

Was tun?

In Heft 10 Seite 264

Das Ergebnis unsrer Umfrage im Oktoberheft

dieser Zeitschrift baten wir unsre Leser, auf Grund ihrer Erfahrungen in der Vertriebspraxis zu folgenden drei Fragen Stellung zu nehmen:

1. Frage

Nach längerer Vorarbeit ist es dem Vertriebsingenieur gelungen, Spiralbohrer einer neuen Marke in einem Betrieb, der großen Bedarf hat, vorzuführen. Die praktischen Versuche werden im Vergleich mit den bisher verwendeten Bohrern durchgeführt und ergeben, daß mit diesem neuen Bohrer tatsächlich bessere Leistungen erzielt werden.

Der Betriebsleiter erklärt jedoch am Schluß der Versuche: „Ihr Spiralbohrer scheint zwar besser zu sein, aber ich denke gar nicht daran, von den bisher bewährten Bohrern abzugehen.“

Der Vertriebsingenieur antwortet darauf: „Wenn Sie grundsätzlich meinen Bohrer nicht verwenden wollen, hätte ich mir die zweitägige Versuchsarbeit sparen können.“

War die Antwort des Vertriebsingenieurs richtig, oder wie hätte er den Fall weiter behandeln müssen?

2. Frage

Ein Unternehmen, dessen Erzeugnisse beim Verbraucher Montagearbeit erfordern, bekommt von der Vertriebsaußenorganisation die Meldung, daß die bisher gebräuchliche Methode, mit der Montage ortsansässige Gewerbetreibende zu beauftragen, zu Reklamationen geführt hat. Die Außenorganisation macht den Vorschlag, jedem Vertreter einen Fachmonteur beizugeben, der im Unternehmen ausgebildet wird. Er soll neben den Montagen auch gleichzeitig laufende Betriebsüberwachungen und Instandhaltungsvorschläge geben.

Die Betriebsleitung lehnt den Vorschlag ab, weil die dadurch entstehenden Kosten angeblich zu hoch werden. Der Verkaufspreis des Objektes beträgt zwischen 2000 und 4000 RM. Die Montagekosten schwanken zwischen 120 und 250 RM ohne Reise und Aufenthaltskosten.

Ist es zweckmäßig, den Vorschlag der Vertriebsaußenorganisation durchzuführen, auch wenn mit dieser eine Kostensteigerung verbunden ist?

3. Frage

Die Betriebsleitung einer Unternehmung (Büromaschinen) steht auf dem Standpunkt, jährlich eine Vertreterkonferenz einzuberufen, um den Vertreterstab mit den technischen Neuerungen vertraut zu machen. Die Vertriebsleitung vertritt demgegenüber den Standpunkt, daß der Außenorganisation auf schriftlichem Wege und durch Besuch von der Zentrale genügend Kenntnis über die Weiterentwicklung der Erzeugnisse gegeben werden kann. Sie behauptet ferner, daß eine Vertreterkonferenz einen Ausfall an Vertriebsarbeit von 8 bis 10 Arbeitstagen herbeiführen würde, mit dem ein Umsatzrückgang in dieser Zeit verbunden wäre.

Ist es zweckmäßig, diese Vertreterkonferenz durchzuführen?

Auf diese drei Fragen sind der Schriftleitung insgesamt 130 Antworten zugegangen. Die Wahl der „besten“ Antworten war uns nicht leicht gemacht, da sich unter den Zuschriften eine sehr große Zahl recht bemerkenswerter und von inniger Sachkenntnis zeugender Äußerungen befand. Außer den jeweils als beste erkannten Antworten bringen wir nachstehend auszugsweise eine Anzahl weiterer Meinungen zum Abdruck, in denen wir wertvolle Beiträge zur Lösung der gestellten Fragen erblickten.

Frage 1: Erfolgreiche Betriebsversuche

Für die erste der oben wiedergegebenen Fragen haben wir als beste Antwort die von Dipl.-Ing. *Bruckmann*, Leipzig, angesehen:

Der Vertriebsingenieur hat die Waffen zu früh gestreckt, allerdings als er an den schwierigsten Gegner im Kampf um den Absatz geriet: die liebe Bequemlichkeit der Gewöhnung.

Gliederung der Vertriebsarbeit

Schon die rein akademische Einteilung der Vertriebsarbeit: Aufmerksamkeitsweckung, Interessenweckung, Auslösung des Besitzwunsches, Erzielung des Kaufentschlusses zeigt, daß er seine Aufgabe nur zum Teil, vielleicht nur zur Hälfte, vielleicht sogar nur zu $\frac{1}{4}$ durchgeführt hat. Sein Mißerfolg ist wahrscheinlich auf eine falsche Einschätzung der bereits erreichten Stellungslinie zurückzuführen. Aufschlußreich für die Beurteilung dieser Frage wäre das Verhalten des Betriebsleiters: Hat er die Versuche gewünscht oder nur freundlich geduldet; hat er sich während der Durchführung persönlich dafür interessiert oder nur das Ergebnis zur Kenntnis genommen? War also nur seine Aufmerksamkeit erregt oder bereits sein Interesse geweckt? Die Auslösung des Besitzwunsches ist dem Vertriebsingenieur jedenfalls nicht geglückt. Die Gründe dafür sind aus der kurzen Darlegung des Sachverhaltes nicht zu erkennen. Vermutungen darüber führen in unsrer Überlegung kaum zum Ziel. Wie dem auch sei, ein abgeschlagener Angriff darf nie mit den Worten quittiert werden: „Dann hätte ich mir die Mühe sparen können.“ Eine ernsthafte und richtig angewandte Mühe ist nie vergebens, wenn auch nicht beim erstenmal oder am ersten Objekt; irgendwann trägt sie sicher ihre Früchte.

Nachhaltiger Eindruck der Versuche

So mag der Eindruck der Versuche auf den Meister oder den Arbeiter der Bohrmaschine wesentlich nachhaltiger gewesen sein als auf den Betriebsleiter. Ergab sich hier nicht schon eine Möglichkeit, dem Gegner näher auf den Leib zu rücken. Bundesgenossen im feindlichen Lager zu werben? Einen Satz Bohrer dalassen — natürlich mit Wissen des Betriebsleiters! — So, Ihr habt gesehen, was die Dinger leisten; nun arbeitet mal damit. „Hier ist Briefbogen und Umschlag mit Aufschrift und Marke; nach 8 oder 14 Tagen schreiben Sie mir bitte, wie Sie zufrieden sind.“ Der Betriebsleiter stellt fest: „Der Bohrer scheint besser zu sein.“ Der Vertriebsingenieur gibt an, daß tatsächlich bessere Leistungen erzielt worden sind. Daraus kann man zwei Schlüsse ziehen:

Die Versuche haben nicht alle für den Betrieb wichtigen Momente erfaßt. Die Leistungserhöhung allein genügt nicht. Sie muß auch eine fühlbare Verbesserung in sich schließen und darf nicht durch andre Eigenschaften des Bohrers wieder aufgehoben werden (z. B. Schneidhaltigkeit, Abnutzung, Haltbarkeit usw.). Auch diese Dinge mußten durch den Versuch unter Beweis gestellt werden. Dazu genügen aber zwei Tage nicht.

Bohrer im Werk belassen

Der Betriebsleiter ist nicht überzeugt. Das kann an den unvollständigen Versuchen, der zu kurzen Arbeitszeit oder an wirtschaftlichen Erwägungen liegen. Denn die besten technischen Eigenschaften und Leistungen führen nicht zum Verkauf, wenn Preise und Lieferbedingungen die Anschaffungen nicht wirtschaftlich erscheinen lassen. Hier konnte ein Anerbieten, Bohrer zur längeren Erprobung im normalen Betrieb zur Verfügung zu stellen, das Vertrauen

herstellen und eine über das Übliche hinausgehende Garantie-
verpflichtung weitere Hindernisse wegräumen.

Dieser Betriebsleiter war offenbar nicht von der Art, die leicht zu gewinnen und zu überzeugen ist, weil sie sich für die Verbesserung ihrer Betriebsmittel interessiert. Solche Stellungen erobert man nicht im Sturm, sondern mit allen Mitteln des Stellungskrieges! Beharrlichkeit!

Deshalb mußte die Antwort lauten:

„Im Augenblick offenbar nicht; aber ich werde Sie von Ihrem eigenen Vorteil zu überzeugen wissen, und dann werden Sie an meinen Bohrern nicht mehr vorbei können und vor allem nicht wollen.“

Vertrauen zur Ware wecken

Diese Antwort zeigt in psychologisch richtiger Weise den Weg, wie das Vertrauen zu der zu kaufenden Ware erweckt und erhalten werden kann, so daß damit die beste Grundlage für spätere Daueraufträge gelegt ist.

Die Antwort des Vertriebsingenieurs, der zwei Tage lang seine Spiralbohrer vorgeführt hatte, wurde nur in einer einzigen Antwort in vollem Umfange gutgeheißen; alle andern erkannten richtig, daß der Verkäufer bei weitem noch nicht in aussichtsloser Lage gegenüber dem Betriebsingenieur war und auf jeden Fall die Verhandlungen fortführen mußte. Einen brauchbaren Weg zur Weiterverfolgung der Angelegenheit zeigt auch die Antwort von Civ.-Ing. *Bertram, Nossen* i. Sa.:

Bescheinigung der Versuchsergebnisse durch den Betriebsleiter

Der Vertriebsingenieur hätte seinen Dank dafür aussprechen sollen, daß ihm Gelegenheit zur Vorführung gegeben wurde, daß er auf das Urteil des Betriebsleiters großen Wert legt, und daß er ihm dankbar wäre, wenn ihm eine kleine Bescheinigung ausgestellt würde über die erzielten Resultate. Auch eine Anfrage, ob der Betriebsleiter als Referenz angegeben werden dürfe, kann nicht schaden. Es muß auch zum Ausdruck gebracht werden, daß man es verstehen kann, wenn der Betriebsleiter nicht auf einmal von der bisher bewährten Methode abgehen will, daß man aber der Hoffnung Ausdruck gibt, später in das Geschäft zu kommen. Nun folgt auf Anregung des Vertriebsingenieurs vom Stammhaus aus ein ähnlich gehaltenes Schreiben an die Firma, das aber so gehalten sein muß, daß nicht im entferntesten ein Vorwurf für den Betriebsleiter daraus zu lesen ist, im Gegenteil, es muß immer im Auge behalten werden, daß man demselben ja eine goldene Brücke bauen will.

Nach entsprechender Zeit spricht der Vertriebsingenieur ohne alle Empfindlichkeit wieder vor. Eine Probebestellung wird schließlich doch einmal erfolgen. Denn so rückständig ist heute kein Betriebsleiter mehr, daß er nicht dem Besseren den Vorzug geben würde.

Schriftliche Niederlegung der Versuchsergebnisse

Eine schriftliche Niederlegung der Versuchsergebnisse in einer Form, daß sie den maßgebenden Personen des zu beliefernden Werkes eindrucksvoll vor Augen bleibt, sollte auf keinen Fall versäumt werden. *W. Witzler, Köln*, empfiehlt hierfür folgenden Weg:

Er mußte, um zu einem vollen Werbeerfolg zu kommen, die erhöhte Bohrleistung in graphischen Tabellen auftragen, und zwar so, daß die jetzige Bohrleistung gegenüber der bisherigen Bohrleistung in den Vordergrund trat. Ebenfalls Zeit und Geldersparnis in Tagen und Monaten geordnet. Die gesamte Zusammenstellung war mit einem Begleitschreiben der Fabrikleitung zuzusenden und durch nochmalige Rücksprache, wobei immer wieder die Ersparnisse an Zeit und Geld in Vordergrund stehen (evtl. Probeflieferung), zu einem Abschluß zu kommen.

Auch die Antwort von Dipl.-Ing. *Scheven, Teterow*, ist in ihrer Eigenart beachtenswert:

Der Vertriebsingenieur hätte seinen nicht zu kleinen Notizblock nehmen und während der im folgenden angeführten Sätze die gesperrten Worte übersichtlich niederschreiben sollen:

„Nach Ihren Angaben haben Sie in Ihrem Betrieb pro Jahr 30 000 Bohrerstunden. Nun haben Sie selbst bei unsern Versuchen festgestellt, daß die Zeitersparnis bei Verwendung der neuen Bohrer gegenüber den jetzt von Ihnen

verwendeten Bohrern 10 vH beträgt. Das ergibt eine Zeitersparnis pro Jahr von 3000 Stunden, d. h. bei einem Stundenlohn von 90 RM eine Ersparnis pro Jahr von 2700 RM. Dies Geld könnten Sie also pro Jahr sparen.“

„Dabei soll der Vertriebsingenieur beim Niederschreiben der oben gesperrten Worte erst jedes Wort schreiben und dann aussprechen. Der Betriebsleiter wird unwillkürlich interessiert hinsehen, was der Vertriebsingenieur nun schreibt, während er, wenn die Worte erst gesprochen und dann geschrieben würden, in der Zwischenzeit sich langweilen und abschweifen könnte.“

Dann soll der Vertriebsingenieur den Zettel vom Block abreißen und unauffällig auf dem Arbeitsplatz des Betriebsleiters liegen lassen. Dieser wird dann auch, nachdem der Vertriebsingenieur schon fort ist, beim Erblicken des Zettels wieder an die Angelegenheit erinnert und wird, da er im Augenblick nicht mehr durch die Anwesenheit des Vertriebsingenieurs verärgert ist, die Angelegenheit ruhig und sachlich prüfen.“

Die Benutzung der bei dieser Firma erzielten Versuchsergebnisse und ihre Angabe als Referenz wird geeignet sein, eine Kaufneigung zu stärken. *H. Haars, Kottbus*, schreibt:

Außerdem bitten wir darum, daß wir von den bei Ihnen gemachten Versuchen anderweitige Mitteilung machen können und daß Sie das Ergebnis der Versuche evtl. Interessenten bestätigen.

Versuchsergebnisse als Referenz

Der Ansicht von Dipl.-Ing. *O. Allschwager, Hamburg*:

Es wird nicht das erstmalig gewesen sein, daß der Vertriebsingenieur trotz guten Ausfalles der Versuche nicht sofort einen Übergang zu seinem Fabrikat hat durchsetzen können. Er mußte aus seiner Erfahrung wissen, daß, wenn kostspielige Versuche von einer zweitägigen Dauer gemacht werden sollen, vorher entsprechende Abmachungen für den Fall getroffen werden müssen, daß die Versuche die Überlegenheit des neuen Fabrikates gegenüber dem bisherigen erweisen.

Bindende Abmachungen vor Versuchsbeginn?

vermögen wir uns nicht anzuschließen. Versucht man, derartige Abmachungen vorher festzulegen, so wird man nur in ganz seltenen Ausnahmefällen damit rechnen können, daß es zur Durchführung der Versuche kommt. Die Begründung entnehmen wir der Antwort von *E. Giers, Braunschweig*:

In einer andern Hinsicht war die Antwort des Verkäufers nicht nur eine schwere Schädigung seiner, sondern auch der Interessen aller Verkäufer überhaupt. Denn der Verkäufer wird wahrscheinlich in allen Vorbereitungen immer wieder darauf hingewiesen haben, daß die Vorführung vollkommen unverbindlich und kostenlos für den Betriebsleiter sei. Dieses Versprechen wird in der Hauptsache den Betriebsleiter dazu bewogen haben, dem Verkäufer seine Bohrmaschine, sein Material und vielleicht auch noch eine Arbeitskraft für die Versuche zur Verfügung zu stellen. Durch die ungeschickte Antwort des Verkäufers sieht sich der Betriebsleiter nun in mehrfacher Weise enttäuscht. In Zukunft wird es allen Verkäufern, Vertretern und Reisenden sehr schwer sein, bei diesem Herrn eine unverbindliche Vorführung machen zu können.

Versuche sind stets unverbindlich

Zum Schluß noch eine Antwort, die die Stellung von Ingenieur und Kaufmann beleuchtet. Wir bringen die Ausführungen von *W. Klefenz, Darmstadt*, zum Abdruck, obwohl wir seine Ansicht nicht teilen:

Ich kann mich jedoch andererseits der Ansicht nicht verschließen, daß der Vertrieb sowie die Einführung eines Erzeugnisses jeweils in die Hände des Kaufmanns gehören und nicht in die eines Ingenieurs, denn die Tatsache steht fest, eine kaufmännisch geschulte Kraft hätte in diesem Fall derartig ungemessen nicht geantwortet, sondern mit aller Höflichkeit seine Muster zusammengepackt und der Hoffnung Ausdruck gegeben, daß es ihm gestattet ist, zu gegebener Zeit

Ingenieur und Kaufmann

wieder einmal vorsprechen zu dürfen. Wenn man in der heutigen Zeit auf dem Standpunkt steht, daß der Vertrieb Verkäufer erfordert, die die technische Eigenart der Erzeugnisse beherrschen, um die Verwendungsmöglichkeiten der Produkte kennenzulernen, so ist dies immer noch kein Grund, den Ingenieur als Verkäufer einzusetzen oder gar eine besondere Klasse von Menschen zu schaffen, denen der Titel Vertriebsingenieur beigelegt wird. Es gibt entweder Kaufleute oder Ingenieure, aber beides zusammen wird immer Stückware bleiben. Besteht jedoch die Notwendigkeit, daß bei Einführung eines neuen Erzeugnisses technische Aufklärungen unumgänglich sind, so kann jeweils dem Kaufmann ein Ingenieur beigegeben werden, doch die Führung hat nach wie vor der Kaufmann in Händen, denn er ist es auch, dem es zusteht, den Markt hierfür zu erforschen und für genügend Absatz zu sorgen; denn nur durch Verkäufe, aber nicht durch Produktion, kann ein Unternehmen wachsen.

