

fressenden Schuld, um eine Erlösung für Schuldner und Gläubiger. Es ist freilich ein schönes Gefühl, rundum voll mit Ware zu sitzen und dem Kunden zu imponieren. Wer aber nicht genug Geld für solchen Aufwand hat, muß darauf verzichten; es geht auch mit weniger.

Man mache sich nur einmal eine Statistik über das, was verkauft ist, und die Erkenntnis wird kommen, daß es immer nur bestimmte Waren sind, die sich wirklich „umsetzen“. Auf den Verkauf einer oder der anderen sporadisch einmal abgehenden Ware muß man verzichten können, wenn der Kunde nicht mit der Beschaffung zufriedenzustellen ist. Für Ware, die sich schwer verkauft, kaufe man keinen Ersatz, auch nicht anderer Art; das ist schon eine kleine Verbesserung der Lage. Es mag schwer fallen, jedoch wie soll sonst das Lager verkleinert werden? Kein Ersatz für das, was nicht kurrant in diesem Geschäft ist, denn es liegt oder hängt doch nur tot!

In einem früheren Artikel, der über Wechsel handelte, stand bereits, daß ein Aufhören des Wechselgebens Verkleinerung des Lagers sein müßte; es führt demnach nur ein Weg nach diesem Rom, welches für alle leichtere Zeiten bedeuten könnte, er heißt: Verkleinerung des Lagers, Zahlung der alten Schuld, Eingehen neuer Verbindlichkeiten im Rahmen des eigenen Vermögens oder nur so weit darüber hinaus, daß kein kostspieliger Kredit in Frage kommt. Dagegen natürlich Ersatz der verkauften kurranten Ware in kleinen, öfteren Posten, wie es der Bedarf erfordert, ohne dadurch den Lagerwert zu vergrößern.

Für eine wirklich schnelle Hilfe geht das noch langsam genug. Es ist daher zu bedauern — weil kaufmännisch kurzsichtig —, daß ein Ausverkauf der älteren Muster zu herabgesetzten Preisen so viele Gegner findet, ja sogar als nicht brancheüblich gilt. Besonders schlaue Kollegen wissen sich natürlich zu helfen, aber die anderen bleiben Gegner einer solchen notwendigen Reinigung, und infolgedessen Besitzer ihrer Ladenhüter, bis letztere zu Null Reichsmark abgeschrieben werden müssen, oder bei einer Verwertung des Lagers (im Nachlaß oder bei Verkauf) eben nicht höher eingesetzt werden können.

Es ist kaum anzunehmen, daß dem Uhrengeschäft dadurch ein wirklicher Schaden entstehen würde, weil es sich doch immer um eine besondere Kundschaft handelt, die das reguläre Geschäft nicht betrifft, sondern Gelegenheiten sucht, ihren Bedarf zu decken. Der Schaden wird überschätzt, weil es sich um etwas Neues handelt.

Welches Modehaus hat noch einen Rock oder ein Stück Ware vom Vorjahre? Wir werden sehen, wie diese Branche die kurzen Kleider abstoßen wird, ehe sie infolge der „längeren Mode“ unverkäuflich sind.

Reklame

Mehr denn je im Jahre wird jetzt kurz vor Weihnachten geworben. Das ist richtig, denn gerade diese Wochen sind die Zeit, wo am meisten gekauft wird und es darauf ankommt, durch geschickte Reklame den Kunden in sein Geschäft zu seinen Waren zu ziehen. Alle Geschäfte, die ihre Reklame nach einem im voraus ausgearbeiteten Etat machen, werden gerade für diese Zeit besondere Summen eingesetzt und sich überlegt haben, in welcher Weise sie die Reklamegelder verwenden. Jetzt ist aber auch die Zeit, wo Firmen, die sonst das ganze Jahr nicht inserieren, einmal eine Anzeige aufgeben. Diesen Umstand machen sich nun sogenannte „Reklameverlage“ zunutze und geben während der letzten Wochen vor Weihnachten „Reklameanzeigen“ heraus.

