und dem Deutschland von 1913 zunächst zu verzeichnen die Einführung und die Erhöhung einzelner Steuern, insbesondere die Einführung der zweiprozentigen Umsatzsteuer, die erhöhten Leistungen für die soziale Versicherung, die Belastung der Wirtschaft auf allen Stufen mit einer Reihe unproduktiver Arbeiten, von denen mit der Einführung der Wertbeständigkeit zwar viele verschwinden, andere jedoch zunächst noch fortwirken werden. Andere Verteuerungsmomente kommen von der Geldseite her, wie der höhere Zinssatz, den die deutsche Wirtschaft infolge ihrer Verarmung aufbringen müssen. Von Bedeutung sind auch die Verteuerung der Kohle und die Veränderung der Frachten, die auch nach Einführung der Goldtarife, Getreide um 47 %, Kohle um 83 %, höher geworden sind als im Frieden. Außerdem sind eine Reihe wichtiger Ausnahmetarife in Wegfall gekommen, und vielfach muß statt des billigeren Bezuges in vollen Wagenladungen jetzt der teure Stückgutbezug treten. In diesem Zusammenhang muß noch der Rückgang der Arbeitsleistung erwähnt werden, die zum mindesten in einzelnen Produktions-

zweigen nicht bestritten werden kann, so sehr auch die Meinungen über die Gründe dieses Rückganges verschieden sein mögen. An

Verbilligungsmomenten

sind auf der anderen Seite einzusetzen die gegenüber dem Ausland und dem Frieden wesentlich niedrigeren Mieten und vor allem aber der bekanntlich sehr große Unterschied zwischen Goldlöhnen des Inlandes und Auslandes, die, soweit Inlandsprodukte in Frage kommen, deswegen sehr mitsprechen, weil sich schließlich der Preis eines jeden Produktes zum großen Teil in Löhne auflösen läßt, und soweit Inlands-löhne in Betracht kommen, diese Differenzierung gegenüber dem Ausland auch in den Preisen sich ausdrücken mußte.

Man muß sich also stets zwei Wahrheiten vor Augen halten. Die eine ist die, daß das

Preisniveau von 1913 der Vergangenheit angehört

und sich, abgesehen von wenigen Waren, in absehbarer Zeit nicht mehr wird erreichen lassen, solange das Weltmarktpreisniveau seine jetzige Höhe behält und sich die Arbeitsleistung im Inland nicht auf die Vorkriegshöhe gehoben hat. Die andere ist die, daß letzten Endes das Gesetz von Angebot und Nachfrage die Preise wirksamer beeinflußt als jeder behördliche Eingriff. Da die Arbeits-einkommen, wie bei ihrer Umstellung auf Gold nur zu klar geworden ist, an Kaufkraft wesentlich eingebüßt haben, wird das Verhältnis von Angebot und Nachfrage schon aus diesem Grunde eine wesentliche Verschiebung zuungunsten des Angebots erfahren. Mit Einführung der Wertbeständigkeit ist aber auch der Verbraucher nicht, wie bisher, gezwungen, sein Geld sofort in Ware umzutauschen. Er kann vielmehr in Ruhe, auch bei der Deckung seines täglichen Bedarfs, Preisvergleiche anstellen, die ihm durch die Auszeichnung der Geschäfte in Goldmark ermöglicht werden. Die ruhige Ueberlegung, ob ein Preis angemessen ist, die Wahl des günstigsten Angebots, müssen das Hasten der letzten Monate bei der Bedarfsdeckung ablösen. Die Möglichkeit, zu sparen, wird auf die Ausnutzung der Arbeitsleistung anregend wirken, und Arbeitsamkeit und Sparsinn gemeinsam werden der Uebersetzung der Preise Herr werden.

*

Die vorstehenden Ausführungen finden sich zum Teil wieder in einem Rundschreiben des Reichswirtschaftsministeriums an die Regierungen der Länder und der mit der Preisüberwachung betrauten Behörden. Der „Tag“ schreibt noch dazu: „Es muß dabei betont werden, daß der praktisch am leichtesten durchführbare Weg zur Herabsetzung der Grundpreise der ist, daß Geld und Zahlungsmittel weiter knapp bleiben, damit die Möglichkeit einer Material- oder Geldhamsterung fortfällt, womit die Nachfrage nachläßt. Fehlende oder geringe Nachfrage aber führt zu sinkenden Preisen.“

Das Weihnachtsschaufenster

Bewegliche Schaufensterreklamen – Die Ausstellung der optischen Abteilung – Tricks bei der Ausstellung von Taschenlampen und Feuerzeugen

In der Weihnachtszeit sind, wie schon in der vorigen Nummer bemerkt, bewegliche Schaufensterreklamen sehr beliebt. Sie haben ihre Vor- und Nachteile. Was es früher auf diesem Gebiete gab, war meist als Kitsch anzusprechen, der nur die Kinder anzog, aber keinen Reklamewert hatte. In der letzten Zeit sind dagegen einige Schaufensterreklameapparate auf den Markt gekommen, die recht zweckmäßig sind und auch mit Vorteil in den Schaufenstern unseres Faches verwendet werden können.

Da ist zunächst (Abb. 1) der beliebte Fensterklopferkavalier, der mit der Fußspitze an die Fensterscheibe klopft, den Kopf und

die Augen bewegt und das Gesicht spaßig in Falten zieht. Gleichzeitig dreht sich langsam die Plakatsäule, die sechs, abends von innen beleuchtete Flächen hat, die mit Inschriften versehen werden können. Zweckmäßig wird man aber auf jeder Fläche eine Taschenuhr oder ein Schmuckstück nebst Preisangabe oder Erklärung unterbringen, denn man muß sich immer vergegenwärtigen, daß die beweglichen Reklameapparate zunächst zwar das Publikum anziehen sollen, dann aber nicht um ihrer selbst willen zur Betrachtung ausgestellt sind, sondern den Blick auf die Waren lenken sollen. Wenn das Publikum nur den Reklameapparat ansieht und nicht die Waren, so ist uns