

Die Organisation der Inventurverkäufe

Wer Gelegenheit hat, Fachblätter der verschiedensten Geschäftszweige, namentlich der Textilindustrie, zu lesen, findet jetzt darin Aufsätze, die sich mit der Organisation der Inventurverkäufe im Januar beschäftigen. Der Inventurverkauf ist in anderen Geschäftszweigen nicht mehr das, was er eigentlich sein soll, nämlich die Abstoßung der in der Inventur zurückgesetzten Waren, sondern der Inventurverkauf ist heute ein mächtiges Propagandamittel, um Käufer in den Laden hereinzuziehen. Es wird bezweckt, die Kaufkraft, die nach Weihnachten überhaupt noch vorhanden ist, für das eigene Gewerbe zu retten. Daß das in einem großen Umfange gelingt, ist unbestreitbar. Ganz nachdrücklich wird das unseren Kollegen vor Augen geführt, wenn sie die leere Ladenkasse im Januar anschauen. Die Verhältnisse richtig erkennen, heißt, sich richtig einstellen, heißt, innere Hemmungen überwinden und sich den jetzigen Zeitverhältnissen anpassen.

Inventur zu machen ist eine Notwendigkeit des Uhreneinzelhändlers. Zum größten Teil führt er ja nicht nur Uhren, sondern alle möglichen Nebenartikel — um so nötiger für ihn, sich Generalrechenschaft über sein Warenlager abzulegen. Aber auch die immer strengeren Steuervorschriften zwingen dazu, sein Warenlager richtig einzuschätzen, um sich nicht selbst zu betrügen und um den Anforderungen der Finanzämter gerecht zu werden oder Einwendungen stichhaltiges Beweismaterial entgegenzuhalten. Derartiges Beweismaterial wird bei der nächsten Einkommensteuererklärung im Hinblick auf die vielfachen Veränderungen in den abgelaufenen Jahren sehr notwendig sein. Man denke an den Fortfall der Luxussteuer, die, soweit die Steuer beim Hersteller erhoben wurde, eine erhebliche Preisminderung der Ware zur Folge hatte. Man halte sich die Preisentwicklung der Ware vor Augen, die eine ständig fallende gewesen ist. Alles das zusammengekommen, dazu der Rückgang des Umsatzes im abgelaufenen Jahre, wird einen Verlust für 1926 ergeben. Daß an diesen Verlust das Finanzamt nicht ohne weiteres glauben wird, wird jedem klar sein und deshalb heißt es, die nötigen Unterlagen schaffen, um diesen Beweis einwandfrei führen zu können. Wer nach unserem Rat zum mindesten unsere Verbandsbuchführung eingeführt hatte und wer jetzt eine sorgfältige Inventur seines Warenlagers vornimmt, wird diesen Beweis führen können und den Nutzen von der geringen Mehrarbeit, die er auf sich nahm, ernten.

Aber nicht nur in steuerlichem Interesse, sondern vielmehr im eigenen Geschäftsinteresse heißt es, Inventur machen. Es muß einmal großes Reinemachen veranstaltet werden, um alle Ueberbleibsel aus der Inflation und der Zeit nach der Inflation zu beseitigen. Es heißt, sehr viele Waren in ihrem Werte richtigstellen; es heißt, die Ware auszuscheiden oder in ihrem Werte auf den richtigen Stand zu bringen, die in den letzten Jahren von den Fabriken fabriziert wurden, ohne Rücksicht auf die veränderten Verhältnisse, namentlich auf die veränderte Kaufkraft. Ganze Preislagen haben sich verändert. Die Geschmacksentwicklung hat tief in unseren Geschäftszweig eingegriffen, eine Umschichtung der Kundschaft ist fast in jedem Geschäft zu beobachten. Die Kaufkraftsänderung unserer Kundschaft muß in ein richtiges Verhältnis zu unserem jetzigen Warenlager gebracht werden. So gibt es tausend Gründe, die die Notwendigkeit einer ganz gründlichen Inventur unterstreichen. Wer diese Notwendigkeit heute noch nicht erkennt, für den dürfte es im nächsten Jahre zu spät sein.

