

Bezugspreis für Deutschland: vierteljährlich 3,75 RM; Jahresbezugspreis 13,50 RM (einschließlich Versandkosten); für das Ausland nach Anfrage. — Die „Uhrmacherkunst“ erscheint an jedem Freitag. Anzeigenschluß: Mittwoch mittag. Briefanschrift: Verlag der „Uhrmacherkunst“, Halle (Saale), Mühlweg 19.



Preise der Anzeigen: Grundpreis 1/1 Seite 184 RM, 1/100 Seite — 10 mm hoch und 48 mm breit — für Geschäfts- u. vermischte Anzeigen 1,84 RM, für Stellen-Angebote und -Gesuche 1,38 RM. Auf diese Preise Mal- bzw. Mengennachlaß laut Tarif. Postscheck-Konto: Leipzig 169 33. Telegramm-Anschrift: „Uhrmacherkunst“ Halle/Saale. Fernsprecher: 264 67 und 283 82.

Offizielles Organ des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks

Vereinigt mit der „Fachzeitung der Uhrmacher Österreichs“ (Wien) und mit der „Mittleuropäischen Uhrmacher-Zeitung“ (Tiefenbach/Desse, Sudetengau)

65. Jahrgang

Halle (Saale), 31. Mai 1940

Nummer 23

Betriebsstruktur und Kostengestaltung in Uhrmacherbetrieben

(Fortsetzung aus Nr. 22)

IV. Unser Handwerk zeichnet sich ebenso wie andere Handwerkszweige durch eine besonders intensive Mitarbeit der Familienangehörigen aus. Bereits im Kleinstbetrieb (bis zu 5000 RM Jahresumsatz) beträgt die Zahl der im Betriebe arbeitenden Familienangehörigen im Reichsdurchschnitt 1,3. Das bedeutet, daß der Inhaber seine Kraft dem Betrieb voll widmet und die Arbeitskraft eines anderen oder mehrerer Familienmitglieder zu einem Drittel für den Betrieb genutzt wird. Mit der Umsatzgröße steigt stetig der Grad der Einschaltung der Familienmitarbeiter.

Von geringerem Interesse für den Uhrmacher ist die Wiedergabe der Durchschnittszahlen der in dem Einzelbetrieb beschäftigten handwerklichen und kaufmännischen Gefolgschaftsmitglieder. Bemerkenswert ist aber, daß erst im Großbetrieb (über 100 000 RM Jahresumsatz) die Zahl der kaufmännischen Gefolgschaftsmitglieder die der handwerklichen übertrifft.

V. Der Umsatz ist immer wieder das vom Handel ins Feld geführte Argument, daß der Uhrmacher Händler und nicht mehr Handwerker sei; der Handelsumsatz sei selbst in kleineren Betrieben erheblich höher als der Handwerksumsatz.

Wie sieht es mit dieser Behauptung im Licht der Statistik aus? In den Klein- und Mittelbetrieben unseres Handwerks (von 5000 bis 20 000 RM Jahresumsatz) liegt der Handwerksumsatz um 3—4% höher als der Handelsumsatz; in den Betrieben mit 20 000—50 000 RM Jahresumsatz wird Gleichstand erzielt (50% Handelsumsatz; 50% Handwerksumsatz). Selbst bei den Betrieben mit 50 000—100 000 RM Jahresumsatz und 100 000—500 000 RM Jahresumsatz macht der Anteil des Handwerksumsatzes am Gesamtumsatz noch 27,4 bzw. 16% aus.

Bei den Juwelieren, Gold- und Silberschmieden, die wie zahlreiche Uhrmacher ein Handelsgeschäft unterhalten, ist der Einschlag des Handels weit stärker. Bereits im Kleinbetrieb mit 5000—10 000 RM Jahresumsatz übertrifft der Handelsumsatz den Handwerksumsatz um rund 6%. Während die Uhrmacher in den Betriebsgrößen mit 20 000 bis 50 000 RM Jahresumsatz ebensoviel Umsatz im Handwerk wie im Handel haben, beträgt bei den Juwelieren gleicher Betriebsgröße der Handelsumsatz 82,3% des Gesamtumsatzes!