Hieraus spricht eine sachlich nicht gerechtfertigte Überheblichkeit des Kaufmanns. Betriebsversuche z. B. könnte ein reiner Kaufmann wohl kaum durchführen, und die Doppelbesetzung von Posten, an denen die technische Aufklärung nicht zu entbehren ist — das sind heute sehr viele Posten! — würde sehr erhebliche vermeidbare Kosten verursachen. Die Beschaffung gerade von Werkzeugen und Arbeitsmaschinen, bei denen Güte, Betriebsbrauchbarkeit und Wirtschaftlichkeit im Dauerbetrieb ausschlaggebend sind, ist bei einer beträchtlichen Anzahl von Firmen mit vollem Erfolg in die Hand von Ingenieuren gelangt.

Frage 2: Fachmonteur beim Vertreterbüro

Die überwiegende Mehrzahl der Antworten gibt der Ansicht Ausdruck, daß es richtig ist, dem Vertreterbüro einen Fachmonteur beizugeben oder wenigstens Fachmonteure mit Sonderausbildung im gegebenen Falle sofort zur Verfügung zu stellen. Am besten schien uns diesen Standpunkt die Antwort von Oberg. K. Sorg, Kiel, wiederzugeben:

Die Entscheidung über den Vorschlag, jedem Vertreter einen Fachmonteur beizugeben, der im Unternehmen ausgebildet worden ist, ist ein reines Rechenexempel, aber nicht nur vom Standpunkt der Betriebsleitung aus betrachtet, sondern vom Gesamtpunkt des betreffenden Unternehmens aus.

Kosten durch Reklamationen

Die Erledigung der bisher bei der Montage durch ortsansässige Gewerbetreibende aufgetretenen Reklamationen hat jedenfalls stets pro Jahr eine bestimmte Summe gekostet; denn ich vermute, daß ein großer Teil dieser Reklamationen kostenlos als Garantieleistung gemacht werden mußte. Dazu kommt noch ein rechnerisch nicht genau feststellbarer jährlicher Verlust durch entgangene Aufträge infolge Bekanntwerdens der Reklamationen.

Beschäftigung des Fachmonteurs

Bei der Stationierung je eines Fachmonteurs bei dem Vertreter muß vorausgesetzt werden, daß dieser Monteur einigermaßen ausreichend beschäftigt ist, und zwar durch Neumontagen und durch Erledigung von Reklamationen, Revisionen u. dgl. an bereits gelieferten Anlagen. Es wird aber stets der Fall sein, daß in jedem Monat eine Anzahl Tage vorhanden ist, an denen der Monteur keine Kundentätigkeit hat, also mit Lagerarbeiten u. dgl. beschäftigt wird, wofür die Unkosten vom Werk zu übernehmen sind. Dadurch dürften sehr wahrscheinlich die Montagen, wenn man diese ungedeckten Zeiten des Monteurs berücksichtigt, teurer werden als bei der bisherigen Methode; aber die Ersparnisse durch Wegfall der Reklamationen infolge sachgemäßer Montagen werden wohl in den meisten Fällen größer sein als die Montagekostenerhöhung. Durch Wegfall der Reklamationen fällt aber auch die bisherige Behinderung des Verkaufs infolge dieser bekannt werdenden Schwierigkeiten weg, was ziffernmäßig wahrscheinlich einen noch größeren Vorteil mit sich bringt. Dazu kommt, daß ein vernünftiger Monteur dem Vertreter auch beim Verkauf durch Rat und Tat sehr viel Hilfe leisten kann.

Unter Berücksichtigung aller dieser Momente dürfte die Entsendung eines Fachmonteurs zu dem Vertreter in weitaus den meisten Fällen sehr vorteilhaft sein.

Der wichtigste Gesichtspunkt für die Beantwortung der Frage ist von Dipl.-Ing.

Empfehlung für zukünftige Geschäfte

Fr. Harth, Frankfurt a. M., zusammengefaßt:

Kommende Geschäfte und die Empfehlung der Lieferfirma fremden Interessenten gegenüber hängen ab von dem Geschick bei der Abwicklung der vorausgegangenen — das ist der springende Punkt.

Montagerichtlinien und ähnliche Behelfe werden kaum

Montage-Richtlinien

jemals die besondere Vertrautheit eines Monteurs der Lieferfirma mit den Eigenheiten der Maschine ersetzen können, wie auch aus der Antwort von Ziv.-Ing. Curt Bertram, Nossen, hervorgeht:

Auch wenn man, wie ich es als langjähriger Montageleiter eines der größten Werke getan habe, alle nur denkbaren möglichen Fälle aus der Praxis zusammentragen läßt und als Richtlinien herausgibt, so kann man doch die Erfahrung machen, daß auch bei fleißigem Studium derselben solche nicht in Fleisch und Blut übergegangen sind. Das aber ist nötig, denn die kleinsten Ursachen bringen auch hier die größten Wirkungen hervor, aber leider nicht zum Vorteil der Sache. Meist werden die Richtlinien erst wieder herangezogen, wenn schon ein Fehler entstanden ist, und geht auch die Beseitigung noch so schnell vor sich, beim Besteller ist doch schon Verärgerung und ein gewisses Mißtrauen hervorgerufen.

Zusammengestellt sind die Vorteile des Fachmonteurs

Vorteile des Fachmonteurs

nach Dipl.-Ing. E. Fr. Scheven, Teterow:

Durch Einstellung von Fachmonteuren werden erreicht:

1. einwandfrei-sachgemäße Aufstellung der Anlagen,
2. bei laufender Überwachung rechtzeitige Erkenntnis von Schäden und deren Vorbeugung und evtl. Behebung mit geringsten Kosten,
3. Belehrung des Bedienungspersonals und somit Verhinderung von Schäden,
4. wertvolle Anregungen durch die Fachmonteure für die Fabrikation und Ausführung der Anlagen,
5. Vertrauen der Kundschaft.

Bei der Aufstellung der Anlagen durch ortsansässige Gewerbetreibende ist die Erfüllung der Punkte 1 bis 3 nicht gewährleistet, Erfüllung des Punktes 4 ausgeschlossen.

Besonders möchten wir Punkt 4 unterstreichen, der die Rückwirkung der Tätigkeit des Fachmonteurs auf Konstruktion und Fabrikation der Anlagen andeutet.

Die Kostenfrage spielt natürlich eine sehr erhebliche Rolle, wird aber in den meisten Antworten hinter die Grundfrage der unbedingt zuverlässigen Aufstellung der Maschine zurückgestellt. Die Verbuchung eines Teiles der Monteurkosten auf Werbekonto wird in mehreren Antworten empfohlen, wenn es nicht möglich ist, den Fachmonteur ständig in seinem Bezirk mit Neuaufstellungen, Instandsetzungs- und Überwachungsarbeiten an gelieferten Anlagen zu beschäftigen. Soweit zugänglich, ist dann auch Füllarbeit am Lager usw. vorzusehen.

Greift man auf Grund der Überlegungen doch noch auf die Montierung durch orts-

Aufstellung durch ortsansässige Gewerbetreibende

ansässige Gewerbetreibende zurück, so empfiehlt Dr.-Ing. Ströer, Köln-Ehrenfeld, folgenden Ausweg:

Wenn bislang stets verschiedene ortsansässige Gewerbetreibende die Montage recht und schlecht ausführten, so kann darin insofern Wandel geschaffen werden, als man mit einem Einzigen ein Abkommen trifft, daß er alle Montagen ausführt. Die Wahl soll natürlich auf einen solchen fallen, der bei der Kundschaft durch sein sonstiges Geschäft schon gut eingeführt ist. Ihm könnte man eine kurze Ausbildung im eigenen Werk zuteil werden lassen. Er wird die Montagen und laufenden Reparaturen im Interesse seines Hauptgeschäfts preiswert durchführen. Dieses Verfahren hat in einem mir bekannten Fall zu sehr gutem Erfolg geführt. Das eigene Geschäft kommt in den

Genuß der gleichen Vorteile, als wenn es den Vertretungen Fachmonteure beibringt.

Bedenken gegen ortsansässige Gewerbetreibende

Die Bedenken gegen die ortsansässigen Gewerbetreibenden behandelt folgende

Zuschrift:

Obwohl es unter den ortsansässigen Gewerbetreibenden sehr tüchtige Handwerker gibt, so kann gesagt werden, daß denselben Objekte im Verkaufspreise von 2000 bis 4000 RM nicht allzu oft unterkommen werden. Solche Unternehmer können natürlich auch nicht über die Erfahrungen auf dem in Frage kommenden Gebiet verfügen und über Neuerungen im Bilde sein wie der Fachmonteur. Selbst wenn man die Montage bis zum betriebsfertigen Zusammenbau von andern Handwerkern durchführen und die Inbetriebsetzung nach vorheriger Überprüfung der Anlage durch den eigenen Monteur vornehmen läßt, soll man es nur tun, wenn man den betreffenden Gewerbetreibenden und seine Fähigkeiten genau kennt. Es ist dies eine Vertrauenssache.

Wer trägt die Montagekosten?

Von grundsätzlicher Wichtigkeit ist auch die Frage, ob die Montagekosten vom

Besteller oder vom Lieferer zu tragen sind. Bei Lieferungen von Maschinen, deren Einzelpreis sich in der angegebenen Höhe bewegt, empfiehlt die Raboma, Berlin-Borsigwalde:

Die Monteurkosten sollten unbedingt zum Verkaufspreis zugeschlagen werden. Ein Verkaufsleiter, der sich dagegen wehrt, hat keine Daseinsberechtigung. Es macht den allerübelsten Eindruck, wenn eine Firma mit irgendwelchen Forderungen hinterher kommt. Monteurkosten werden in der Regel für nicht so erheblich gehalten, und wenn sie sich dann hinterher doch als beträchtlich herausstellen, ist der Arger da.

Montagekosten gehören zum Kundendienst, und Kundendienst kann man sich nicht extra bezahlen lassen.

Frage 3: Vertreterkonferenz

Von 39 Antworten auf diese Frage gaben 29 der Ansicht Ausdruck, daß bei der geschilderten Lage eine etwa jährlich beim Werk abzuhaltende Vertreterkonferenz empfehlenswert sei; die restlichen zehn Antworten lehnten solche Zusammenkünfte teils vollständig ab, teils sprachen sie ihr nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen einen den Kosten entsprechenden Wert zu, da in den meisten Fällen gerade beim Vertrieb von Büromaschinen schriftliche Unterrichtung und gelegentlicher Besuch des Vertreters durch einen Fachmann ausreichend seien.

Für die beste Antwort haben wir die von Fabrikdirektor *Hans Rödel*, Leipzig, angesehen:

Nutzen der Vertreterkonferenz

Der Nutzen einer Vertreterkonferenz ist in den meisten Branchen bis heute noch viel zu wenig erkannt worden. Die Erfahrungen, die ich damit machen konnte, haben gelehrt, daß derartige Konferenzen für die Entwicklung eines Unternehmens von außerordentlicher Wichtigkeit sind. Die Kosten, die eine solche alljährlich zu wiederholende Konferenz durch Reisespesen und Ausfall von Arbeitstagen verursacht, fallen nicht ins Gewicht gegenüber den Vorteilen, die dem Unternehmen erwachsen durch die praktische Verwertung der Resultate der Konferenzen.

Bild der Geschäftslage

Eine Vertreterkonferenz verschafft dem Stammhause ein so scharfes Bild über die augenblickliche Lage des Geschäfts in der Branche, über die künftige Entwicklung und die Aussichten, wie es sich niemals aus schriftlichen Berichten zusammenstellen lassen würde. Der Termin der Konferenz wird am besten auf eine Zeit gelegt, in der die Reisetätigkeit sowieso eingestellt wird — das ist die Zeit unmittelbar nach dem Weihnachtsfest, also noch vor dem Jahreschluß, der das Personal für die Inventur beansprucht. Fest angestellte Reisende, die am Ort des Stammhauses ihren Wohnsitz haben, sind während des Weihnachtsfestes meist am Orte, es kommen also besondere Spesenausgaben nicht in Betracht.

Für die Konferenz selbst ist eine Tagesordnung festzulegen, die vorher von der Leitung des

Tagesordnung

Hauses eingehend durchberaten werden muß; der Geschäftsleitung entgleiten sonst leicht die einzelnen Punkte, und die Diskussion wächst ins Uferlose. Man bittet die einzelnen Vertreter, sich zu jedem Punkt zu äußern — und darin liegt der größte Nutzen der Konferenz, daß jeder Herr zu jedem Punkte seine Ansichten und Erfahrungen bekanntgibt. Die Diskussion, die sich über die einzelnen Punkte entspinnt, verschafft der Geschäftsleitung außerordentlich wertvolle Grundlagen für die weiteren geschäftlichen Dispositionen. Es ist deshalb auch notwendig, daß die Verhandlungen von einer perfekten Stenotypistin aufgenommen und in einem Protokoll niedergelegt werden, das allen leitenden Herren, dem Oberbuchhalter, dem Werbeleiter usw. zu wiederholter Durcharbeitung und Verwertung übergeben wird. Es empfiehlt sich, wie schon gesagt, jeden Vertreter zur Äußerung über jeden Punkt zu veranlassen. Es ist bei Eröffnung der Konferenz darauf hinzuweisen, daß die Ansichten jedes Herrn von Wichtigkeit sind — oft bieten scheinbar unwichtige Tatsachen den Anstoß zu erfolgreichen geschäftlichen Dispositionen. Ich erinnere hier z. B. an die Werbemaßnahmen. Nicht jeder Vertreter ist zugleich Werbefachmann, und doch lassen sich Anregungen, die der täglich in der Feuerliste stehende Vertreter dem Werbefachmann im Kontor gibt, oft sehr fruchtbringend verwerten. Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Einstellung der Firma zur Konkurrenz. Hier verschafft die Konferenz der Geschäftsleitung sofort ein klares und geschlossenes Bild. Es hat z. B. ein Vertreter über Unterbietungen und unlautere Machenschaften einer Konkurrenzfirma berichtet. Durch Befragung der übrigen Vertreter läßt sich sofort feststellen, ob es sich um einen Einzelfall handelt — die so gewonnenen Informationen können für die weitere Entwicklung und die Preispolitik der Firma von erheblicher Tragweite sein.

Auch für das Mahnwesen läßt sich aus der Konferenz großer Nutzen ziehen. Der Vertreter

Mahnwesen

kennt die Kunden persönlich, und er kann ihre Kreditwürdigkeit oft besser als ein Auskunftsbüro beurteilen. Das Ergebnis der Konferenz ist hier Schutz vor Verlusten und eventuelle Korrektur der vorgemerkten Höchstkredite. Es braucht nicht gesagt zu werden, daß gerade heute die laufende Kontrolle der einzelnen Konten dringend notwendig ist. Anregungen und Verbesserungen der Erzeugnisse der Firma, Schilderungen von Aufgaben, die die Praxis an die Erzeugnisse stellt, werden zu deren praktischer Durchführung und zur Aufnahme neuer Typen usw. führen, die der Firma einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz verschaffen — dies würde vielleicht nie möglich gewesen sein, wenn nicht die Vertreterkonferenz den Anstoß dazu gegeben haben würde.

Über die Behandlung der einzelnen Kunden werden ebenfalls nutzbringende Anregungen aus der Konferenz zu schöpfen sein, genau so wie über Mängel der Verpackung, über bessere und billigere Transportwege, schnellere Expedition usw.

Es muß immer bedacht werden, daß gerade die tüchtigsten Verkäufer eine Abneigung gegen das Einsenden „großer Berichte“ haben. Deshalb in jedem Jahre eine Vertreterkonferenz! Sie verursacht, wenn sie zu Weihnachten abgehalten wird, überhaupt keinen Ausfall an Vertriebsarbeit, und sie bringt jeder Firma einen großen und greifbaren Nutzen — den vorwärts denkenden Leiter einer Firma werden sicher schon diese Ausführungen hiervon überzeugt haben!

Ausgangspunkt der Überlegungen war für die meisten der Gesichtspunkt, den Dr. *Herm. Schmidt*, Offenbach a. M., folgendermaßen ausdrückt:

Der Vertreter ist nicht nur an der Provision interessiert, sondern es wird auch hier ein gewisses Gefühl der Werkverbundenheit durch regelmäßige jährliche Besuche, wie sie hier beabsichtigt sind, gesteigert. Es ist selbstverständlich, daß sich diese Art der Verbundenheit auch in der Art der Werbung ausdrücken wird.

Werkverbundenheit

Der Zeitpunkt für die Versammlung ist möglichst in eine geschäftsarme Zeit zu legen. Neben dem schon angegebenen Zeitpunkt in der Nähe des Weihnachtsfestes

Zeitpunkt

werden die Wochen vor Ostern oder Pfingsten verschiedentlich vorgeschlagen. Über den von der Betriebsleitung befürchteten Betriebsausfall sagt Dipl.-Ing. *Oskar Allschwager*, Hamburg:

Ein tüchtiger Vertreter wird durch den Besuch der Vertreterkonferenz im Lieferwerk einen Rückgang des Umsatzes in seinem Bezirk nicht verspüren. Er muß vorher für die Tgae seiner Abwesenheit vorgesorgt haben und das wird jeder geschickte Vertreter, der in seinem Bezirk gut eingeführt ist, ohne weiteres fertig bringen.

Ich vermiße in der Frage, daß offenbar seitens der Vertriebsleitung des Werkes gar nicht daran gedacht wurde, daß die Mitarbeit der Vertreter an dem Ausbau der Außenorganisation nicht unterschätzt werden darf.