Wie wir oben schon sagten, bedeutet der Inventurverkauf für andere Branchen die Belebung des Verkaufs in einem verhältnismäßig sehr stillen Geschäftsmonat; be-

deutet, den Anreiz schaffen, wieder Geld, trotz allem, auszugeben.

Wir sollten daraus folgern, daß wir uns anders einstellen müssen als bisher. Vielfach ist ja heute auch bei unseren Kollegen noch Widerstand gegen die Inventurverkäufe festzustellen. Dieser Widerstand beruht weniger darauf, daß man die Zweckmäßigkeit der Inventurverkäufe nicht einsieht, sondern weil man fürchtet, daß es zu Ausschreitungen innerhalb der eigenen Kollegenschaft kommen würde. Das wäre allerdings zu bedauern, denn nur ein organisierter und disziplinierter Inventurverkauf wird zur Gesundung des Gewerbes beitragen. Ein derartiger Inventurverkauf ist heute Notwendigkeit; aber nicht der einzelne darf es nur tun, sondern alle. Tut es nur der einzelne, so wird die Wirkung verpuffen und für alle nur ein Schaden übrigbleiben. Tun es alle, so bekommt dadurch der Inventurverkauf des Uhreneinzelhandels Stoßkraft und Werbekraft; dann bedeutet er Eintreten in den Kampf der einzelnen Gewerbe um die Kaufkraft des Publikums, dann bedeutet er Erwachen, dann bedeutet er Erfolg!

*

Wie sollen wir einen Inventurverkauf organisieren? Zunächst wird man sich die Frage vorlegen müssen: Welche Waren kommen überhaupt in Frage? In zweiter Linie wird man dem Schaufenster seine besondere Aufmerksamkeit widmen müssen, drittens muß man im Laden Umstellungen vornehmen, viertens muß man Gemeinschaftsreklame durch Plakate und Anzeigen machen. Zu empfehlen ist, wo es möglich ist, ein Zusammengehen mit den Goldschmieden. Zweckmäßigerweise wird man vor Beginn des Inventurverkaufes die Kollegenschaft zusammenerufen, um sich über die Durchführung zu verständigen, namentlich sich zu verständigen über die Grundsätze, nach denen Ware heruntergesetzt werden muß und nach welchen Grundsätzen man überhaupt die Wareauswahl treffen will.

Zunächst wird man die Lagerdauer der Ware selbst berücksichtigen müssen. Alle Waren aus dem Jahre 1925 kommen für den Inventurverkauf in Frage, es sei denn, es handelt sich um absolut kurante, der Mode nicht unterworfenen Ware, wie z. B. die traditionelle Gebrauchsuhr, die Glashütter Uhr od. dgl., die für den Inventurverkauf überhaupt nicht in Betracht kommen. Schmuckware aus dem Jahre 1925 und früher wird vielfach reif für den Inventurverkauf sein. Bei dem Durchsehen des Warenlagers in bezug auf die Lagerdauer wird man ferner gleich feststellen müssen, daß diese Ware noch in einer unmöglichen Preislage ausgezeichnet ist. Die Ware ist seit dem Jahre 1925 zu einem guten Teile erheblich im Preise zurückgegangen oder es wird heute Ware auf den Markt gebracht, die in ihrem Aussehen und in der Qualität viel besser ist als die frühere Ware, dabei aber im Preise sich niedriger stellt. Es ist von der Kundschaft nicht zu verlangen, daß sie die teure, nicht so vorteilhafte Ware kauft und die neue, vorteilhafte Ware liegen läßt. Sie muß der modernen Ware im Preise angepaßt werden, die Gelegenheit dazu



BRIEF-ADR C.FILIUS-BERLINC19 * TELEGRAMM-ADR UHRENLAGER-BERLIN

Ob Taschenuhr . . . Ob Armbanduhr . . . Von Filius nur!