

senkung mit ihrer Absatzvergrößerung würde weiter die Zurückleitung der Arbeitslosen ermöglichen. Durch höhere Nominallöhne die Kaufkraft steigern zu wollen, beschleunigt nach den Erfahrungen, die gemacht wurden nur die Rationalisierung, und erhöht die Arbeitslosigkeit, wenn sich auch die Kaufkraft des Restes der Beschäftigten steigert. Der einzige Nachteil der Preisherabsetzung wäre, daß die Geldschulden eine schwerere Last würden, da die zur Abtragung und Verzinsung nötige Warenmenge bei gesenkten Preisen größer ist. Das wird aber um so leichter zu ertragen sein, je schneller der Preissenkungsvorgang beendet ist, weil dann der Käufer nicht mehr auf noch niedrigere Preise wartet und seinen Kauf bis dahin einstellt, sondern eher eine Steigerung erwarten kann. Bei einsetzendem Geschäft läßt sich verdienen, was an Geldschulden verloren wurde.

Auch für Amerika erklärt man sich das Nachlassen des Verbrauchs durch eine erhöhte Sparsamkeit der Bevölkerung, die aus allerlei Ursachen große Verluste an ihrem Sparkapital erlitten hat. Vorher war der Verbrauch durch die bekannte, auch bei uns versuchte Konsumfinanzierung aufgebläht, gleichzeitig aber auch die Produktion über das Maß dieser Kaufkraftsteigerung hinausgetrieben worden, was die gewaltige Kapitalzufuhr seit dem Kriege nach Amerika gestattete.

In Deutschland kommt die Neigung des Publikums, zu sparen, dem Bedürfnis entgegen; wir brauchen eine stärkere Kapitalbildung, woraus wir aber die praktische Lehre ziehen sollten, so wenig wie möglich dieses Kapital ins Ausland zu lassen, d. h. alle nicht unbedingten Bedürfnisse durch Bezug von Inlandswaren zu befriedigen. Die Aktivität unserer Handelsbilanz, aus deren Wert wir doch nur die Kriegsverpflichtungen bezahlen können, wenn wir nicht durch Verbrauch unserer Substanz ganz und gar verarmen sollen, muß durch die Einstellung der Bedarfsdeckung des einzelnen aufrechterhalten werden. Kein anderes Land hat diese Rücksicht nötig, und so soll man es auch ablehnen, wenn solche bedingten Einschränkungen zu Bedrückungen von anderen Seiten benutzt werden, die solche Maßnahmen nicht nötig und nicht Tausende von Millionen aus ihren Ersparnissen oder Erträgen abzuführen haben. Jede Ermäßigung dieser Lasten vermindert in gleichem Maße den Sparzwang und verstärkt die Kaufkraft, und so zeigt es sich, wie diese Zahlungen auf unser Wohlbefinden einwirken, wenn sie auch von manchem, weil sie, an den Zahlen des Staatshaushaltes gemessen, klein sind, als leicht bezahlbar bezeichnet werden. Wir müssen um diesen Betrag Ware ohne jede Gegenleistung ausführen; bedenke das, wenn du ein Deutscher bist! (I/484)

Uhrmachers Osterwerbung

Von Wilhelm Böttcher

Kollege Fortschritt gedachte seinem Namen im neugegründeten Geschäft alle Ehre zu machen. Zwar hatte ihm die Weihnachtszeit wenig eingebracht, aber das lag daran, daß er in der kurzen Zeitspanne seit Eröffnung seines Ladens noch nicht die richtige Fühlungnahme mit der Kundschaft gewonnen hatte. Für eine kräftige Anzeigenwerbung hatte ihm bislang das Geld gefehlt, aber im neuen Jahr sollte das alles nachgeholt werden. Seine Kollegen am Platze sollten sich wundern, wenn er mit seiner Osterwerbung einsetzte!