Kosten der Konferenz

Sehr wichtig für die Entscheidung ist natürlich die Kostenfrage. Den Beweisgründen von Dipl.-Ing. *Paul Federmann*, Mannheim, ist die Berechtigung nicht abzusprechen:

Die Kosten sind, selbst wenn man zweckmäßigerweise die Vertreter auf Rechnung des Werkes einlädt — durch Abmachungen mit den Hotels und Festlegung eines Pauschalatzes für die Reise je nach Entfernung in km kann man die Kosten begrenzen — keine Extra-Belastung, denn auf der andern Seite werden die Kosten für je einen Besuch gespart, der sonst bei den einzelnen Vertretern gemacht werden müßte. Die durch das Fortfallen einer solchen Besuchsreihe gewonnene Zeit deckt auch etwa den für die Vorbereitungsarbeiten nötigen Zeitaufwand.

Gründe gegen die Konferenz

Wie schon eingangs erwähnt, liegen auch gegen teilige Erfahrungen mit Vertreter-Zusammenkünften vor. Dipl.-Ing. *W. Abt*, Nürnberg, schreibt z. B.:

Mag auch die Fühlungnahme und der Kontakt mit dem Stammhaus und seinen Abteilungsleitern gefördert, der kaufmännisch-technische Gesichtskreis erweitert werden, so leidet unter den äußeren Begleiterscheinungen solcher Massenzusammenkünfte doch die konzentrierte Unterweisung des Einzelnen, was schließlich Hauptzweck sein sollte. Mit der bestenfalls erzielten zusammenraffenden „Schnellbleiche“ und ihren meistens sehr hohen Kosten ist dem Werk nicht gedient.

Auch der Vorschlag von Konferenzen für ganz enge Bezirke verdient Beachtung.

Fritz Schmilt, Neuß a. Rh., empfiehlt die Entsendung von Fachmonteuren zu den Vertretern:

Die Reisevertreter der Büromaschinenbranche haben so viel Gelegenheit, eigene und fremde Fabrikate im Betriebe zu beobachten, daß sie sich am besten ein Bild machen können, welche Anforderungen man an Büromaschinen stellt — und so dürfte es in der Hauptsache nur nötig sein, den Leuten durch Übersendung von Druckschriften und Erläuterung der Konstruktion Kenntnis von den Neuerungen zu geben. Damit könnte man allenfalls einen eigens dazu eingestellten tüchtigen Mechaniker oder Monteur betrauen, der die Vertreter nach vorheriger Anmeldung besucht, dann ist die Arbeit in kürzester Frist geschafft, als wenn alle Vertreter jährlich auf einer Konferenz zusammenkommen.

Durchführung der Konferenz

Der Erfolg einer Vertreterkonferenz wird stets davon abhängen, wie sie vorbereitet und durchgeführt ist. Einen Vorschlag für das Programm einer solchen Tagung macht Dr.-Ing. *H. Ströer*, Köln-Ehrenfeld:

1. Der Propagandaplan für das kommende Jahr: Möglichkeiten der Unterstützung und des Nachdrückens durch die Vertreter-Organisation. Was gibt der Vertrieb an neuem Werbematerial für die Vertreter heraus? (Referat des Vertriebsleiters).

2. Die technischen Fortschritte an den eigenen Erzeugnissen (Bericht der Betriebsleitung).

3a. Welche Beanstandungen erhebt die Kundschaft an den eigenen Fabrikaten? (Diskussion zwischen den Vertretern und der Werksleitung, die eingeleitet wird durch einen zusammenfassenden Bericht der Werksleitung über die im letzten Jahr von den Vertretern schon schriftlich eingegangenen Beanstandungen).

3b. Welche Verbesserungsvorschläge können auf Grund dieser Beanstandungen von den Vertretern gemacht werden? Stellungnahme der Betriebsleitung dazu.

4. Berichte der einzelnen Vertreter, welche Art des Vorgehens bei den einzelnen Abnehmergruppen am besten zum Erfolge führte (Hauptreferat des erfolgreichsten und vielseitigsten Vertreters; kürzere Mitteilungen von den übrigen).

5a. Welche Eigenarten der Konkurrenzfabrikate werden von der Kundschaft am meisten geschätzt? (Referat eines Vertreters).

5b. Korreferat eines Mitgliedes der Werksleitung, das demgegenüber die Vorzüge des eigenen Fabrikates mit besonderer Rücksichtnahme auf das Verkaufsgespräch darlegt.

5c. Welche Abnehmergruppen bevorzugen Konkurrenzfabrikate? (Vertreterbericht).

6. Berichte der einzelnen Vertreter über die Propagandamaßnahmen der Konkurrenz in ihren Bezirken (Kurzreferate).

7. Anregungen der Vertreter für die Erschließung neuer Abnehmerkreise.

Sehr aufschlußreich sind auch die Ausführungen, die

Gruppenkonferenzen

Dipl.-Ing. *H. O. Vorländer*, Cambridge, Mass. (USA), macht, der statt allgemeiner Vertreterkonferenzen Gruppenkonferenzen den Vorzug gibt:

Nach einigen Mißerfolgen entschlossen wir uns, den Plan einer allgemeinen Vertreterkonferenz (Generalkonferenz) aller Mitarbeiter aufzugeben und statt dessen Gruppenkonferenzen abzuhalten. Zu viertägiger Arbeit versammelten wir nacheinander die Vorstände der Bezirke, die Leiter der Zweigniederlassungen und schließlich die Untervertreter und Verkäufer in der Nähe unsres Werkes, das sich unweit einer Großstadt befindet.

Zwecks Vorbereitung sind für jede Gruppensitzung die Redner im voraus bestimmt und haben einen Auszug ihres Vortrages einzureichen. Die Diskussionsleiter, die in den verschiedenen Sitzungen den Vorsitz wechseln, werden mit dem Material vertraut gemacht. Vorträge sollen niemals gelehrt, wohl aber leicht belehrend und anschaulich sein. Versuchsweise wollen wir einführen, vor den Konferenzen Fragebogen an die Untervertreter und Verkäufer zu verschicken, durch deren Beantwortung das Interesse gesteigert werden soll. Die Vertriebsleitung wird durch dieses Material ein Bild bekommen, wo weitere Aufklärung und Hilfe nötig sein wird und welche Themen auf der nächsten Konferenz behandelt werden müssen. Außerdem aber sollen die Vertreter mit einer gewissen Lust zu fragen zur Konferenz reisen und jeder soll seinen Teil zur Beantwortung beitragen.

Die Notwendigkeit, jeden Teilnehmer der Zusammen-

Straffe Leitung

kunft zum Reden zu bringen, betonen verschiedene Einsender. Allerdings muß auch hier eine straffe Leitung dafür sorgen, daß es nicht zu einer Übertreibung kommt, wie sie *Friedrich Kutsche*, Charlottenburg, befürchtet:

Richtig aufgezogene und vorbereitete Vertreterkonferenzen, bei welchen straffe Leitung und entsprechendes Programm die Selbstbespiegelung einzelner und das sonst leicht mögliche Geschwätz aller verhindern muß, sind, wie meine Erfahrungen bei einer Fabrik ähnlicher Branche zeigen, das beste Mittel, die beim Eintritt der Vertreter durch Verkaufsschulung usw. gelegten Grundlagen weiterzubilden und auszuweiten.

Von der Auswahl der Hauptvortragenden hängt viel ab, wie Dr. *Berlitzer*, Berlin, betont:

Ein sehr wichtiger Punkt der Versammlungen ist die Person des Vortragenden selbst, der durch seine Redegabe die Vertreter für die neuen Waren so begeistern soll, daß sie sich sagen: Das ist wirklich ein feines Ding, da muß ich morgen gleich mal zu meinen Kunden damit losschießen! Das Ziel, diese Begeisterung hervorzurufen, läßt sich viel leichter durch Vorführung der Ware in natura, entsprechende feierliche Aufmachung und zündende Reden erreichen als durch Briefe, die oft ohne die nötige Sammlung oberflächlich gelesen werden (so z. B. Einführung des verbesserten Opel-Wagens, in Verkaufspraxis, April 1930).

Werden die Gesichtspunkte beachtet, die in den hier wiedergegebenen Schreiben enthalten sind, so wird die Vertreterkonferenz in den meisten Fällen zu dem gewünschten Erfolge einer Intensivierung der Vertriebsfähigkeit und einer engen Zusammenarbeit zwischen Stammhaus und Vertreter führen.

Zur Berufstatistik der deutschen Ingenieure

Von Dipl.-Ing. KURT SCHULZ, Berlin

Untersuchungen über die Zahl der Ingenieure innerhalb des deutschen Reichsgebietes, ihre Verteilung auf die verschiedenen Wirtschaftszweige und ihre schulmäßige Vorbildung. Den Ermittlungen liegt die Berufszählung des Statistischen Reichsamtes vom Jahre 1925 zugrunde, ergänzt durch eine Statistik der Mitglieder des Vereines Deutscher Ingenieure sowie der Mitgliederzahlen der im Deutschen Verband Technisch-Wissenschaftlicher Vereine zusammengeschlossenen Organisationen. Aus den bemerkenswerten Ermittlungen des VDI vom Jahre 1928 über die örtliche, soziale und berufliche Gliederung seiner Mitglieder werden erstmalig zusammenfassende Zahlenangaben veröffentlicht.

Die Berufstatistik des Ingenieurs ist bisher wenig entwickelt. Das liegt allerdings weniger daran, daß man dafür bisher kein Bedürfnis empfunden hat, als vielmehr an der Unzulänglichkeit der Grundlagen für solche Erhebungen. Die Berufsbezeichnung „Ingenieur“ ist in Deutschland bekanntlich nicht geschützt. Sie entbehrt infolgedessen auch der für statistische Ermittlungen oder Vergleiche unerläßlichen einheitlichen Auslegung. Die schulmäßige Vorbildung kann zur Kennzeichnung nur bedingt herangezogen werden, da einerseits nicht wenige Ingenieure (namentlich von der älteren Ingenieurgeneration) ihre Kenntnisse und Fähigkeiten mehr oder weniger außerhalb der Schule entwickelt haben, andererseits selbst Studierende der Technischen Hochschulen im späteren Berufsleben den Ingenieurtitel zu einem gewissen Prozentsatz nicht führen (z. B. Architekten, Chemiker) oder nicht ingenieurmäßig tätig sind. Die organisationsmäßigen Bindungen wiederum sind nicht so stark und gleichartig, daß sie, wie etwa die Zusammenschlüsse gewerkschaftlicher Art, die mangelnde begriffliche Klarheit praktisch entbehrlich machten. In jedem Falle klaffen deshalb bei der Benutzung des Vorhandenen Lücken, die sich nur auf dem Wege der Schätzung überbrücken lassen.

Aus den Ergebnissen der amtlichen Berufszählung 1925

Unter der Unsicherheit der hier angedeuteten Ermittlungsvoraussetzungen leidet naturgemäß besonders die amtliche Statistik. Das ist um so bedauerlicher, als die Zählungen des Statistischen Reichsamtes noch die umfassendsten Unterlagen geben. Die letzte Berufszählung vom 16. Juni 1925 wies beispielsweise in einer besonderen Gruppe (Berufsnummer 70) Ingenieure, Architekten und Baumeister sowie in einer weiteren (Berufsnummer 80) Chemiker für alle 25 Wirtschaftszweige gesondert aus. Danach wurden im Deutschen Reich neben rd. 10 600

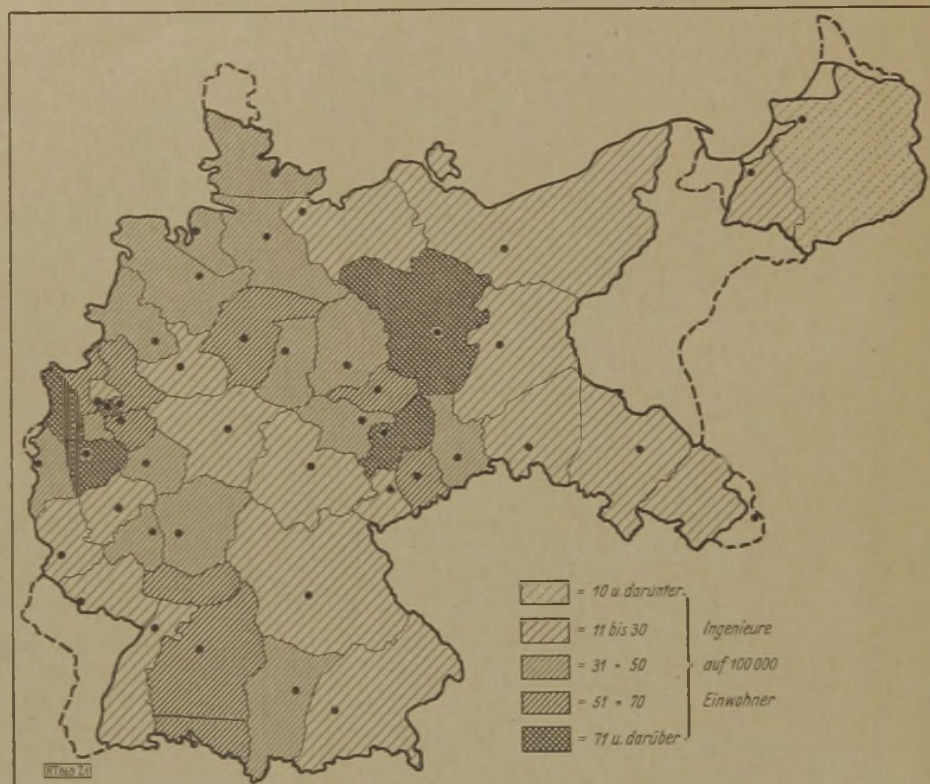


Abb. 1. Oertliche Gliederung der Mitglieder des Vereines Deutscher Ingenieure bezogen auf die entsprechenden Gesamt-Einwohnerzahlen

Im Durchschnitt entfielen 44 VDI-Mitglieder auf 100 000 Einwohner. Die größte Dichte wies der Bezirk Bochum mit 122, die geringste der ostpreussische Bezirk mit 9 Ingenieuren auf 100 000 Einwohner auf. Das Verhältnis von VDI-Mitgliedern zu den entsprechenden Ermittlungen der amtlichen Berufszählung von 1925 betrug in den Gebieten der Bezirksvereine durchschnittlich 19,5 vH. Der Bodensee-Betriebsverein hatte mit 41,6 vH den größten und der ostpreussische mit 8,8 vH wieder den niedrigsten Anteil. Gegenüber den entsprechenden Gesamt-Einwohnerzahlen betragen die Werte der Berufszählung 1925 im Bereich der verschiedenen Bezirksvereine durchschnittlich 224 auf 100 000 Einwohner. Dabei lag Berlin mit 495 an der Spitze, während das Gebiet des Mosel-Betriebsvereins mit 71 Ingenieuren auf 100 000 Einwohner die geringste Dichte aufwies.

Chemikern rd. 142 000 Ingenieure usw. ermittelt. Diese letzte Zahl, die 0,4 vH aller hauptberuflich Erwerbstätigen (oder rd. 0,2 vH der Gesamt-Einwohnerzahl) betrug, gibt offenbar den Berufskreis der Ingenieure in seiner weitesten Auslegung an. Wieweit er zahlenmäßig mit dem übereinstimmt, der sich auf Grund der Auslegungen etwa nach den Satzungen der führenden technisch-wissenschaftlichen Vereine ergeben würde, bleibe zunächst dahingestellt. Wir kommen in andern Zusammenhang weiter unten noch einmal darauf zurück.

Wichtige Anhaltspunkte liefert die Reichsstatistik jedenfalls für die

Berufsdichte.

Da die Berufszählung in sich auf einheitlichen Erhebungsgrundsätzen fußt, vermitteln ihre Ergebnisse zweifellos unabhängig von den absoluten Zahlen ein zutreffendes Bild der heutigen Verteilung der Ingenieure auf die ver-

schiedenen Wirtschaftszweige. Daran interessiert besonders die Frage, wie weit der Ingenieur heute schon über sein „historisches“ Betätigungsfeld hinausgewachsen ist und sich Ingenieuraufgaben auf andern Gebieten zugewandt hat. Ihrer sollte es auch bei zurückhaltender Beurteilung der Berechtigungsfrage noch eine große Zahl geben, selbst wenn sich der Ingenieur darauf beschränkte, dem wachsenden Einflußkreis der „Maschine“ (im weiteren Wortsinne) nachzugehen. Berücksichtigt man von den 25 Wirtschaftszweigen der Berufszählung die drei, innerhalb deren die erwähnte Gruppe 70 die größten Zahlen aufweist — nämlich die Zweige 7, 8 und 18 (Maschinenbau, Elektrotechnik und Bauwesen) — so sind darin bereits 70 vH der insgesamt Ausgewiesenen eingeschlossen. Nimmt man noch fünf weitere hinzu, so erfaßt man mit einem knappen Drittel aller Wirtschaftszweige bereits 85 vH des Berufsstandes. Dabei sind in diesen acht Zweigen lediglich die Hauptgebiete ingenieurmäßiger Betätigung enthalten, und zwar vom Bergbau an die gesamte Metallgewinnung, -aufbereitung und -verarbeitung, die Energieumwandlung und -verteilung sowie das Verkehrs- und Bauwesen. Die Statistik weist demnach aus, daß die Wirtschaftgrundlage des Ingenieurberufs noch verhältnismäßig schmal ist.

Von der Berufsgliederung des Vereines Deutscher Ingenieure

Für die weiteren Betrachtungen sind die umfangreichen Erhebungen über die örtliche, soziale und berufliche Gliederung von Ingenieuren mit herangezogen, die der Verein Deutscher Ingenieure im Jahre 1928 für seinen Mitgliederkreis angestellt und Ende 1928/29 an Hand einer allgemeinen Umfrage mittels Fragekarte nachgeprüft hat. Einige allgemeiner interessierende Feststellungen sind in den Abb. 1 u. 2 sowie der Zahlentafel 1 ausgewertet.

