



VERBANDSZEITUNG DER DEUTSCHEN UHRMACHER

58. JAHRGANG

HALLE (SAALE), 10. MÄRZ 1933

Nummer 11

Kalkulation mit doppeltem Boden

Der zusätzliche, „spesenlose“ Umsatz mit Großabnehmern — eine Schädigung des übrigen Kundenkreises — Warnruf gegen Schleuderei

Unter dieser Überschrift veröffentlicht die „Textil-Woche“ in ihrer Nr. 7 einen Warnruf, der auch für die Uhrenindustrie gelten kann. Die Verhältnisse in der Konfektion sind genau die gleichen, wie beim Uhrenhandel. Aus dem in dem nachstehenden Aufsatz erwähnten Rundschreiben, entnehmen wir den nachstehenden Absatz, den wir voranstellen, weil er den Kern der Frage enthält. Es ist allerhöchste Zeit, daß die Uhrenindustrie von dem Wahne abläßt, man könne an Warenhäuser usw. billiger verkaufen, weil man auf diesen Umsatz keine Spesen habe!

„Die Idee des zusätzlichen Umsatzes hat seit etwa vier Jahren schon unendliches Unheil angerichtet, weil man dabei von ganz falschen Voraussetzungen ausging. Man hat geglaubt, dieser Umsatz, den man mit bestimmten Großabnehmern auf Basis billigerer Preise macht, laufe ohnedies nebenher und vermehre die Spesen nicht. Man hat es aber meistens unterlassen, die dann gebotene selbstverständliche Folgerung zu ziehen, d. h. die Spesen auf den verbleibenden Umsatz zu berechnen. Hätte man dies getan, so würde man sehr bald gefunden haben, daß für den Restumsatz sich ein viel zu hoher Spesensatz und damit ein viel zu hoher Preis ergibt, den die Kundschaft entweder nicht zahlt, oder der sie gegenüber jeder anderen Konkurrenz unfähig macht.“

Die durch die Verminderung der Insolvenzen und Konkurse in Erscheinung tretende Konsolidierung, deren sich die Engros-Konfektion etwa seit Jahresfrist erfreut, hat in der Bekleidungsindustrie nach Jahren der Unsicherheit, von außen gesehen, eine gewisse Atmosphäre ruhiger und gleichmäßiger Arbeit herbeigeführt. Allerdings deuten die in den letzten Wochen wieder etwas in der Zunahme begriffenen Zahlungseinstellungen darauf hin, daß die schon als beendet angesehene Reinigungskrise, die die Konfektion von allen Schlacken der im Gefolge der Überproduktion auftretenden Unsolidität befreien sollte, noch eine Fortsetzung, wenn auch in verkleinertem Maßstabe, erhalten soll. Ob diese neuen Insolvenzen nun für den gegenwärtigen Geschäftsgang der Konfektion symptomatisch sind oder ob es sich dabei nur um Einzelercheinungen handelt, auf jeden Fall ist die Engros-Konfektion, von der Seite des Betriebserfolges her betrachtet, noch weit entfernt von einem Zustande, der als solid im Sinne innerer Festigung und rentabler Produktion anzusprechen wäre.

Es hat vielmehr den Anschein, als ob die Rückkehr zu normalen Arbeits- und Vertriebsmethoden noch ge-

raume Zeit auf sich warten läßt. Die Tatsache, daß der Gradmesser des Arbeitserfolges, die Rentabilität, in der Konfektion noch immer stark zu wünschen übrigläßt, kommt zunächst einmal deutlich in den Abschlußergebnissen des Jahres 1932 zum Ausdruck.

Zusätzliche Umsätze durch Verlustgeschäfte — ein Grundirrtum

In diesem Stadium gewinnt ein Schritt der Konfektionsverbände, des Verbandes Deutscher Damen- und Mädchenmäntel-Fabrikanten und des Zentralverbandes der Herren- und Knabenkleider-Fabrikanten Deutschlands, die sich soeben mit einem gemeinsamen Rundschreiben an ihre Mitglieder gewandt haben, erhöhte Bedeutung. Die Bekämpfung des Schleuderwesens ist nach diesem Rundschreiben die nächste und wichtigste Aufgabe der Konfektionsverbände. Mit der Frage: „Wie kann man im Ernst glauben, sein Unternehmen dadurch gesund zu machen oder zu retten, daß man den Umsatz durch Verlustgeschäfte steigert?“ wird der größte Krebschaden der Konfektion, der Schleuderverkauf zum Zwecke der Absatzsteigerung, klar herausgestellt. Seit Jahr und Tag spielt die Idee des „zusätzlichen Umsatzes“ in der Absatzpolitik eine eigenartige Rolle. Man hat selbst bei den bestgeleiteten Firmen der Engros-Konfektion ernsthaft geglaubt, daß der über den regulären Absatz hinausgehende zusätzliche Umsatz, den man mit bestimmten Großabnehmern auf der Basis ermäßigter Preise tätigt, die Spesen nicht vermehre, weil er neben dem eigentlichen Umsatz herlaufe. Die Konfektionäre waren der Ansicht, daß die Schleuderkonkurrenz einzelner Firmen oder die größere Leistungsfähigkeit einzelner Konkurrenten sie zu einer Ermäßigung der Kalkulation zwingen, wenn man nicht ganz aus dem Geschäft kommen wolle. Der Erfolg ist der, daß auf Kosten einer betriebswirtschaftlich exakten Kalkulation, um die auch ein modeindustrieller Betrieb selbstverständlich nicht herumkommt, der Absatz forciert wurde, ohne daß die erhoffte Rentabilitätssteigerung eintrat. Im Gegenteil, die Betriebe kennen tatsächlich ihre wirklichen Spesen nicht mehr, weil sie die an Stoffen und fertiger Ware erlittenen Preiseinbußen nicht als Spesen ansehen und infolgedessen bei der Preisstellung nicht einkalkulieren. Die ständigen Unterpreisangebote und die häufigen Reklameangebote zum Saison-