VI. Die Kosten steigen mit wachsender Betriebsgröße; die Reingewinne sinken entsprechend.

Von den Kosten werden steuerlich erfaßt Löhne und Gehälter, Miete für Betriebsräume, Grundstückskosten bei Uhrmachern mit eigenem Grundstück, Zinsen für Dauerschulden und laufende Schulden, Steuern vom Gewerbebetrieb, sonstige Betriebskosten. Die Lohnkostenanteile staffeln sich in den sechs Betriebsgrößen von 1,2 bis 10,6% des Umsatzes; die Mietkosten sind anteilmäßig am höchsten in den Betrieben der Größe 1—2 (Jahresumsatz bis 5000 RM; Jahresumsatz von 5000 bis 10 000 RM), nämlich 9,3 bzw. 10,3% des Umsatzes. Die Kosten der Uhrmacherbetriebe mit eigenem Grundstück sind geringer als die Kosten der Uhrmacherbetriebe mit gemieteten Räumen.

Neben den Kosten werden die Ausgaben für Material und Wareneinkauf ausgewiesen. Sie sind in unserem Handwerkszweig natürlich ganz beträchtlich. Sie wachsen in den Betriebsgrößen 1—6 von 44 bis 59,5% des Umsatzes. Im Vergleich zu anderen Handwerkszweigen sind diese Sätze allerdings nicht ungewöhnlich. So liegen die Anteile bei den Goldschmieden — mit Handelsgeschäft — im Durchschnitt nicht unwesentlich höher.

Die durchschnittlichen Reingewinnsätze der Uhrmacherbetriebe lesen sich bedeutend. Der durchschnittliche Reingewinn beträgt im

Kleinstbetrieb (bis 5000 RM Jahresumsatz) mit eigenem Grundstück 38,2% des Umsatzes, im gleichen Betrieb mit gemieteten Räumen 35% des Umsatzes, im Kleinbetrieb (bis 10 000 RM Jahresumsatz) mit eigenem Grundstück 30,3% des Umsatzes, mit gemieteten Betriebsräumen 27,0% des Umsatzes, im Mittelbetrieb (10 000—20 000 RM Jahresumsatz) mit eigenem Grundstück 24,6%, im gleichen Betrieb mit gemieteten Räumen 22,3% des Umsatzes.

Das sind im Kleinstbetrieb	1614 bzw. 1479 RM,
im Kleinbetrieb	2373 bzw. 2116 RM,
im Mittelbetrieb	3664 bzw. 3311 RM.

Hierzu muß man sich vergegenwärtigen:

1. Der Reingewinn soll auch das allgemeine Unternehmerwagnis abgelten.
2. In dem Reingewinn sind das Entgelt des Betriebsinhabers und der mithelfenden Familienangehörigen enthalten (bei der Kostenberechnung sind diese Entgelte Bestandteil der Selbstkosten oder der Gemeinkosten).
3. In den steuerstatistisch erfaßten Kosten sind nicht alle Betriebskosten wie im Betriebsvergleich des Reichsinnungsverbandes des Uhrmacherhandwerks erfaßt.

Es kann allerdings angenommen werden, daß die Kosten der Garantireparaturen und der Überholungsarbeiten an Uhren in der Spalte „sonstige Betriebskosten“ ausgewiesen werden. Vergegenwärtigt man sich diese Tatsachen beim Lesen der Reingewinnsätze der Uhrmacherbetriebe, so erscheinen diese in einem ganz anderen Licht, um so mehr, als sich die Hauptzahl der Uhrmacherbetriebe aus solchen bis zu 20 000 RM Jahresumsatz zusammensetzt.

Aus den Zahlen gewinnen wir eine Reihe von Erkenntnissen. Unsere Betriebe sind vorangekommen. Sie ernähren ihren Mann. Es ist aber noch viel Arbeit zu leisten; planmäßige Gestaltung des Einkaufs der Ware und des Materials, ein schnellerer Lagerumschlag muß erzielt werden; Arbeitsverfahren müssen vereinfacht werden; ein planmäßiger Abbau vermeidbarer Kosten muß angestrebt werden.

Dipl.-Handelslehrer Otto Haid von der Forschungsstelle für den Handel beim Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit schildert in der Broschüre

„Lage und Leistungen von Uhrenfachgeschäften bis 1938“

auf Grund der Ergebnisse des Betriebsvergleiches anschaulich die Entwicklung unserer Geschäfte in den Jahren 1930 bis 1938.

Preis —,60 RM. zuzüglich —,15 RM. Versandkosten

Verlag der „Uhrmacherkunst“, Halle (Saale)

Postscheckkonto: Leipzig 169 33

Mühlweg 19.