Aus dem bei dieser Gelegenheit aufbereiteten Zahlenstoff lassen sich auch einige Anhaltspunkte für den Stand der theoretischen

Berufsschulung

des Ingenieurs gewinnen. Bekanntlich ist die Aufnahme in den VDI, wie auch bei andern, gleichartig aufgebauten technisch-wissenschaftlichen Vereinen, von dem Nachweis einer ausreichenden schulmäßigen Vorbildung abhängig, die nur durch eine in ihrem Umfang entsprechend gestufte praktische Ingenieurtätigkeit abgegolten werden kann¹⁾. Die Zusammensetzung des Mitgliederkreises gibt damit gewissermaßen einen Querschnitt der schulmäßigen Anforderungen, die man heute an eine ingenieurmäßige Betätigung zu stellen sich gewöhnt hat.

Die Auszählung der Mitglieder hat nun ergeben, daß rd. 35 vH eine abgeschlossene technische Hochschul-Vorbildung nachweisen können. Dieser Anteil scheint angesichts der ständig wachsenden Ansprüche bei der Besetzung von Ingenieurstellungen auf den ersten Blick gering. Er erklärt sich aber zwanglos daraus, daß darin (neben ehemaligen Studierenden an Universitäten) vor allem die Ingenieure nicht mitgezählt sind, die ohne eine förmliche Abschlußprüfung in die Praxis übergegangen sind. Namentlich bei der älteren, industriell tätigen Ingenieurgeneration, deren Studienjahre um die Jahrhundertwende herum liegen, dürfte das die Regel sein. Die Neuaufnahmen der letzten zehn Jahre setzen sich zu mehr als der Hälfte aus Ingenieuren mit abgeschlossener Hochschulbildung zusammen, so daß man in absehbarer

Zeit allgemein mit diesem höheren Prozentsatz wird rechnen können (besonders, wenn man ein erfolgreiches Studium nicht unbedingt mit einer erfolgreichen Abschlußprüfung gleichsetzt).

Zahlentafel 1. Berufliche Gliederung der Mitglieder des Vereines Deutscher Ingenieure

Die Klammerzahlen beziehen sich auf die tatsächlichen Erhebungen für das deutsche Reichsgebiet aus dem Jahre 1928, wobei mehr als 90 vH der in Frage kommenden Vereinsmitglieder erfaßt wurden; in den Gegenzahlen ist der nicht ermittelte Restkreis anteilmäßig mit enthalten.

1. Forscher und Lehrer Ingenieure an selbständigen Forschungsinstituten und Industrielaboratorien	86 (70)	
Lehrer an Hochschulen	352 (287)	
Techn. Mittel- u. Gewerbeschulen	1081 (880)	1 433 (1 167)
Insgesamt	1 519 (1 237)	= 5,4 vH
2. Konstrukteure Kraftmaschinen, Dampf- kessel, Maschinenteile	1 932 (1 575)	
Verkehrstechnik	1 002 (812)	
Fördertechnik	825 (672)	
Rohrleitungen u. Apparate	468 (382)	
Werkzeugmaschinen	605 (493)	
Maschinen f. technologische Betriebe	819 (666)	
Bergwerks- u. Hüttenanlagen	426 (347)	
Gesundheitstechnik	221 (180)	
Elektrotechnik	771 (629)	
Bauwesen einschl. Bau- maschinen	960 (781)	
Insgesamt	8 029 (6 537)	= 28,8 vH
3. Fertigungs- und Betriebsingenieure Mechanische Industrie	3 175 (2 584)	
Technologischer Betrieb	1 094 (891)	
Bergbau, Hüttenwesen	1 051 (856)	
Chemischer Betrieb	792 (645)	
Verkehr	262 (213)	
Energieversorgung (Dampf, Gas, Wasser, Elektrizität)	1 059 (862)	
Landwirtschaftl. Maschinen- betrieb	16 (13)	
Selbstkosten- u. Abrechnungs- wesen, Einkauf, industrielle Verwaltung	317 (257)	
Insgesamt	7 766 (6 321)	= 27,8 vH
4. Vertriebsingenieure Zivilingenieure	2 699 (2 199)	
Industrieangestellte	1 370 (1 113)	
Insgesamt	4 069 (3 312)	= 14,6 vH
5. Fabrikanten	2 379 (1 937)	= 8,5 vH
6. Ingenieure in öffentl. Diensten Ingenieure in staatl. oder städt. Dienst	1 721 (1 400)	
Ingenieure im behördl. Aufsichtsdienst (Gewerbe- aufsicht, Überwachungs- ingenieure)	684 (556)	
Insgesamt	2 405 (1 956)	= 8,6 vH
7. Patentanwälte, Beratende Ingenieure	681 (562)	= 2,5 vH
8. Nicht praktisch tätige Ingenieure (in Verbänden, Schriftlei- tungen; z. Z. ohne Beruf; Nichtingenieure)	1 071 (871)	= 3,8 vH
VDI-Mitgl. i. Inland (insges.):	27 919 (22 733)	= 100,0 vH

¹⁾ Die Sonderbestimmungen für außenstehende, um die Technik verdiente Personen können hierbei unberücksichtigt bleiben.

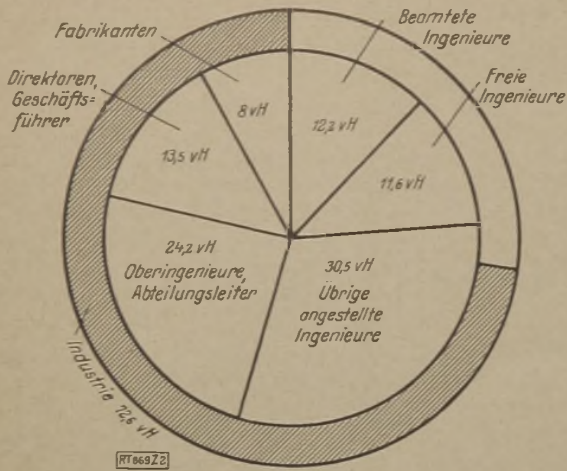


Abb. 2. Die soziale Gliederung der Mitglieder des Vereines Deutscher Ingenieure

Der Berufskreis des Deutschen Verbandes Technisch-Wissenschaftlicher Vereine und die Betriebszählung 1925

Im Zusammenhang mit den Zahlen, die sich auf den Mitgliederzahlen der im Deutschen Verband Technisch-Wissenschaftlicher Vereine zusammengeschlossenen Organisationen aufbauen, lassen die vorbehandelten statistischen Quellen Rückschlüsse auf den zahlenmäßigen Umfang des Kreises zu, der sich bei einer engeren Umgrenzung des Ingenieurbegriffes im Sinne der Auffassungen bei den führenden technischen Organisationen ergibt. Zu dem Zweck kann davon ausgegangen werden, daß der Verein Deutscher Ingenieure zwar alle fachlichen Richtungen des Ingenieurberufes umfaßt, daß sein natürlicher Schwerpunkt aber (ebenso wie der des Ingenieurberufes überhaupt) auf dem Gebiete des Maschinenbaues liegt, auf einem Gebiet, auf dem der Verein mit größter Wahrscheinlichkeit den allergrößten Teil der darin tätigen und technischen Organisationen angehörenden Ingenieure umfaßt. In ähnlicher Weise kann man ferner die Annahme zugrunde legen, daß auf allen übrigen Teilgebieten andere technische Organisationen des Deutschen Verbandes einen entsprechenden Fachkreis von Ingenieuren jeweils ausschöpfen und daß in diesen Organisationen alle heute vorhandenen, ingenieurmäßig gepflegten Fachrichtungen vertreten sind. Unter dieser Annahme würde eine feste Beziehung zwischen einem dieser Fachkreise und der zugehörigen Gesamtzahl der Ingenieure des betreffenden Kreises einen Schluß auf die tatsächlich vorhandene Gesamtzahl an Ingenieuren zulassen, sofern die Überschneidung der einzelnen Organisationen entsprechend berücksichtigt werden kann. Freilich wird dabei die stillschweigende Voraussetzung gemacht, daß auch an den Randgebieten das Verhältnis zwischen Außenstehenden und Vereinsangehörigen ungefähr gleich bleibt. Da jedoch, wie wir bereits gesehen haben, die Streuung der beruf-

lichen Tätigkeiten verhältnismäßig gering ist, bleiben in jedem Fall auch die möglichen Schätzungsfehler klein und auf das Gesamtergebnis von verschwindendem Einfluß.

Wichtiger dagegen ist eine sorgfältige Klärung der Frage, wie groß der Kreis der in technischen Organisationen des Deutschen Verbandes zusammengeschlossenen Ingenieure nach Ausschaltung der Doppelzählungen absolut ist. Von vornherein wird man dabei zweckmäßig neben den Organisationen mit ausschließlich korporativen oder Firmen-Mitgliedern auch die Chemikerverbände ausnehmen, um die unmittelbare Vergleichbarkeit mit den Zahlen der Betriebszählung zu wahren. Damit ermäßigt sich bereits die Bruttozahl (rd. 105 000) der mittelbaren Angehörigen des Deutschen Verbandes auf rd. 70 000. Als Anhaltspunkt für den Überschneidungsgrad der verbleibenden Mitgliederkreise wurde ein Vergleich des Mitgliederkreises des Vereines Deutscher Ingenieure mit dem zweier kleinerer Vereinigungen (von insgesamt 2000 Mitgliedern) benutzt. Dabei stellte sich die Zahl der Doppelmitglieder zu rd. 50 vH der Gesamt-Mitgliederzahlen dieser beiden Vereine heraus. Zweifellos ist die Zahl der Doppel- und Mehrfach-Mitglieder auch bei den übrigen Vereinen sowohl gegenüber dem VDI als auch unter sich recht erheblich, zumal es immer wieder der gleiche Personenkreis ist, der auch die in den verschiedenen Organisationen zum Teil noch mitenthaltenen Firmenmitglieder zu vertreten hat. Bei vorsichtiger Schätzung sollten deshalb in der Brutto-Mitgliederzahl von 70 000 rd. 40 vH Doppelzählungen enthalten sein, so daß man den Einzelpersonenkreis an Ingenieuren, der hinter dem Deutschen Verband steht, auf rd. 40 000 Personen veranschlagen darf.

Damit sind die Voraussetzungen für eine Schätzung des heutigen Berufskreises der Ingenieure auf der gegenüber der Berufszählung veränderten Grundlage gegeben. Bei einem Vergleich der VDI-Statistik mit der amtlichen Betriebszählung läßt sich nämlich feststellen, daß im Bereich des Maschinenbaues halb so viel VDI-Mitglieder tätig sind, als die Betriebsstatistik für die Gruppe 7 (Maschinen-, Apparate- und Fahrzeugbau) ausweist. Infolgedessen ist aus den hier entwickelten Gedankengängen heraus der Schluß berechtigt, daß etwa die Hälfte der in der Berufszählung enthaltenen Ingenieure (festerer Begriffbestimmung) dem Kreis technischer Organisationen zugehören, der soeben auf 40 000 Ingenieure beziffert worden ist. Wenn auch die zugrunde gelegten absoluten Zahlen teilweise um Jahre zurückliegen, so kann doch angenommen werden, daß sich die Aufnahmefähigkeit für Ingenieurberufe absolut nicht wesentlich verändert hat. Somit kann der Ingenieurberuf im engeren Sinne heute auf rd. 80 000 Personen beziffert werden, von denen rd. 28 bis 30 000 eine abgeschlossene Hochschulvorbildung haben, wenn man den für den VDI ermittelten Verhältniswert hierbei der Gesamtschätzung zugrunde legt.

Zeitschriften für den Vertrieb

Von Dr. H. BERLITZER, Berlin

In dem Bestreben, die Zeitschrift „Technik und Wirtschaft“ vornehmlich auf das Gebiet des industriellen Vertriebes abzustellen, haben wir den Verfasser zu dem Versuch veranlaßt, die fachlich einschlägigen Zeitschriften zusammenzufassen, deren Lektüre für jeden im Vertrieb Tätigen beachtenswert und zum Studium in Einzelfragen zu empfehlen ist. Die Zusammenstellung kann als Versuch auf Vollständigkeit noch keinen Anspruch erheben; indessen dürfte der Praxis schon mit dieser Übersicht gedient sein. Damit reiht sich dieser Beitrag ein in das Gesamtprogramm unsrer Zeitschrift, die in einer planmäßigen Folge von Beiträgen einen Querschnitt des gesamten Vertriebswesens bieten wird.

Die einzelnen Stoffgebiete der folgenden Zeitschriften scharf voneinander zu trennen, ist nicht möglich, da sie sich zum Teil überdecken. Unter diesem Vorbehalt teilen wir sie folgendermaßen ein: zuerst werden jene angeführt, die sich mit der Werbung befassen. Dann folgen die Zeitschriften, die den Verkauf in engerem Sinne behandeln; ferner jene, die Organisation des Vertriebs und Einzelfragen der Absatztechnik zum Gegenstand haben, worauf noch einige Zeitschriften allgemein-volkswirtschaftlicher Richtung und Exportblätter angeführt werden.

1. Werbung

Die Reklame, Verlag Francken und Lang, Berlin W 30, besteht seit 23 Jahren und ist die älteste Fachzeitschrift in Deutschland. Als Verbandszeitschrift und Sprachrohr des Deutschen Reklame-Verbandes widmet sie naturgemäß seinen Interessen, den Tagungs- und Tätigkeitsberichten breiten Raum, also auch den hierhergehörigen Rechts- und Standesfragen. Im übrigen befassen sich die Aufsätze, oft in Sonderheften für einzelne Gebiete, wie Film- oder Plakatwerbung, mit allgemeinen Themen der Werbung, sowohl vom Standpunkt des Reklameverbrauchers wie der Reklamefachleute. Die Arbeiten einzelner Gebrauchsgraphiker finden eingehende Würdigung; auch werden regelmäßig bemerkenswerte Werbefeldzüge besprochen. **Seidels Reklame**, Berlin W 9, versucht, in den Aufsätzen besonders dem Einzelhändler und sonstigen kleineren Reklameverbrauchern bei der Werbung zu helfen, bespricht aber auch für große Werbeabteilungen wichtige Fragen der Gestaltung und Anwendung von Werbemitteln, besonders der Außenreklame. Ein ausführlicher Referatenteil bringt Auszüge aus den wichtigsten Werbefachzeitschriften der ganzen Welt.

Die Anzeige, Reutlingen, Verlag August Storch, bemüht sich um die Pflege der wirksamen Anzeige und um eine Feststellung ihrer Wirksamkeit in einzelnen Zeitungen. Es werden in jeder Nummer Gruppen von zu einem bestimmten Geschäftszweig oder sonst irgendwie innerlich zusammengehörigen Anzeigen besprochen. In der „*Verkaufspraxis*“ (vgl. Abschn. 2) werden Werbefragen ebenfalls behandelt.

Da der reklametreibende Industrielle auch Graphiker mit der Ausarbeitung von bildlichen Entwürfen beschäftigt und gerne den passenden zur Verfügung hat, wirft er einen Blick in Zeitschriften, in denen an Hand vieler Bildbeispiele das Schaffen einzelner Künstler eingehend erläutert wird. Das wichtigste Organ für diesen Zweck ist die **Gebrauchsgraphik**, Berlin SW 68, die in jeder Nummer das Werk vieler Gebrauchsgraphiker, manchmal auch von Photographen und andern bildenden Künstlern bespricht, daneben auch je ein Sonderthema der Marktanalyse behandelt.

Da sich gerade infolge der Schwierigkeit der Einigung über einen bildlichen Entwurf oft Rechtsstreitigkeiten ergeben, sollte man gelegentlich auch einen Blick in die **BDG-Blätter**, Berlin SW 48, werfen, in die Verbandszeitschrift des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker, in der oft die hierher gehörigen Rechtsfragen erörtert werden.

Nur in großen Werbeabteilungen wird sich der Werbeleiter eingehend mit der Vervielfältigung von Werbetrucksachen beschäftigen müssen, um mit Rücksicht auf diese Kenntnisse gleich die Ausführung des Bildentwurfes, Wahl des Papiers und andere drucktechnische Einzelheiten selbst anordnen zu können. In diesem Fall wählt er z. B. die Zeitschriften

Deutscher Drucker, Berlin SW 61, **Offset-, Buch- und Werbekunst**, Leipzig C 1, oder das **Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik**, Leipzig, Deutscher Buchgewerbeverein.

Von den dem gleichen Fachgebiet der Reklame angehörigen Auslandzeitschriften seien erwähnt:

Österreichische Reklame, Wien I, Heßgasse 7, ist ein Fachblatt für den Werbefachmann, Gebrauchsgraphiker und Reklameverbraucher, der

Kontakt, Wien VI, Mariahilferstraße 95, das Organ des Reklameschutzverbandes, vertritt besonders die wirtschaftlichen Interessen der Inserenten.

Schweizer Reklame, Zürich, Storchengasse 16, ist ein Spiegel der Reklamebestrebungen in der Schweiz; sie enthält als Zeitschrift des Reklame-Verbandes Beiträge der bedeutendsten Schweizer Werbefachleute.

In der Tschechoslowakei ist es die **Propaganda**, Warnsdorf, Verlag Strache, die neben allgemeinen Aufsätzen über Reklame auch Nachrichten über Messen und Fremdenverkehr bringt.

In Frankreich erfaßt besonders die Zeitschrift **Vendre**, Paris 8^e, 6 Rue de l'Isly, neben Werbefragen auch wirtschaftliche und Vertriebsangelegenheiten, während die Zeitschrift

La Publicité, Paris 10^e, 60 Rue du Faub. Poissonnière sich mehr Einzelhandelsfragen und in einer großen Spalte denen des kaufmännischen und Werberechts widmet.