Dieser Reklameanzeiger ist gewöhnlich ein vierseitiges Zeitungsblatt, auf dessen erster Seite entweder eine be-

Die Uhrenbranche, mit ihrem neuerlich starken Modewechsel, könnte wirtschaftlich gar nicht klüger tun, als allen alten Brassel nach Weihnachten zum Ausverkauf zu stellen. Begründen läßt sich solcher Ausverkauf, sogar in einer Weise, die dem Publikum logisch erscheint. Solche Waren sind doch nur „Zinsenfresser“ und hindern das Geschäft, sich modern zu halten und das in genügender Auswahl zu führen, was das Publikum kaufen möchte. Jede andere Branche „haut sie hinaus“; unsere Freunde aber behalten sie in schützender Obhut, setzen bei jeder Inventur den Einkaufspreis als Wert ein, und rechnen sich auf diese Art einen Reichtum heraus, den sie gar nicht besitzen.

Ich glaube nicht zu irren, daß vor einigen Jahren schon einmal der Vorschlag gemacht wurde, die Uhrmacher einer Stadt möchten nach Weihnachten einen Kollektivausverkauf machen. Damals hat er keinen Widerhall erzeugt. Die Läger haben sich inzwischen in ihrer Gesamtheit nicht verkleinert, die Schulden aber vergrößert, und zwar so vergrößert, daß die Branche von unten bis oben fest sitzt, und die Industrie in die Hände der Banken gekommen ist. Vielleicht ist die Zeit auch heute noch nicht gekommen, aber als Ultima ratio wird dieser Weg sicher noch einmal beschriften.

Wenn es nur drei Jahre hintereinander gelänge, durch Ausverkäufe im Januar jedesmal 20% der Läger außerordentlich abzusetzen, dann hätten wir alle flüssiges Geld, Uhrmacher, Grossisten und Fabrikanten. Unsere Branche krankt daran, daß ihr gesamtes Kapital in zu großen Lägern festliegt. Die unendliche Streckung des Kapitals durch Wechsel ist ein Nothelf, der zu keinem guten Ende führen kann, wenn nichts geschieht. Wir zappeln alle in Bankhänden; wenn die eines Tages nicht mehr wollen, dann hilft kein guter Wille der Zwischeninstanzen. Daß sie drücken, merkt man schon, trotzdem sie gut daran verdienen; daß sie uns nicht erdrücken, liegt in ihrem Interesse.

Was hier dargestellt und als Abhilfe empfohlen wird, ist ein natürliches Heilverfahren. Es scheint von allen, die versucht werden könnten, am aussichtsreichsten. Daß etwas getan werden muß, ist doch klar, es kann in dieser Art nicht weitergehen. Wir werden uns im Laufe des nächsten Jahres darüber sprechen, wenn sich Weihnachts- und Neujahrsgeschäft finanziell ausgewirkt haben werden.

Wir brauchen Geld in die Branche, aber nicht wieder als Schuld durch Pump, sondern als freigemachtes eigenes Geld von unseren Lägern. Diese zu verkleinern, von ihrem schwer umsetzbaren Ballast zu befreien, ist eine Lebensbedingung. (I/69)

langlose Weihnachtsgeschichte erzählt wird oder ein Rundgang in den Geschäften, die im Anzeiger inseriert haben und die von ihnen geführten Waren beschrieben werden. Jetzt ist die Zeit, wo die Herausgeber solcher Anzeiger in den einzelnen Geschäften vorsprechen. Sie erzählen z. B., daß ihr Anzeiger viermal vor Weihnachten, und zwar jede Woche einmal, umsonst verteilt wird. Sie weisen dann gewöhnlich auf ihre niedrigen Anzeigenpreise gegenüber denen einer Tageszeitung hin. Die Billigkeit verleitet nun sehr viele Geschäftsleute dazu, auch in einem solchen Anzeiger ein Inserat zu veröffentlichen.

Ist das nun klug und richtig gehandelt? Keineswegs, denn das Geld dafür wird zum Fenster hinausgeworfen und belastet das Geschäft nur unnötig. Kein Mensch wird eine Zeitung, die nur Inserate bringt, lesen. Gewöhnlich wird der Anzeiger sogar bei den einzelnen