Übrigens, was seine Kollegen betraf — er wußte recht gut, daß auch sie in dem Wettlauf um des Kunden Gunst nicht allzu günstig abgeschnitten hatten. Ungünstiger vielleicht noch, als durch die schlechte Wirtschaftslage zu erklären war. Kollege Fortschritt war es schon in der ersten Innungsversammlung, die er besuchte, aufgefallen, daß man sich allgemein in düsteren Prophezeiungen erging. Und er glaubte den Grund dafür entdeckt zu haben, sooft er sich die Inserate seiner Wettbewerber in den hiesigen Tageszeitungen ansah. Der gleiche Pessimismus, der jede Innungsversammlung zu einer trübseligen Angelegenheit machte, drückte sich hier in schlechten Klischees, unzulänglichen Texten und mangelndem Kaufappell aus. Waren das noch „Werbetexte“, die seine Kollegen in dem kostspieligen Anzeigenraum unterbrachten? Visitenkarten waren es, und nicht einmal gute. Die trockene Aufzählung des halben Warenlagers, „illustriert“ durch ein in jahrelanger Benutzung zerquetschtes Klischee, lockte keinen Hund hinter dem Ofen hervor, geschweige denn einen Käufer ins Uhrgeschäft!

Da wir gerade vom Warenlager reden — Kollege Fortschritt hatte auch hier ein Haar in der Suppe gefunden. Ohne es zu wissen, war er doch fest davon überzeugt, daß alle seine Kollegen die vielgerühmte Lagerkartei des Zentralverbandes nur aus den Erwähnungen in der UHRMACHERKUNST kannten. Jegliche Übersicht über die einzelnen Artikel, die Kontrolle über ihre Umschlagshäufigkeit mußte ihnen abhanden gekommen

sein. Wäre es sonst möglich, daß die meisten sich noch mit Ladenhütern abplagten, die schon seit Jahren unmodern waren und Jahr für Jahr nicht nur die Inventaraufstellung, sondern auch die Auslage verschandelten? Kein Wunder, wenn Zorn und Verzweiflung den bedauernswerten Uhrmacher plagten und er sich auf gewaltsame, nichtsdestoweniger unheilvolle Weise seiner Plagegeister zu entledigen suchte!

Kollege Fortschritt dachte hierbei an denjenigen „Kollegen“, der vor Weihnachten auf halbseitigen Inseraten einen Sonderrabatt von 10 % angekündigt hatte. Die Folgen dieses tollkühnen Entschlusses waren verheerend gewesen! Nicht nur für die übrigen Fachgeschäfte, die einen erheblichen Teil ihrer Umsatzeinbuße diesem „Sonderrabatt“ zuschrieben, sondern auch für den unternehmungslustigen Kollegen selber. Daß die großzügig, aber schlecht aufgelegte Anzeigenreklame einen tüchtigen Baßen Geld gekostet hatte, mochte noch hingehen. Aber daß das Publikum sich nicht auf die Ladenhüter geworfen, sondern die Rabattgewährung zum billigen Einkauf der gängigsten Artikel ausgenutzt hatte, war für den Kollegen X eine bittere Pille gewesen, die er unter der grimmigen Schadenfreude seiner Konkurrenten hinunterschlucken mußte. Nie mehr, schwor er sich, würde er durchweg auf alle Waren einen gleichen Rabatt geben!

Unser Kollege würde nicht Fortschritt heißen, hätte er diesen Vorfall nicht benutzt, um sich ernsthaft in die Frage der Behandlung des Warenlagers und der Rabattgewährung zu vertiefen. Wertvolle Aufschlüsse über die Gängigkeit der einzelnen Artikel brachte ihm ja seine Lagerkartei¹⁾, über die geeigneten Kalkulationsgrundlagen und die Möglichkeit der Beschleunigung des Lagerumschlages hatte er sich an Hand des Vortrags von Direktor König auf der Reichslagung Münster unterrichtet²⁾, und aus der Aufsatzreihe „An die

1) Für 16,90 RM vom Zentralverband zu beziehen.

2) Siehe Nr. 31/1930 der UHRMACHERKUNST: „Rationelle Lagerwirtschaft im Uhrenhandel.“