Englands wichtigste Reklamefachzeitschriften sind **Advertisers Weekly**, London, 66 Shoe Lane, und **Advertising World**, London, 14 King Street. Ein Sondergebiet, das Plakat, behandelt **The Placard**, Leeds, Queen Street, Sheldon House, während die **Commercial Art**, London WC 2, 44 Leicester Square, in der Hauptsache sich mit der englischen Gebrauchsgraphik, Photographie, Laden- und Schaufensterarchitektur befaßt.

In Holland widmet sich die Zeitschrift **De Reclame**, Haag, Hofwyckstraat 9, ausschließlich der Reklame.

Von den Reklamezeitschriften der übrigen europäischen Länder seien nur kurz erwähnt:

Dänemark: **Dansk Reklame**, Kopenhagen, Vognmagergade 8,

Norwegen: **Propaganda**, Oslo, Øvre Slottsgade 25,

Polen: **Reklama**, Warschau, ul. Bracka 13, und **Propaganda**, Warschau, Nowogrodzka 4,

Ungarn: **Reklam Élet**, Budapest V, Bálvány ucca 12.

Die Zeitschriften der Vereinigten Staaten sind wohl die umfangreichsten, reichhaltigsten und in Inhalt und Ausstattung wertvollsten, was ja im Mutterland der Reklame nicht erstaunlich ist. Ohne amerikanische Verfahren blindlings auf Europa übertragen zu wollen, kann man doch aus ihnen sehr wertvolle Anregungen schöpfen, zumal da hier innere Angelegenheiten von Unternehmungen, selbst Mißerfolge, ohne Scheu zahlenmäßig dargelegt werden, wie dies sonst nirgends geschieht.

Die älteste Zeitschrift und zugleich die weitaus angesehenste ist

Printers Ink, New York, 185 Madison Avenue, die in einer Monatsausgabe größeren und einer Wochenausgabe kleineren Formats erscheint. Die reich gebildeten Aufsätze betreffen nicht nur das Gebiet der Werbung, sondern auch der Verkaufsförderung im weitesten Sinn, daneben werden Gesetzgebung, Angelegenheiten der Werbeagenturen und -fachleute, auch zum Teil graphische Künste besprochen. Einzelgebiete der Werbung behandeln folgende:

Postage and The Mailbag, Brooklyn, New York, 68—35th Street, befaßt sich nur mit der Werbung durch Postversand von Werbetrucksachen und Werbebriefen.

Timely Advertising, Chicago, Ill. 15 East Huron Street, verfolgt die gleichen Ziele, enthält aber auch interessante statistische Daten aus dem Werbe- und Wirtschaftsleben.

Car Card, New York, 220 West 42nd Street, zeigt die Werbemöglichkeiten für die verschiedensten Unternehmungen durch Gebrauch von Straßenbahnplakaten.

The Poster, Chicago, 307—11 South Green Street, berichtet über Plakate. Neben diesen gibt es noch viele kleinere Fachzeitschriften und sehr bedeutende des graphischen Faches.

Mit dem Schaufenster als Werbemittel befassen sich die Zeitschriften

Schaufenster-Kunst und -Technik, Berlin, das Blatt der Dekorateurs, und

Das Schaufenster, Bad Schandau, speziell der Werbung für Nahrungs- und Genußmittel gewidmet.

Auch in *Printers Ink Monthly* finden sich Beiträge über Schaufensterwerbung.

2. Verkauf

Während sich die bisher genannten Zeitschriften insbesondere mit der Werbung beschäftigen, ist in andern ein mehr oder weniger großer Teil des Inhalts dem Verkauf, also der Vertreterorganisation, den Zwischenhändlern, Händlerhilfen usw. gewidmet, doch läßt sich auch gegenüber den bisher genannten kein scharfer Trennungsstrich ziehen. Unter ihnen gehören *Vendre* und namentlich *Printers Ink* auch hierher. Weitaus an der Spitze stehen hier die amerikanischen Blätter. Von besonderem Interesse für die Industrie ist **Class & Industrial Marketing**, Chicago, 337 South Dearborn Street, in dem nicht die Einzelheiten der Werbung, sondern mehr die Grundzüge der Vertriebspolitik der Erzeugerfirmen und die Art ihrer Warenverteilung dargestellt werden. Eine Mittelstellung zwischen dieser und der vorigen Kategorie nehmen ein:

Sales Management, New York, 420 Lexington Avenue, **Advertising and Selling**, New York, 9 East 38th Street und

Printed Salesmanship, Chicago, 4660 Ravenswood Avenue, die sich im weitesten Sinn mit Vertriebs- und Werbefragen beschäftigen, ohne auf die Interessen des einzelnen Händlers allzusehr einzugehen, soweit sie nicht den Großhändler und Erzeuger selbst unmittelbar betreffen. Diesen schließt sich am nächsten **Sales Management**, London WC 2, 22 Henrietta Street an, in dem aber auch der Besprechung der jüngst erschienenen Zeitungsanzeigen und der Praxis des Ladenverkaufs Raum gewährt wird. Als Korrelat bemerkenswert ist eine amerikanische Zeitschrift über den Einkauf, **The Purchasing Agent**, 53 Park Place, New York, neben einigen Spezialzeitschriften über Einzelgebiete.

Verkaufspraxis, Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart, ist bemerkenswert durch die interessanten Leitartikel über Tagesfragen des Wirtschaftslebens. Nebst dem engeren Gebiet der Werbung, von dem auch oft die weniger abgetretenen Pfade begangen werden, wird das Vertreterwesen behandelt und Fragen der Verkaufspolitik und der Händlerunterstützung. Ein Abschnitt „Tips“ bringt Verkaufstricks in kurzer Form, heraustrennbare Karten enthalten in gedrängter Form allgemein brauchbare Zahlentafeln und für den Kaufmann wichtige Dinge.

Der Organisator, Frankfurt a. M., ist mehr auf die Bedürfnisse des Ladeninhabers und kleineren Unternehmens zugeschnitten, befaßt sich daher besonders mit der Organisation, der Reklame und den Absatzproblemen von Einzelhändlern, bringt aber auch gelegentlich Berichte über Werbefeldzüge großer Industrieunternehmungen, namentlich der Lebensmittelbranche.

3. Vertriebsorganisation und Einzelfragen der Absatztechnik

Für die Praxis des Vertriebs seien einige Zeitschriften angeführt, die sich mit der Organisation und mit Einzelfragen des Vertriebs befassen.

Organisatorische Fragen des Vertriebs behandeln im Rahmen ihrer allgemein-betriebswirtschaftlichen Einstellung

Zeitschrift für Organisation (Z. f. O.), Berlin W 30,

Organisation, Berlin W 8, ferner die an anderer Stelle angeführten Zeitschriften

Der Werksleiter, *Die Betriebswirtschaft* und die früher genannten amerikanischen Blätter, in denen, wie betont, alle Fragen des Vertriebs erörtert werden.

Die Verpackung, Berlin N 24, bringt Aufsätze über Packungsmaterialien und -möglichkeiten, neuartige Transportbehältnisse und Hilfsmittel, während die **Karton- und Papierwarenzeitung**, Dresden, nur das Sondergebiet der Verpackungen aus Karton und andern Faserstoffen behandelt. Das gleiche Gebiet in England behandelt **Paper Container**, London EC 4, 29 Ludgate Hill.

Mit dem Transportwesen beschäftigen sich die **Speditions- und Schiffsfahrtszeitung**, Berlin W 35, und der **Schiffsfrachtendienst**, Hamburg 5, der auch viele Aufsätze über gesetzliche Vorschriften des Schiffsverkehrs, Dokumente u. a. enthält. Hierher gehört auch **The Worlds Carrier**, London EC 4, 68—69 Shoe Lane.

Neben diesen unmittelbar dem Vertrieb dienenden Zeitschriften gibt es viele, die dieses Gebiet nur nebenbei und gelegentlich behandeln oder nur bestimmte mit dem Vertrieb zusammenhängende Teilgebiete.

Hier seien zunächst jene betriebswissenschaftlichen Blätter behandelt, in denen man auch manchmal einzelne Vertriebsfragen erörtert findet.

Das **betriebswirtschaftliche Schrifttum** (herausgegeben vom Ausschuß für wirtschaftliche Verwaltung), Verlag C. E. Poeschel, Stuttgart, gibt in den Abschnitten 18, 19, 20, 34 und 35 kurze Referate über Aufsätze aus dem Gebiet des Vertriebs. Einzelne Aufsätze finden sich in **Zeitschrift für Betriebswirtschaft**, Berlin W 10, **Die Betriebswirtschaft**, Verlag C. E. Poeschel, Stuttgart, **Welt des Kaufmanns**, Hamburg, **Zeitschrift für handelswissenschaftliche Forschung**, Verlag G. A. Gloeckner, Leipzig, **Der Diplomkaufmann**, Verlag Verband Deutscher Diplom-Kaufleute, Berlin W 35, **Annalen der Betriebswirtschaft**, Verlag Leopold Weiß, Wannsee, in denen die Besprechung neuerschienener Bücher sehr wertvoll ist.

Von den Zeitschriften des Vereines Deutscher Ingenieure sind es die **VDI-Nachrichten** und der **Maschinenbau**, die Aufsätze über Vertrieb und wirtschaftliche Nachrichten bringen. (Über **Technik und Wirtschaft** vgl. Einleitung.)

Vertriebstechnische Fragen, wie wirtschaftliche Verpackung, Transportwege und -mittel werden auch im **Werksleiter**, Deutsche Verlagsanstalt, Stuttgart, behandelt.

4. Allgemein-volkswirtschaftliche und Export-Zeitschriften

Eine andre große Gruppe von Zeitschriften behandelt mehr volkswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Fragen, solche der allgemeinen Lage der Wirtschaft, von Industrie und Geldwesen und damit auch von Absatzmöglichkeiten im In- und Ausland. Der Marktanalyse und Konjunkturforschung im besonderen dienen die **Wochenberichte und Vierteljahreshefte des Instituts für Konjunkturforschung** und die **Halbmonatschrift**.

Wirtschaft und Statistik, beide im Verlag Reimar Hobbing, Berlin SW 61, mit statistischen Angaben über Gütererzeugung und -verbrauch, Handel und Verkehr, Preise und Löhne, Bilanz- und Geldwesen, Gebietsveränderungen, Bevölkerung, Steuererträge usw.

Wirtschaftskurve mit Indexzahlen der Frankfurter Zeitung, Societäts-Druckerei, Frankfurt a. M., enthält auch Konjunkturberichte und Sonderuntersuchungen über einzelne Geschäftszeige.

Der Markt der Fertigware, Keramos-Verlag, Bamberg, befaßt sich zwar besonders mit der Konjunktur des Hausrats, enthält aber auch Konjunkturberichte aus andern Ländern. Marktanalytische Untersuchungen bringen auch die **Annalen der Betriebswirtschaft** (s. o.).

Was sonst als Unterlage für die wirtschaftliche Beurteilung der Absatzmöglichkeiten dienen kann, findet man in den Zeitschriften

Internationale Wirtschaft, Paris 8^e, 38 Cours Albert 1^{er}, im Organ der internationalen Handelskammer, das in dieser deutschen Ausgabe erscheint,

Weltwirtschaftliches Archiv, Verlag G. Fischer, Jena, herausgegeben beim Institut für Weltwirtschaft und Seeverkehr an der Universität Kiel von Prof. Harms, mit Aufsätzen, Länderberichten, Literaturberichten und Archivalien, **Weltwirtschaft**, Verlag K. Vowinkel, Berlin,

Deutsche Wirtschaftszeitung, Organ des Deutschen Industrie- und Handelstages, Verlag Robert Klett & Co., Berlin S 14,

Wirtschaftsdienst, Organ des Welt-Wirtschafts-Archivs, Hamburg 36, der auch viele Exportstatistiken enthält.

Der Auslandsdeutsche, herausgegeben vom Deutschen Ausland-Institut Stuttgart, mit auslandkundlichen Beiträgen,

Erde und Wirtschaft, Verlag Georg Westermann, Braunschweig,

Europa-Wirtschaft, Verlag Dr. Walther Rothschild, Berlin-Grunewald,

Der Deutsche Volkswirt, Berlin W 9 und

Das Magazin der Wirtschaft, Berlin SW 48.

Die Mitteilungen der deutschen und der deutsch-ausländischen Handelskammern, und der doppelstaatlichen Verbände bringen Nachrichten über Industriebentwicklung, Steuern, Verkehr, Rechtsfälle und Gutachten.

Wirtschaftliche Nachrichten für geographische Sondergebiete bringt z. B.

Die Ostwirtschaft, Berlin W 10, für den Handel mit den Randstaaten und mit Rußland.

Volkswirtschaft der U. S. S. R. wird von der russischen Handelsvertretung in Berlin SW 68 herausgegeben. Die **Ostasiatische Rundschau**, Hamburg 36, bringt politische, kulturelle und wirtschaftliche Nachrichten über Ost- und Südostasien.

Die Republik Argentinien, deutsch-spanisch erscheinend, ist Nachrichtenorgan der konsularischen Vertretung Argentiniens in Deutschland (Berlin-Wilmersdorf, Kaiserallee 27).

Peru, Leipzig C 1, will den Warenaustausch mit Südamerika fördern.

Transatlantic Trade, Berlin, wird von der amerikanischen Handelskammer herausgegeben.

Eine Anzahl privater korrespondenzartiger Nachrichtendienste bringen wirtschaftliche Berichte über einzelne Länder; ihre Aufzählung ist hier nicht möglich.

Von ausländischen Zeitschriften dieser Art seien noch angeführt:

Der Österreichische Volkswirt, Wien, IX. Porzellangasse 27, mit einer Beilage, die Finanzen, in der die Bilanzen österreichischer Unternehmungen besprochen werden.

Schweizer Handelsbörse, Bern, Neuengasse 30, bringt Handelsnachrichten.

Polish Economist, Warschau, 2 Elektoralna. In Frankreich sind es

Le Commerce, Paris, 53 Rue de Rivoli,

Les Echos, Paris, 2—4 Rue Martel, für den innerfranzösischen Markt. In England:

Board of Trade Journal, veröffentlicht vom Department für den Überseehandel, London WC 2, Kingsway, Adastral House, enthält kaufmännische Nachrichten über Messen und Ausstellungen, Handelsverträge, Zölle und Tarife Englands. Das

Chamber of Commerce Journal, London EC 4, 97 Cannonstreet, sowie die Mitteilungen der andern englischen Handelskammern, besonders der Hafenstädte, enthalten viel Wissenswertes über die betreffenden Gebiete. **Business**, London EC 4, 6 Carmelite Street, bringt konjunkturwissenschaftliche Angaben, aber auch Aufsätze über Betriebsrationalisierung, Werbung, Vertrieb. In den Vereinigten Staaten enthält die

Harvard Business Review, Verlag McGraw-Hill Co., New York 370, 7th Avenue, viele marktanalytische Angaben für einzelne Geschäftszeige in den Vereinigten Staaten und kleinere Handelsquoten über Preisbildung, Absatzzeige, Nutzenspanne u. dgl.

Commerce Reports, die wöchentlich durch die Staatsdruckerei, Washington, vom Handelsministerium veröffentlicht werden, geben sehr wertvolle Beiträge zur Kenntnis der Absatzmöglichkeiten in der ganzen Welt.

Mit den genannten Zeitschriften hängen jene eng zusammen, die als ausgesprochene Exportzeitschriften über Absatzmöglichkeiten im Ausland unterrichten und umge-

kehrt dem kaufflustigen Ausländer Absatzquellen angeben wollen. Ein für die Technik sehr wichtiges Sondergebiet behandelt

Helios, Verlag Hachmeister und Thal, Leipzig, eine Fach- und Exportzeitschrift in drei Sprachen für Elektrotechnik.

Die **Progressus Internationale Verlagsgesellschaft** m. b. H., Berlin SW 19, gibt in verschiedenen Sprachen abgefaßte Exportzeitschriften heraus, darunter:

Engineering Progress und **El Progreso de la Ingeniería**, die beide vom Verein Deutscher Ingenieure, dem Verein deutscher Eisenhüttenleute und dem Verband deutscher Elektrotechniker gemeinsam, und die

Germanskaja Technika, die vom Verein Deutscher Ingenieure in Verbindung mit dem Wirtschaftsinstitut für Rußland und die Oststaaten herausgegeben werden.

Im Auslands-Verlag, Berlin SW 19, erscheint die **Deutsche Export-Revue** mit fremdsprachlichen Ausgaben, vereinigt mit dem **Echo**, Blatt der Deutschen im Auslande.

Eine andre Zeitschrift dieser Art ist die **Deutsche Exportzeitung**, Berlin SW 61.

Als Organ der amtlichen Außenhandelsförderung ist die **Industrie- und Handels-Zeitung** geschaffen, in der die durch die amtliche Berichterstattung aus dem Ausland beschafften wirtschaftlichen Nachrichten veröffentlicht werden.

Über Zollwesen und handelspolitische Gesetzgebung unterrichtet das

Deutsche Handels-Archiv, herausgegeben vom Reichswirtschaftsministerium.

Die **Wirtschafts- und Export-Zeitung**, Verlag des Leipziger Meßamts, Leipzig, ein Fachblatt für die deutsche Fertigwarenindustrie mit der Beilage „Deutschlands Technik“ enthält viele Anfragen auf Warenlieferungen.

Entsprechend dem hohen Stand seines Überseehandels verfügt besonders England über eine große Zahl von Exportzeitschriften, z. B.

British Export Gazette, London EC 2, 76 Finsbury Pavement,

International Commerce, London EC 2, 72 Finsbury Pavement,

British and Colonial Review, unter der letztgenannten Adresse,

Commercial Review, London 3, Berners Street,

Export Trader, London EC 4, Salisbury Square, St. Brides House.

