



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER
57. JAHRGANG / HALLE (SAALE), 8. APRIL 1932 / Nummer 15

Anpassung im Reparaturengeschäft

Der Kern der Rechnungsweise in dem Artikel „Rentabilität der Werkstatt“ in Nr. 3 der UHRMACHERKUNST ist doch kurz umrissen der: Mehr als soundso viel bewilligt mir der Kunde nicht für diese Reparatur, soundso viel will ich verdienen, soundso viel habe ich Unkosten, also darf ich nur soundso viel für die Bezahlung der Arbeitsleistung aufwenden. Bringt mein Arbeiter das bei dem derzeitigen Lohnstand, umgerechnet auf die für Reparaturen dieser Art übliche Arbeitsstundenzeit, nicht zuwege, so muß er eben durch schnellere Arbeit zusehen, wie er damit fertig wird.

Das mag auf den ersten Blick etwas Bestechendes haben, aber je mehr ich mich in die Sache vertiefe, desto mehr Schattenseiten sehe ich darin gegenüber der normalen, weil natürlichen Kalkulationsmethode. Diese Art, das Pferd beim Schwanz aufzuzäumen, d. h. die Gestehungskosten nach dem Preis zu errechnen, statt den Preis nach den Gestehungskosten, mag zweifellos geeignet sein, Stichproben anzustellen, etwa wie es der Rechner von einem fertig errechneten Resultat aus rückwärts vornimmt. Aber sie ganz generell als Basis, als Ausgangspunkt jeder Kalkulation einzuführen, halte ich für verfehlt. Wie kommt denn überhaupt der als Basis dienen sollende Publikumspreis zustande? Doch nur als Ergebnis einer vorher, sei es früher oder später, von einem einzelnen oder der Innung aufgestellten und durchgeführten Rechnung; mathematisch ausgedrückt also als ein aus Voraussetzung und Ausführung gewonnenes Resultat. Warum dann aber vom Ergebnis ausgehen, wenn ich die Rechnung doch vorher anstellen muß. Man stelle sie nur richtig auf und lerne richtig aus ihr lesen, dann wird man auch im Bild sein, wo der Schuh drückt. Es ist, kurz gesagt, eine Nachkalkulation.

Der Verfasser des Artikels in Nr. 3 der UHRMACHERKUNST betont, daß die Arbeitszeit kein sicherer Faktor für die Kalkulation sei; er will an ihrer Stelle den Publikumspreis heranziehen. Aber dieser ist ja auch nicht sicher, er ist je nach Art, Lage, Struktur, Kundenschaft und Verdienstbedürfnis der einzelnen Geschäfte verschieden, und da, wo er von der Innung oder vom Zentralverband den Kollegen fertig serviert wird, zeigt die Erfahrung, daß er von vielen doch nicht gehalten wird. Die Tabellen werden eben, wie sie ja auch gedacht sind, zumeist nur als Richtpreise aufgefaßt und von der erklecklichen Anzahl derjenigen unterboten, die glauben, durch ein Darunterbleiben dem Publikum ihre größere Leistungsfähigkeit dem Konkurrenten gegenüber zu be-

weisen, ganz abgesehen von den heute leider viel zu vielen, die, um überhaupt Geld ins Haus zu bekommen, Reparaturen um jeden Preis ausführen. Ich fürchte, daß, wenn wir analog den zur Zeit üblichen Waren-Anfangsverkaufspreislagen auch noch allgemein zur Bildung von Reparatur-Anfangsverkaufspreislagen kommen, im Reparaturgeschäft dieselbe Erscheinung auftritt, wie wir sie eben im Warenhandel erleben: ein ständiges Absinken der Preise und ein Herabgleiten des Niveaus. Je mehr wir das Hauptgewicht auf die Gestaltung der Publikumspreise legen, je intensiver wir uns auf sie konzentrieren (was zweifellos der Fall sein wird, wenn wir sie als Ausgangspunkt der Kalkulation nehmen), desto mehr treten sie in den Vordergrund, desto mehr werden wir ihr Sklave. Und damit auch der Sklave des Publikums. Liegt das im Interesse unseres Handwerks? Gesünder ist zweifellos der altbewährte Grundsatz: Den Wert der Ware hat der Verkäufer zu bestimmen, nicht das Publikum. Nicht daß es uns, wenn die erhofften besseren Zeiten kommen, wie Goethes Zauberlehrling geht: „Die ich rief, die Geister, werd ich nun nicht los.“

Noch ein anderes Vergleichsbild drängt sich auf. Das Bestreben, seine Ware in eine bestimmte Publikumspreislage zu zwingen und sogar — aus ganz natürlichen Konkurrenzgründen — diese an sich schon billigen Preislagen noch billiger zu gestalten, hat bei aller Werbekraft dieses Systems zwei Erscheinungen gezeitigt: das Verringern der Verdienstspanne und die Flucht in niedrige Einkaufspreislagen, rundheraus gesagt also in Qualitätsverminderung.

Das gleiche droht, wenn die Publikumspreislagen für Reparaturen in Mode kommen. Es erscheint angebracht, bei diesem Punkte etwas zu verweilen. Herr H. F. setzt bei seiner Rechnungsweise die Verdienstspanne als einen festen Faktor ein. Er setzt ihn in seinem Beispiel 8 *RM* Erlös = 2,70 *RM* Gestehung nicht nur in der Höhe des angegebenen Warenbruttoverdienstes von 50 % (herabgerechnet, also 100 % Aufschlag) ein, sondern sogar noch darüber hinaus mit weiteren 0,40 + 0,60 + 0,30 *RM*; Posten, die beim Warenverkauf alle innerhalb der 50 % Bruttoverdienstspanne liegen.

Liebe Kollegen, ich halte die Möglichkeit, in diesen geldknappen Zeiten an Reparaturen prozentual mehr zu verdienen als an der Fertigware, einfach für einen frommen Wunschtraum, der sich nicht verwirklichen läßt. Ich behaupte sogar, daß der Verdienst an Publikumspreis-Reparaturarbeiten sich ganz automatisch dem Ab-