British Engineers Export Journal an der gleichen Adresse und

Empire Mail, London WC 1, 212 High Holborn, befassen sich besonders mit der Ausfuhr von Maschinen und Kraftfahrzeugen, mit der Leistung der Industrien und ihrem Bedarf.

Von französischen Exportzeitschriften sei **L'Exportateur Francais**, Paris, 1 Rue Taitbout erwähnt, dann

Le Moniteur de l'Exportation, Paris, 36 Rue Tronchet und das

Bulletin de l'Agence Economique de l'Indochine, Paris, 8 Rue de la Boetie.

Auch die Vereinigten Staaten bleiben an Reichhaltigkeit der Exportzeitschriften nicht zurück, von denen nur, neben den **Commerce Reports** (s. o.) das **Exporters and Importers Journal**, New York, 17 State Street für den Export nach allen Weltteilen erwähnt sei, während sich das

Pacific Overseas Commerce, Los Angeles, 124 West Fourth Street und das

California Journal of Development, San Francisco, Ferry Building, mehr mit dem Handel im Gebiete des Stillen Ozeans befassen.

Export Trade and Finance, Holyoke, Mass., 242 Suffolk Street, gibt nicht nur Exportwinke, sondern auch Ratschläge für die Vertriebsorganisation im Inland, für Packungen und den Vertrieb von Haus zu Haus.

Ein aufmerksamer Leser wird festgestellt haben, daß zwar die Spezialisierung der Vertriebszeitschriften weit fortgeschritten ist, daß es aber keine deutsche Zeitschrift für das Gesamtgebiet des industriellen Vertriebs gibt. Diese Lücke durch Beiträge über wissenschaftliche Vertriebsforschung und aus der Vertriebspraxis auszufüllen, hat sich die vorliegende Zeitschrift zur besonderen Aufgabe gestellt. [626]

Füllaufträge — eine wirtschaftliche Gefahr!

Berichtigung und Ergänzung

Im letzten Absatz des unter gleicher Überschrift erschienenen Aufsatzes im Heft 11, ist ein sinnstörender Fehler unterlaufen, der dringend der Berichtigung bedarf¹⁾. Es muß auf Seite 288, Spalte 2, beginnend mit dem dritten Absatz, heißen:

„Der Verkaufspreis beträgt 515,40 RM/t, während die Herstellkosten je Tonne bei 50 prozentiger Werkausnutzung mit 576 RM/t errechnet wurden. Der zusätzliche Auftrag würde also einen Betriebsverlust von 60,60 RM/t oder 12 120 RM monatlich verursachen. Andererseits würde allerdings der vorhandene Auftragsbestand von 50 t, der nach unserer Annahme zu dem normalen Verkaufspreis von 600 RM/t hereingenommen wurde, eine Verlustminderung um 24 RM/t mit sich bringen, so daß sich der monatliche Betriebsverlust um 1200 RM ermäßigen würde. Trotz der erheblichen Steigerung der Werkbeschäftigung von 10 auf 50 vH würde folglich ein monatlicher Betriebsverlust von 10 920 RM bestehen bleiben, während der monatliche Verlust bei einer Beschäftigung von 10 vH 13 200 RM betragen hätte.“

Der Versuch, eine Besserung der Wirtschaftlichkeit zu erreichen, wäre also nur in sehr bescheidenem Maße geglückt.“
Die in meinem Aufsatz vertretene Behauptung, daß der zusätzliche Auftrag eine Steigerung des Verlustes auf 25 320 RM monatlich verursachen würde, beruht auf einem Rechenfehler.

Bei Hereinnahme eines Teilauftrages von 200 t zum Preise von 515 RM/t würde einem Erlös von 133 000 RM ein Betriebsaufwand von 144 000 RM gegenüberstehen. Der Betriebsaufwand würde sich wie folgt zusammensetzen:

¹⁾ Um diese, trotz des Raumangels, noch in diesem Jahrgang bringen zu können, mußte die kleinste Letter gewählt werden. Die Schriftleitung.

1. Mengenproportionaler Aufwand:

Werkstoffaufwand	82 500 RM
Fertigungslohnaufwand	15 000 RM
Frachten, Vertreterprovision, Umsatzsteuer und dergl.	7 500 RM
mengenproportionale Gemeinkosten	21 000 RM

2. Zeitproportionaler Aufwand:

fixe Gemeinkosten	18 000 RM
-----------------------------	-----------

Der Erlös von 133 000 RM würde folglich nur 8000 RM, also knapp 45 vH der fixen Gemeinkosten decken.

Die Gefahr, die mit der Hereinnahme derartiger Füllaufträge unzweifelhaft verbunden ist, wird noch deutlicher, wenn man folgende Überlegung anstellt:

Die mengenproportionalen Kosten belaufen sich auf 504 RM/t, der Verkaufspreis von 515 RM/t deckt also nur 11 RM der fixen Kosten. Folglich würden selbst geringfügige Änderungen der vorkalkulierten Werkstoffkosten und Fertigungslöhne nach oben den Auftrag in ein reines Verlustgeschäft verwandeln. Derartige Kalkulationsfehler wirken sich um so gefährlicher aus, je größer der Anteil der Werkstoffkosten und Löhne an der Summe der mengenproportionalen Kosten ist. In unserem Beispiel beträgt der Anteil der Werkstoffkosten 65 vH der mengenproportionalen Kosten. Würde der Einstandspreis des Materials die vorkalkulierten Kosten um nur 5 vH überschreiten, so bedeutete das eine Steigerung der Herstellkosten um 16,50 RM/t. Der bei 10 prozentiger Beschäftigung entstehende Verlust von 13 200 RM würde sich also auf 14 300 RM erhöhen. Es ergibt sich hieraus, daß man sich auch bei richtig kalkulierten Füllaufträgen davor hüten muß, sich der Grenze der mengenproportionalen Kosten allzu sehr zu nähern.
Dr. Eberle [879]

Nachrichtendienst für den Export

Von BRUNO HESSENMÜLLER, Berlin-Tempelhof

Kurzer Ueberblick über die Organisation des amtlichen wirtschaftlichen Ausland-Nachrichtendienstes und über Arten privater Ausland-Nachrichtendienste in Deutschland.

Der wirtschaftliche Ausland-Nachrichtendienst ist allgemein als ein Hauptmittel der Ausfuhrförderung anerkannt. Alle Vorschläge, die sich mit der Hebung der industriellen Ausfuhr Deutschlands im besonderen befassen¹⁾, betonen die besondere Wichtigkeit, die der Versorgung der einheimischen Wirtschaft mit Nachrichten über die wirtschaftlichen Zustände, Vorgänge und Aussichten im Auslande zukommt, und sehen in deren Pflege und Ausbau eine entscheidende taktische Maßnahme im Kampf um die Weltmärkte.

Über die Erkenntnis der Notwendigkeit der wirtschaftlichen Auslandsnachrichten-Versorgung hinaus ist man in allen Ländern ferner zu dem Ergebnis gelangt, daß — erfahrungsgemäß — private Nachrichtendienste den Bedürfnissen nicht genügen und daß amtliche Nachrichtendienste notwendig sind. Diese amtlichen Nachrichtendienste haben dann zugleich dem Bedarf der Behörden und öffentlichen Verbände und dem der privaten Wirtschaftskreise zu dienen. Wenn es auch aus Gründen der räumlichen und stofflichen Erfassung aller Gebiete, aus Gründen der Rationalisierung der Beschaffung und Verarbeitung der Nachrichten sowie in Rücksicht auf die Interessen der wirtschaftlichen Allgemeinheit und die der Staatsverwaltung selbst geboten erscheint, eine amtliche Organisation zur Beschaffung, Verarbeitung und Verbreitung wirtschaftlicher Nachrichten aus dem Auslande zu besitzen, so ist damit nicht ausgeschlossen, daß daneben und für die besonderen Bedürfnisse der einzelnen Gruppen und Zweige der Wirtschaft besondere private Organisation bestehen.

Der Nachrichtendienst beschafft und verarbeitet zwei Arten von Nachrichten. Einmal, vorzugsweise für die Bedürfnisse der Staatsverwaltung und ihrer Handelspolitik, den amtlichen Stoff: Ausländische Gesetze, Verordnungen, Handelsverträge, Zollmaßnahmen und Berichte über die allgemeine Wirtschaftsentwicklung und wichtige Tatbestände von wirtschaftlicher Bedeutung im Auslande. Für die Bedürfnisse der privaten Wirtschaft, insbesondere der Exportinteressenten, den geschäftlichen Stoff: Fachberichte über einzelne Geschäftszweige, Markt- und Preisberichte, Tatsachen zur Beurteilung der technischen und wirtschaftlichen Entwicklung und über vorliegenden oder zukünftigen Bedarf.

Im Sinne der Ausfuhrförderung liegt auch die weitere Tätigkeit des Nachrichtendienstes, ausländische Anfragen nach einheimischen Bezugsquellen zu beantworten und auf diese Weise der Industrie und dem Ausfuhrhandel neue Kunden zuzuführen.

Der amtliche Wirtschaftsnachrichtendienst

Auf die ziemlich verwickelte Geschichte²⁾ des amtlichen wirtschaftlichen Nachrichtendienstes in Deutschland kann hier nicht eingegangen werden. Die Grundzüge der jetzigen amtlichen Organisation sind folgende:

¹⁾ vgl. etwa die Denkschrift des Reichsverbandes der Deutschen Industrie über „Exportförderung“ (Berlin 1929, Selbstverlag RDI) und die vom Deutschen Industrie- und Handelstag herausgegebene Schrift „Ausfuhrförderung“ von H. Klein (Berlin 1929, Carl Heymanns).

²⁾ vgl. Denkschrift des Auswärtigen Amtes und des Reichswirtschaftsministers über den amtlichen wirtschaftlichen Nachrichten- und Auskunfts-dienst, Drucksachen des Reichstags IV. Wahlperiode Nr. 1696 v. 3. 3. 30.

Der wirtschaftliche Ausland-Nachrichtendienst wird in Deutschland durchgeführt durch die „Zentralstelle für Außenhandel“, Berlin W 9, die als gemeinsame Dienststelle des Auswärtigen Amtes und des Reichswirtschaftsministeriums 1927 gegründet wurde. Ihr sind eingegliedert die „Deutscher Wirtschaftsdienst GmbH“ und das Zollbüro des Reichswirtschaftsministeriums. Die früher vom Auswärtigen Amt, Außenhandelsstelle, gegründeten sechs „Zweigstellen des Auswärtigen Amtes für Außenhandel“ (Hamburg, Bremen, Leipzig, Stuttgart, Nürnberg, München) und 19 Reichsnachrichtenstellen sind seit 1. 4. 1930 unter der Bezeichnung „Außenhandelsstellen“ den Handelskammern angegliedert worden und unterstehen mit diesen dem Deutschen Industrie- und Handelstag als örtliche und fachliche Beratungsstellen (noch insgesamt 19)³⁾; sie sind sachlich abhängig von der Zentralstelle.

Im Besitz der „Deutscher Wirtschaftsdienst GmbH“ befinden sich die Anteile der „Industrie- und Handelszeitungs Verlag GmbH“, welche die zur Veröffentlichung des amtlichen wirtschaftlichen Ausland-Nachrichtendienstmaterials geschaffene Industrie- und Handels-Zeitung herausbringt. Die Anteile der „Deutscher Wirtschaftsdienst GmbH“ wiederum befinden sich in Reichsbesitz.

Die privatrechtliche Form der GmbH wurde für den Deutschen Wirtschaftsdienst deshalb gewählt und beibehalten, weil dieser Handelsauskünfte nicht nur an deutsche Stellen, sondern in großem Umfang auch an ausländische Firmen erteilt und deshalb besser keinen amtlichen Charakter trägt. Auch beschleunigt die kaufmännische Geschäftsgebarung den Auskunftsdienst gegenüber behördlichem Verfahren. Ähnliche Erwägungen gelten für den Verlag der Industrie- und Handels-Zeitung.

Der 1919 geschaffene Eildienst bei der Außenhandelsstelle des Auswärtigen Amtes, der ein Jahr später in der „Eildienst für amtliche und private Handelsnachrichten GmbH“ verselbständigt wurde, trägt heute keinen amtlichen Charakter mehr.

Zentralstelle für den Außenhandel

Die Zentralstelle selbst, in der heute der amtliche wirtschaftliche Nachrichtendienst zusammengefaßt ist, gliedert sich in drei Abteilungen und Aufgabengebiete (vgl. Abbildung auf S. 323):

- Abteilung I Nachrichtendienst,
- Abteilung II Zolldienst (Zollbüro des Reichswirtschaftsministeriums),
- Abteilung III Handelsauskunftsdienst (Deutscher Wirtschaftsdienst GmbH). Als Auskunftsstelle führt er auch die Bezeichnung DHD.

Das in diesem Zusammenhang wichtigste Gebiet, der Nachrichtendienst, umfaßt die Sammlung und Übermittlung

³⁾ Sie sind also nicht identisch mit der 1919 gegründeten „Außenhandelsstelle des Auswärtigen Amtes“ (später „Abteilung 10“) oder nach deren Auflösung 1921 mit dem „Referat N“; auch nicht mit den ebenfalls als „Außenhandelsstellen“ bezeichneten Zentralstellen für die Ein- und Ausfuhrbewilligungen, wie sie während der Zeit des Währungsverfalles bestanden haben. Die Zweigstellen und Reichsnachrichtenstellen unterstanden nach Auflösung der Außenhandelsstelle im Auswärtigen Amt bis 1929 einem besonderen Verwaltungsrat, der sich bei der oben angegebenen Neuordnung auflöste.

des amtlichen und geschäftlichen Nachrichtenstoffes in objektiver, möglichst lückenloser und zuverlässiger Weise; eine Grenze ist dabei gesetzt dadurch, daß der amtliche Dienst nicht in Wettbewerb zu der wirtschaftlichen Tagesberichterstattung der Zeitungen treten soll und kann. Nur für den Augenblick gültige Angaben und Nachrichten, wie Kurse usw., gehören nicht zur amtlichen Berichterstattung. Stand und Veränderung der wirtschaftlichen Verhältnisse im Ganzen oder eines Einzelzweiges in dem betreffenden Lande, Beurteilung von Einzelvorgängen als kennzeichnende Entwicklungsmerkmale und hinsichtlich ihrer Bedeutung für die deutsche Exportpolitik, Wettbewerb anderer Länder auf dem Auslandmarkt und kritische Beobachtung deutscher Ausfuhrverfahren, Sammlung von Erfahrungen über die Bedingungen, unter denen der deutsche Ausfuhrhandel auf dem betreffenden Markt arbeitet und Aufklärung über Fehler, die deutscherseits im Ausland gemacht werden, das dürfte im allgemeinen Aufgabe und Inhalt amtlicher Berichterstattung ausmachen.

Träger dieser Berichterstattung sind die deutschen amtlichen Vertretungen im Auslande. Die deutschen Vertretungen im Auslande sammeln selbst Material unmittelbar oder durch örtliche Vertrauensleute, insbesondere durch ansässige deutsche Firmen und Einzelpersonen. Die gesammelten und nach Möglichkeit geprüften und ergänzten Unterlagen gelangen auf dem Wege dienstlichen Berichtes an das Auswärtige Amt. Dort werden sie nach Länderreferaten bearbeitet, und das für die Auswertung bei der Zentralstelle geeignete Material wird beschleunigt an diese weitergegeben. Die weitere Bearbeitung besteht in einer vergleichenden Prüfung und Ergänzung, die auf Grund des früher archiv- und karteimäßig gesammelten Stoffes und der durch eigene Berichterstatte und ausländische Vertrauensleute der Zentralstelle gewonnenen weiteren Unterlagen vorgenommen wird. Der so aufbereitete Stoff wird in der täglich erscheinenden Industrie- und Handels-Zeitung veröffentlicht. Die Berichte und Unterlagen selbst werden nicht weitergegeben. Ein Teil des Stoffes, der vertraulichen Charakter hat, wird im Umdruckverfahren vervielfältigt und an einen beschränkten Kreis von örtlichen und fachlichen Organisationen zugeleitet.

Die Voraussetzung eines wirtschaftlichen Wirkungsgrades des amtlichen Nachrichtendienstes ist die Heranziehung geeigneter Kräfte. Leider sind wir aus finanziellen und andern Gründen sehr weit davon entfernt, besondere, einschlägig vorgebildete, beamtete Sachbearbeiter bei den Auslandsvertretungen zu haben. Es müßte wenigstens den Auslandsvertretungen ermöglicht werden, den Stab ständiger und gelegentlicher Mitarbeiter und Vertrauenspersonen im Ausland, zumal unter den Auslandsdeutschen, zu vermehren, um eine umfassende und sachverständige Berichterstattung auf den verschiedenen Einzelgebieten besser als bisher durchzuführen. Auch die fachliche Aufbereitung der Auslandsnachrichten bei den einheimischen Stellen ist besonders zu pflegen, für die industrielle Ausfuhrförderung ist die fachliche Erläuterung und Ergänzung, die technische Aufbereitung des einschlägigen Stoffes durch Ingenieure Voraussetzung.

Der Zollauskunftsdienst ist für die deutschen Außenhandelskreise eine besonders wertvolle Hilfe. Das einschlägige Material wird bei der Abteilung II der Zentralstelle durch zolltechnisch vorgebildete Kräfte gesammelt und verarbeitet. Auch diese Abteilung veröffentlicht laufend Mitteilungen in der Industrie- und Handels-Zeitung.

Ferner werden in dem halbmonatlich erscheinenden „Deutschen Handels-Archiv“, herausgegeben vom Reichswirtschaftsministerium, ausführliche Darstellungen über Zölle und handelspolitische Gesetzgebung der Welt gegeben.

Der Handelsauskunftsdienst, geführt von der „Deutscher Wirtschaftsdienst GmbH“ (DWD), erteilt Auskünfte über Ausfuhrfragen aller Arten und Gebiete, ausgenommen über Zollfragen, die vom Zolldienst unmittelbar erledigt werden. Daneben gibt diese zentrale Auskunftsstelle in großem Umfange deutsche Bezugsquellen an ausländische Anfrager bekannt. Gleicherweise geben die Auslandsvertretungen über deutsche Lieferer Auskunft.

Die Bearbeitung der Auskünfte erfolgt in neun Referaten, von den zwei von Ingenieuren geleitet werden, und zwar in einer wechselwirkend nach Ländern und Fachgebieten gegliederten Arbeitsteilung. Die Unterlagen für die Bearbeitung bilden die Nachrichten des amtlichen Außendienstes, die Auswertung der Wirtschafts- und Fachpresse und die Aufschlüsse, die selbst, durch eigene Gewährsleute beschaffte Unterlagen und die einschlägigen ausländischen Hand- und Adreßbücher liefern. Der ständige Vergleich mit dem bisher Erarbeiteten ergänzt und verbessert den Stoff. Die Auskunfterteilung erfolgt kostenlos an die wirtschaftlichen Verbände, an die Außenhandelsstellen, Handelskammern, auch an Einzelfirmen. Die Bereitstellung einer großen Sammlung von ausländischen Katalogen, der Nachweis von Vertretern und die Erteilung von Auskünften über die Vertrauenswürdigkeit von Firmen sind ebenfalls wichtige Tätigkeitsgebiete des DWD. Schließlich gibt er noch Ausfuhr-Merkblätter für die einzelnen Länder heraus, die wichtige Unterlagen jeweils nach dem neuesten Stand der Dinge zusammenfassen.

Sonstige öffentliche Nachrichtenquellen

Außer der Zentralstelle für Außenhandel, bei der sämtliche innerdeutschen amtlichen Organe des Nachrichten- und Auskunftsdienstes vereinigt sind, kommen als öffentliche Quellen die deutschen Auslands-Handelskammern in Betracht. Im Rahmen ihrer Aufgaben erteilen sie, allerdings vorzugsweise ihren Mitgliedern, Auskünfte über Kreditfragen und Bezugsquellen; auch ihre Drucksachen sind als Quelle ausländischer Wirtschaftsnachrichten zu werten. Deutsche Auslands-Handelskammern bestehen in: Zürich, Wien, Budapest, Mailand, Barcelona, Helsingfors, Shanghai, Tientsin, Kanton, Hankau, Tsingtau, Mukden, Charbin, Kobe, Manila, Kairo, New York, Buenos Aires, Valparaiso, Montevideo, Paris, Mexiko.

Gleiches gilt für die deutschen wirtschaftlichen Vereinigungen, die unter verschiedenen Bezeichnungen bestehen in Tsinanfu, Tokio, Weltevreden-Batavia, in Bangkok und Rio de Janeiro⁴⁾.

Private Nachrichtendienste

Aus der vielgestaltigen Fülle der Informationsquellen privaten Ursprungs kann hier nur einiges Besondere und Wichtige genannt werden. Auf die große Tagespresse mit ihren eigenen wirtschaftlichen Auslandsberichterstatte und auf die von den großen Nachrichtenagenturen verbreiteten wirtschaftlichen Auslandsnachrichten aller Art kann und braucht hier nicht weiter eingegangen zu werden. Es sei nur auf die Untersuchungen hingewiesen, welche *Behncke*⁵⁾ kürzlich vorgelegt hat betreffend die unzureichende Berichterstattung der deutschen Presse über

⁴⁾ Genaue Anschriften durch den Deutschen Industrie- und Handelstag oder die einzelnen Handelskammern und Außenhandelsstellen.

⁵⁾ Der deutsche Zeitungsdienst und das Ueberseeausland. Berlin 1930, Walter de Gruyter & Co. Kritische Besprechung: H. Gessel in „Auslandsdeutschen“ 13. Jahrg. Nr. 22 S. 770—72. (Vgl. auch T. u. W. Bd. 23 (1930) Seite 265.

das überseeische Ausland, verglichen mit der Bedeutung, welche unsere Exportbeziehungen dahin und deren Förderung für uns besitzen.

Auch die interne Auslandberichterstattung, die bei Großunternehmungen der Industrie und des Handels mit Hilfe der ausländischen Vertretungen oder Niederlassungen durchgeführt wird, und die Bestrebungen der wirtschaftlichen Verbände, ihre Mitglieder über Ausland- und Ausfuhrfragen zu unterrichten, braucht an dieser Stelle nicht näher behandelt zu werden. Soweit bei Verbänden nicht die amtlichen Quellen Antwortung finden, werden die Unterlagen durch befreundete Stellen und Personen im Ausland besorgt und vertraulich dem Kreis der Mitglieder oder dem einzelnen Mitglied weitergegeben. Der wirtschaftlichen Allgemeinheit sind diese Unterlagen begreiflicherweise nicht zugänglich.

Der deutsche Außenhandels-Verband sichert seinen Mitgliedern Nachrichten, Kreditauskünfte, Beratung und Rechtsbeistand durch ein über die ganze Welt ausgebreitetes Netz von Vertrauensleuten und von Vertrauensanwälten. Diese private Selbsthilfe-Organisation besteht ohne öffentliche Zuschüsse.

Auf einen Kreis fester Bezieher stützen sich eine Anzahl von speziellen privaten Nachrichtendiensten. Soweit diese Organisationen sich auf eigene Berichterstatter und unmittelbare Beziehungen zu Behörden und Wirtschaftskreisen des Auslandes stützen, sind sie wertvoll. Sie liefern einem festen Kreis privater Bezieher vertrauliche Nachrichten. Einige dieser Dienste werden von aus- und inländischen Verbänden, zwischenstaatlichen Vereinigungen und einzelnen Wirtschaftsgruppen gemeinsam getragen; ihre Tätigkeit ist zu begrüßen. Die sonstige vielfache Zersplitterung auf diesem Gebiet indessen ist als unwirtschaftlich und oft auch in ihrer Auswirkung deshalb zu bemängeln, weil dadurch eine Häufung von einzelnen, voneinander oft stark abweichenden Angeboten an ausländische Anfrager hervorgerufen werden kann, was exportpolitisch nachteilig wirken muß.

Das Hamburgische Welt-Wirtschafts-Archiv

Eine Sonderstellung nimmt das Hamburgische Welt-Wirtschafts-Archiv ein, welches heute als wissenschaftliche Anstalt des Freistaates Hamburg in Verbindung mit der Hamburgischen Universität weltwirtschaftliche Materialien in einem Archiv und in einer Bücherei bereitstellt und eine Wochenschrift (in Verbindung mit dem Kieler Weltwirtschaftlichen Institut) herausgibt, den „Wirtschaftsdienst (Weltwirtschaftliche Nachrichten)“. Das umfassend angelegte und nach verschiedenen Gesichtspunkten systematisch geordnete Archiv sammelt das Nachrichtenmaterial aus Zeitungen, Zeitschriften, privaten und amtlichen Veröffentlichungen von wirtschaftlichem Interesse im weitesten Sinne. Diese reichen Bestände stehen der Öffentlichkeit

im Dienstgebäude des Instituts zur Verfügung, ebenso die wertvolle Bücherei und Zeitschriftensammlung (über 4000 in- und ausländische Fachzeitschriften). In Auswertung dieser systematisierten Stoffmassen wird ein umfangreicher und vielseitiger Auskunftsdienst geleistet (Bezugsquellen, Preis- und Kursnotierungen, Statistiken, Firmen und -Organisationen, Warenkunde und -Verkehr, Länder-Informationen, wirtschaftsgeographische und politische Fragen usw.).

Die Zeitschrift „Wirtschaftsdienst“ bringt Länderberichte von im Ausland ansässigen Korrespondenten, Fachberichte, Konjunktur- und Marktstatistiken, kritische Aufsätze und Literaturberichte. Der steigende Umfang des Auskunftsdienstes und der Inanspruchnahme von Archiv und Bücherei zeigen die Bedeutung, die dieser auslandkundlichen Quellensammlung zukommt.

Weitere auslandkundliche Quellen

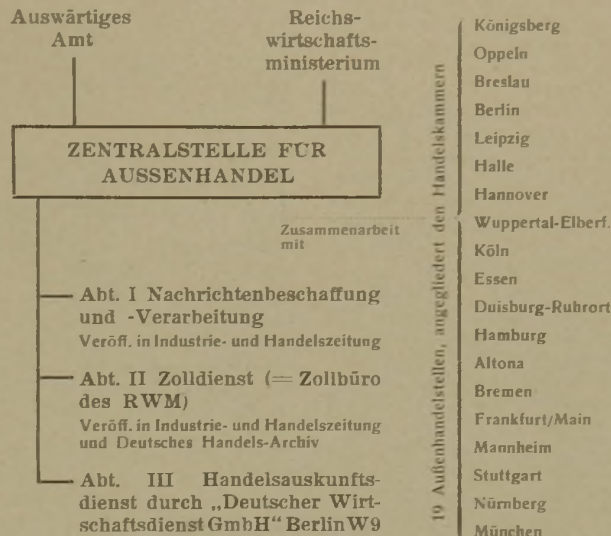
Auslandkundlichen Stoff, der insbesondere den ins Ausland gehenden Deutschen wichtige Anhalte über wirtschaftliche Fragen geben kann, bietet auch das Deutsche Auslands-Institut in Stuttgart in Archiv und Bücherei. Wenn auch dieses Institut dem kulturpolitischen Ziel der Pflege des Auslandsdeutschtums gewidmet ist, so kann doch auf das dort Vorhandene und auf die

von diesem Institut ausgehenden Beziehungen zu Auslandsdeutschen mit Erfolg zurückgegriffen werden, wenn es sich um die Erkenntnis der wirtschaftlichen Grundlagen und Entwicklungszüge des Auslandes handelt. Die Zeitschrift des Instituts „Der Auslandsdeutsche“, bietet u. a. auch auslandkundliches Material.

Das „Weltwirtschaftliche Archiv“, Zeitschrift des Instituts für Weltwirtschaft und Seeverkehr an der Universität Kiel, bietet Aufsätze, Länderberichte, archivalisches und bibliographisches Material.

Auch auf die beim Verein Deutscher Ingenieure begonnene technisch-auslandkundliche Sammlung von Berichten, Ausschnitten und Literaturangaben über Technik und Industrie des Auslandes darf an dieser Stelle wohl hingewiesen werden. Hier und an andern Stellen, besonders beim Hamburgischen Welt-Wirtschafts-Archiv, werden Unterlagen geschaffen, wie sie im industriellen Export bei der Beurteilung ausländischer Produktionsbedingungen und zur Ausarbeitung technischer Angebote von Nutzen sein können.

Die Verbesserung des wirtschaftlichen Auslandnachrichtenwesens, die Ausgestaltung des Auskunftsdienstes und der Ausbau technisch-wirtschaftlicher Auslandkunde sind zusammengehörige Bestrebungen, um durch genauere Kenntnis der fremden Märkte und deren wirksamere Bearbeitung das Ziel einer Exportsteigerung zu erreichen.



Das Studium der Wirtschaftslehre an Technischen Hochschulen

Wirtschaft und Technik sind wechselseitig verbunden, durchdringen und bedingen sich gegenseitig; sie bilden in der höheren Ebene ihres vom und für den Menschen gesetzten Zieles eine Einheit, bei der das sinnvolle Ganze mehr ist als die bloße Summe seiner einzelnen Teile. „Wirtschaft schließt die Technik ein“, sagt *Prion* in seiner Denkschrift¹⁾ über das Studium von Wirtschaft und Technik an Technischen Hochschulen, und diese sehr ausführlich begründete Feststellung ist für ihn Ausgangspunkt der Erörterung, wie die wirtschaftliche Ausbildung der Ingenieure erfolgen und wie eine besondere Studienrichtung „Wirtschaft mit Technik“ an Technischen Hochschulen ausgebaut werden soll. Er bezeichnet seine Abhandlung selbst als „Denkschrift“; sie ist im besten Sinne eine solche. *Prion* macht gründlich Inventur des Problems, der Polemik und der Lösungsversuche unter Heranziehung alles einschlägigen Schrifttums, wofür alle Interessierten ihm zu danken haben.

Bei der besonderen Bedeutung, die *Prions* eigenem Wirken als Professor der Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Berlin für die Entwicklung dieser Frage zukommt, ist es selbstverständlich, daß seine Denkschrift sich mit den früheren Bestrebungen und mit bisherigen Meinungsäußerungen kritisch auseinandersetzt, und daß er seine eigenen Lösungsvorschläge weitgehend gleichsetzt mit der 1926 von der T. H. Berlin eingeführten Regelung eines wirtschaftlich-technischen Studiums.

Prions Darlegungen enthalten einen sehr ernst zu nehmenden Vorbehalt gegenüber dem allgemein üblichen Studienbetrieb an Technischen Hochschulen, nämlich den, daß selbständige, auf eigenem Denken aufbauende, wissenschaftliche Arbeit und schöpferische Vertiefung dem Studierenden unmöglich gemacht werden durch die festen Studienpläne²⁾, die ihm 36 bis 40 Wochenstunden aufbürden und zum fachschulmäßigen Lernen fürs Examen zwingen. Auch die mehrfach geführten Klagen über einseitiges und dabei doch nicht gründliches Spezialistentum auf Kosten einer umfassenden technischen Bildung und der höheren Allgemeinbildung, die auf Hochschulen überhaupt vermittelt werden soll, zieht *Prion* zur Beurteilung des Problems „technischer Unterricht“ heran (vgl. dazu *Riedler, Romberg, Riebenschahn* u. a.).

Die Frage nach der Möglichkeit einer „Allgemeinen Technik-Lehre“ als gemeinsame technische Grundlehre für alle Studierenden, alle Fachabteilungen, kann und will *Prion* nicht entscheiden. Er betont aber, wie wünschenswert deren Schaffung wäre, welchen Vorteil sie (auch für die reinen Technik-Studierenden) für den Unterricht bedeuten würde, wie sehr die Probleme des wirtschaftlich-technischen Studiums durch sie vereinfacht würden. Freilich hebt er — umgekehrt — auch die Schwierigkeiten hervor, die einer Sonder-Wirtschaftslehre für die einzelnen technischen Fachgebiete, wie sie gefordert worden ist, entgegenstehen. *Prion* gibt auch zu, daß mit einer „nur allgemeinen“, mit einer noch so breit enzyklopädischen Technik-Lehre nicht (auch den Wirtschafts-Ingenieuren nicht) gedient ist; er fordert, daß an einer Stelle, z. B. wie in Berlin im technischen Hauptprüfungs-Zwangsfach Kraft- und Wärmewirtschaft, vom Querschnitt zum Längsschnitt übergegangen, ein Vordringen bis zum sachlichen Kern erarbeitet werde. Hierdurch soll auf einem Hauptgebiet nicht nur über, sondern von den Dingen selbst gesprochen, das konsequente technische Durchdenken der Dinge, die typische Vorstellungswelt des Ingenieurs verständlich gemacht werden. Als brauchbaren Ersatz für die fehlende allgemeine Technik-Lehre betrachtet *Prion* die Übersichts-Vorlesungen über die Einzelgebiete, wie sie geschaffen und ausgebaut sind, um den Studierenden der einen Fachabteilung mit Grundzügen und Hauptproblemen anderer Fachrichtungen bekannt zu machen.

Prion unterscheidet, nachdem einmal feststeht und anerkannt ist, daß die angehenden Ingenieure auch mit

wirtschaftlichen Dingen sich befassen müssen, zwei Grundrichtungen:

1. Das Studium Technik mit Wirtschaft, überwiegend technisch-spezialistisch aufgebaut, für „Technik-Ingenieure“ (wie *Prion* sie zur Unterscheidung bezeichnet).
2. Das Studium Wirtschaft mit Technik, mit überwiegend wirtschaftlichen Fächern, aber mehr Technik als umgekehrt der Anteil der Wirtschaftslehre unter 1. ausmacht, für „Wirtschafts-Ingenieure“.

Die dritte Möglichkeit: Zuerst technisches, dann wirtschaftliches Studium, bezeichnet *Prion* als einen alle Erfolgsmöglichkeiten bietenden Bildungsgang, der aber in der Praxis an dem erforderlichen Zeit- und Kostenaufwand für die Verlängerung der Hochschulzeit um zwei Jahre hinter der Diplom-Hauptprüfung scheitert. Über ein Nachstudium von in der Praxis stehenden Diplom-Ingenieuren mit Promotion in Wirtschaftslehre spricht sich *Prion* recht skeptisch aus.

In sehr ausführlichen, kritisch-vergleichenden Darlegungen schildert die Denkschrift das Studium „Wirtschaft mit Technik“ an den Hochschulen Berlin, Dresden und München (anhangsweise auch die neuesten Bestrebungen in Hannover). Dann läßt sie Kritik und Antikritik der Beteiligten zu Wort kommen³⁾.

Prion befürwortet bei der Einzelbesprechung der Studienpläne die Ausgestaltung des rechtskundlichen Stoffes an Technischen Hochschulen und betont die Notwendigkeit rechtlicher Kenntnisse für den Wirtschafts-Ingenieur. Auf die damit zusammenhängenden Fragen soll gesondert eingegangen werden. Einen Sonderabschnitt widmet *Prion* der Titelfrage, wobei er in Übereinstimmung mit der Behörde von einer Änderung des Titels abgesehen und die Bezeichnung „Diplom-Ingenieur“, die ohnehin über die Fachrichtung nichts aussagt, beibehalten wissen will.

Mit der Studienrichtung „Verwaltungs-Ingenieur“, wie sie von *Franz* geschaffen wurde, um dem Ingenieur in Gleichberechtigung mit dem Juristen Zutritt zur staatlichen Verwaltung zu schaffen, setzt sich *Prion* in dem Sinne auseinander, als er, in Anlehnung an die Richtung „Wirtschafts-Ingenieur“, andere Wege weist für dieses an sich so wichtige und für den Ingenieurstand, die öffentliche Verwaltung und die Allgemeinheit gleich bedeutsame und erstrebenswerte Ziel, das leider durch einseitige Stellungnahme der Behörden immer mehr verbaut wird. Abschließend untersucht die Denkschrift die Fragen der praktischen Vor-, Aus- und Fortbildung unter dem gegebenen besonderen Gesichtswinkel.

Der wirtschaftliche Stoff, für Technik-Ingenieure wie für Wirtschafts-Ingenieure, umfaßt betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Fächer. Bei der Musterung der betriebswirtschaftlichen Einzelgebiete fällt auf, daß in den bisherigen Studienplänen und in den Ergänzungsvorschlägen wohl einzelne Sonderfragen des industriellen Vertriebs behandelt oder wenigstens Grenzgebiete gestreift werden (am günstigsten sieht in dieser Hinsicht noch der Münchener Studienplan aus), daß aber den Vertriebsfragen noch keineswegs jenes Maß von Beachtung zugewandt, noch nicht jene bewußte, systematische Behandlung in Vorlesungen und Übungen zuteil wird, wie sie dem Vertrieb als Hauptzweig der gesamten Betriebswirtschaft und als gegenwärtige Hauptfrage für die bedrängte Wirtschaft zukommt. Der entsprechende Aus- oder Umbau der Studienpläne ist dringend notwendig, notwendiger als Diskussion von Einzelfragen über die Mischungsverhältnisse der verschiedenen Disziplinen.

Die Denkschrift *Prions* ist kein Abschluß, sondern die höchst dankenswerte Grundlage für weitere, kritische und fördernde Erörterungen.

Hessenmüller [862]

¹⁾ Ingenieur und Wirtschaft: Der Wirtschaftsingenieur. Von W. Prion. Berlin 1930, Julius Springer. DIN A 5, VI u. 172 S. Preis geh. 6 RM.

²⁾ In den festen Studienplänen und ihren Folgeerscheinungen liegt der Wesensunterschied zwischen Technischer Hochschule und Universität hinsichtlich ihrer ganzen Auffassung und Gestaltung wissenschaftlicher Arbeit.

³⁾ vgl. hierzu die Beiträge in dieser Zeitschrift, Jg. 19 (1926), S. 1, 11 u. 293; Lippart: Ingenieur und wirtschaftliches Denken. Froelich: Der Lehrgang des Studiums der Wirtschaftswissenschaften an den deutschen Technischen Hochschulen. Prion: Die Neuordnung des wirtschaftswissenschaftlichen Unterrichts an der Technischen Hochschule zu Berlin.

Formelle Bilanzprüfung oder materielle Prüfung der Wirtschaftsführung?

Von Dipl.-Kaufm. Dr. O. R. SCHNUTENHAUS,

Privatdozent für Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Braunschweig

Seit einiger Zeit geht durch Presse und interessierte Fachzeitschriften eine Erörterung über die Errichtung des „Instituts für das Revisions- und Treuhandwesen“. Es dürfte angebracht sein, zu dessen Aufgaben und Auffassungen Stellung zu nehmen, weil es einen Entwurf über die von ihm für nötig gehaltene Gestaltung des neuen Berufs eines Wirtschaftstreuhänders bereits an die zuständigen Behörden weitergeleitet hat und damit zu einem gewissen Abschluß seiner Arbeiten gekommen ist. Vor allem die kritische Einstellung zu diesen dürfte rund 15 technische und Wirtschaftsverbände veranlaßt haben, die „Hauptstelle für das Revisions- und Treuhandwesen“ zu begründen, über die in dieser Zeitschrift bereits berichtet ist (Seite 284). Die nachstehenden Zeilen sollen dazu beitragen, die zwischen dem „Institut“ und der „Hauptstelle“ in einem wichtigen Punkte anscheinend bestehende Meinungsverschiedenheit vom Standpunkt des technisch interessierten Kaufmanns zu klären.

Das „Institut für das Revisions- und Treuhandwesen“ ist nach vielen Besprechungen und Beseitigung mancher Mißverständnisse zwischen dem Treuhandverband (dem Verband der von Banken unabhängigen Treuhandgesellschaften), dem Reichsbund der Bank-Treuhandgesellschaften sowie dem Verband Deutscher Bücherrevisoren gegründet worden. Nicht zuletzt hat dabei die aufopfernde Tätigkeit einzelner Mitglieder der Fachgruppe der Treuhänder im Verband Deutscher Diplomkaufleute eine Rolle gespielt.

Wenn es auch im ersten Augenblick den Anschein hat, als ob die Gründung dieses Instituts aus Anlaß der Einführung der Pflichtrevision bei den Aktiengesellschaften vorgenommen sei, so trifft dies doch nicht zu. Es kam vielmehr den Gründern darauf an, auf Grund jahrelanger Vorprüfung und Überlegung nach englischem und amerikanischem Muster den Stand der Bilanzprüfer auf ein höheres Niveau zu bringen und vor dem Zutritt ungeeigneter Elemente zu bewahren. Wenn nun kurz darauf die „Hauptstelle“ — anscheinend als Gegengewicht oder gar als eine Einrichtung mit völlig anderen Zielen — auf den Plan tritt, so handelt es sich bei dieser Gründung nicht etwa um die bekannte Duplizität der Ereignisse, indem hier ebenfalls ein jahrelang vorbereitetes Gebilde sich der Öffentlichkeit vorstellt, sondern es liegt der plötzlichen Entstehung der Hauptstelle ein Gedanke zugrunde, der über die Ziele des Instituts hinaus greift. Dessen Erörterung erscheint um so wichtiger, als er auch in dem gedankenreichen Vortrag von Dir. Eich (Vorstandsmitglied des Instituts)¹⁾, und der diesem folgenden Aussprache nicht genügend zum Ausdruck kam.

Dieser in der „Hauptstelle“ von einzelnen Vertretern der Verbände, insbesondere von den Ingenieuren erörterte Gedanke enthält als Kernpunkt die Befürchtung, daß mit der Schaffung des deutschen „Chartered Accountant“ zwangsläufig eine Herabsetzung der übrigen Wirtschaftssachverständigen gewissermaßen zur zweiten Garnitur verbunden sei.

In der erwähnten Aussprache nach dem sehr instruktiven Eichschen Vortrag, der vor Vertretern verschiedener Berufe, Diplomingenieuren, Diplomlandwirten, Diplom-

handelslehrern und Diplomkaufleuten, gehalten wurde, wurde ebenso, wie in den Fachzeitschriften betont, daß zwar über die vom „Institut“ gewählte Bezeichnung des neuen Standes, aber nicht über den Inhalt der sonst vorgeschlagenen einzelnen Bezeichnungen Klarheit und Einmütigkeit herrscht. Tatsache ist, daß weder die Bezeichnung Bilanzprüfer noch Ausdrücke, wie Wirtschaftstreuhänder, Wirtschaftsberater, Wirtschaftssachverständiger, Wirtschaftsanwalt, Betriebswirtschaftsprüfer, Betriebsanwalt usw. den Wünschen aller Beteiligten entsprechen.

Bilanzprüfer und Wirtschaftssachverständiger

Aber auch schon innerhalb des „Instituts“ unterscheidet man grundsätzlich zwischen dem Bilanzprüfer (neue Gesetzesbezeichnung), der den neuen Titel „Wirtschaftstreuhänder“ führen soll, und dem Wirtschaftssachverständigen, der außerhalb des Kreises der Bilanzprüfer als sachverständiger Mitarbeiter des Bilanzprüfers in Sonderfragen seine volle Daseinsberechtigung behalten soll. Bei dieser Gegenüberstellung beruft man sich auch auf die amerikanische Revisionspraxis. Leider übersieht auch Ministerialrat Dr. Frielinghaus in einem kürzlich erschienenen Aufsatz²⁾ die tatsächlichen Unterschiede der Standesbezeichnungen, obwohl gerade Dr. Frielinghaus als verdienstvoller Förderer der Standesinteressen der diplomierten Betriebswirte anzusprechen ist.

Ohne sonst auf eine Klärung der einzelnen Bezeichnungen einzugehen, soll nur versucht werden, die nicht vorhandene Eindeutigkeit der vom „Institut“ vertretenen Begriffe und die u. E. nicht ganz zweckmäßige Abgrenzung gegen den Kreis der nicht diplomierten Betriebswirte zu kennzeichnen. An sich wäre die Bezeichnung nicht so wichtig; man kann ihr aber einen bedeutungsvollen Inhalt geben, wenn man die Definition der Berufsbezeichnung klar aus dem unterschiedlichen Begriff formeller und materieller Prüfung ableitet, wie das nachstehend von mir versucht wird.

Sind nun aber die Einwände der Ingenieure und auch der Volkswirte berechtigt, daß durch die Gründung des Instituts ihre Interessen als Sachverständige der Wirtschaft leiden können? Die Frage ist nicht mit einem vollen „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten. Öffentlich ist bereits vom „Institut“ festgestellt worden, daß es ihm für die Zulassung zur Approbation nicht auf eine bestimmte Verbandsmitgliedschaft, sondern darauf ankommt, daß der einzelne Anwärter das Vorliegen gewisser Voraussetzungen für diesen Beruf durch eine bestimmte Prüfung usw. nachweist. Um also jene eben gestellte Frage richtig beantworten und die einander unter Umständen entgegenstehenden Interessen gerecht abwägen zu können, muß man zunächst die Gegenfrage beantworten: Wodurch unterscheiden sich Aufgabenkreis und Tätigkeit des Bilanzprüfers von denen des Wirtschaftssachverständigen (um bei der vom Institut befürworteten Bezeichnung zu bleiben)?

¹⁾ Vortrag vom 4. 11. 1930 in der Bezirksgruppe Berlin des Verbandes Deutscher Diplomkaufleute.

²⁾ „Wirtschaftstreuhänder“ im Berliner Börsen-Courier 2. 10. 1930.

Unter den mit einem Hochschulexamen abgegangenen kaufmännischen Betriebswirten und beispielsweise in einem kürzlich erschienenen Aufsatz von Dr. Voß³⁾ (Vorstandsmitglied des „Instituts“ und Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Bücherrevisoren) wird die Ansicht vertreten, daß die Aufgabe des Bilanzprüfers oder Wirtschaftstreuhanders sei, zu zeigen, wie sich „auf Grund des Rechnungswesens das betriebswirtschaftliche Geschehen der Unternehmung vollzogen und ausgewirkt hat, wo Schwierigkeiten in der Finanzgebarung enthalten sind usw.“. Der Wirtschaftstreuhandhaber habe nur die Aufgabe, auf Grund der Revision des Rechnungswesens eine einwandfreie Grundlage zu schaffen, auf der die Wirtschaftsführung aufbauen kann. Man geht also hier durchaus folgerichtig und logisch von dem Ziffernwerk der Unternehmung aus, weil dieses eben wegen der menschlichen Gedächtnisschwäche für kompliziertes Rechnen bei zeitlich differierenden Rechnungsvorgängen notwendigerweise der letzte Niederschlag jeder kaufmännischen gedanklichen Operation sein muß. Während aber früher der Buchprüfer, wenn man seine historische Entwicklung verfolgt, tatsächlich nur die Ziffern abhakte, kollationierte, also im engsten Sinne formell prüfte, mitunter vielleicht auch an die Organisation des Buchhaltungswesens dachte, wird dem modernen Buchprüfer, der an der Hochschule miteinander streitende betriebswirtschaftliche Theorien, insbesondere des Rechnungswesens, in sich aufnimmt, die Rolle zugewiesen, Wirtschaftsberater im Sinne eines „Wirtschaftstreuhanders“ und doch kein Wirtschaftsberater im Sinne eines „Wirtschaftssachverständigen“ für das zu prüfende Unternehmen zu sein. Voß sagt nämlich, daß der Wirtschaftstreuhandhaber keine bessere Konjunktur bringen könne — und damit hat er recht. Wenn er aber gleichzeitig behauptet, daß er „auch keinen größeren Gewinn und keine neuen gut zahlenden Kunden“ dem Unternehmen bringen könne, so bleibt eben die Rolle des Bilanzprüfers die eines historischen Geschichtsschreibers der Unternehmung, und damit kann dem modernen Betrieb nur zum Geschäftsjubiläum gedient sein. Es ist eben der Nachteil, selbst eines gut organisierten Rechnungswesens, daß es nur mit Ziffern als nackten wirtschaftlichen Ergebnissen arbeitet, aber die kaufmännischen Motive für die Entstehung dieser Ziffern nicht ohne weiteres deutlich macht. Mit andern Worten: Das Rechnungswesen ist eher Gehirnschale, als Gehirn des Unternehmens. Tatsache bleibt, daß eine Unternehmung mit ungenügendem Rechnungswesen, aber produktiv denkenden kaufmännischen und technischen Leitern mit Nutzen arbeiten kann, wogegen ein Unternehmen mit glänzendem Rechnungswesen ohne gute dispositive Wirtschaftsleitung sämtlicher Abteilungen keinen Gewinn abzuwerfen braucht.

Schon seit langer Zeit unterscheidet der Buchsachverständige zwischen formeller und materieller Prüfung der Bilanz, wobei er der Ansicht ist, daß die materielle Prüfung letzten Endes einer Prüfung der Wirtschaftsführung gleichkommt. Ohne Rücksicht auf die kommende Pflichtrevision, auf die vom „Institut“ oder der „Hauptstelle“ gesetzten Aufgaben, Ziele usw. bleibt die Feststellung des Unterschiedes zwischen formeller und materieller Prüfung notwendig primär. Daß man zwischen formeller und materieller Prüfung selbst innerhalb der Kreise der Buchprüfer und der reinen Kaufmannschaft sich durchaus nicht einig ist, hat Pfundt, der langjährige, verdienstvolle Leiter des Verbandes Deutscher Diplom-

kaufleute und Mitglied des Institutes in einer Besprechung⁴⁾ des kürzlich von Voß herausgegebenen Handbuchs für das Revisions- und Treuhandwesen als unhaltbar eindringlich gekennzeichnet.

Worauf er aber nicht hingewiesen hat, ist die Tatsache, daß eine materielle Prüfung der Daten der Vergangenheit ohne gleichzeitige Blickrichtung in die Zukunft für den an einem Unternehmen irgendwie Beteiligten nur von geringem Nutzen sein kann, weil sich eine klare Trennung zwischen Vergangenheit und Zukunft, Vermögen und Erfolg, vom Standpunkt materieller Prüfung nicht durchführen läßt.

Es soll nämlich öfter vorkommen, daß ein Bücherrevisor oder eine Treuhandgesellschaft für die wirtschaftlichen Schwächen des Unternehmens keinen Blick haben, obwohl ein Organisationsauftrag oder ein Auftrag auf Prüfung der Rentabilität vorliegt. Dies ist gerade auf den entscheidenden Fehler eines wesentlichen Teiles der Bücherrevisoren und Treuhandgesellschaften zurückzuführen, absolut einseitig auf Probleme des Rechnungswesens eingestellt zu sein (ein Mangel, den auch *Schmalenbach* des öfteren hervorgehoben hat), anstatt auch die Fragen in den Kreis der Erörterung zu ziehen, die den Ziffern Inhalt und Leben verleihen, nämlich die Beschaffungswirtschaft, Absatzwirtschaft, Organisationsgesetze, Produktionseigentümlichkeiten der verschiedenen Branchen. Um hieraus z. B. die kaufmännisch-wirtschaftlich wichtigste herauszugreifen: Die Absatztechnik. Hier kann man mit aller Ruhe sagen: 90 vH aller Bilanzprüfer sind wohl in der Lage, in der Beschreibung der Gewinn- und Verlustrechnung nach dem Schema der amerikanischen Gewinn- und Verlustrechnung zu verfahren, die von dem Gesamtumsatz eines Rechnungsabschnittes ausgeht; sie sind aber nicht imstande, die Entstehung dieser Umsatzziffern, zu deren Erkenntnis die Beherrschung der Produktionseigentümlichkeit der Ware durchaus nicht Voraussetzung zu sein braucht, genau zu analysieren, um so die wirkliche Lage des Unternehmens beurteilen zu können. Wenn eine solche Analyse des Umsatzes erfolgt, und dabei der Einfluß, sei es organisatorischer, sei es dispositiver Maßnahmen, auf die Entwicklung der Umsatzgröße getrennt herausgearbeitet wird, und wenn dann der Einfluß dieser verschiedenen Ursachen getrennt klargestellt und hieraus die Schlußfolgerung für die Gestaltung der Umsatzrentabilität gezogen wird, so hat man es zweifellos mit einer materiellen Prüfung zu tun.

Andererseits betrachten z. B. viele Buchprüfer die Prüfung richtiger Kontierung, die Befolgung von Gesetzes- und Statutenvorschriften, die bloße Feststellung, nach welchem Verfahren abgeschrieben wird, ob Vermögenswerte juristisch richtig ausgewiesen sind, schon schlechthin als materielle Prüfung, ein Standpunkt, dem ich mich nicht anzuschließen vermag.

Um aber von diesen Beispielen zu einer eindeutigen

Begriffsbestimmung

zwischen formeller und materieller Prüfung

zu kommen, sei folgendes festgestellt:

Eine Prüfung bleibt solange formell, als die Verfahrensweise einem eigenen unabänderlich-logischem oder allgemein gewolltem Gesetz folgt, ohne daß irgendeine kaufmännische Zweckmäßigkeitserwägung Platz greift (z. B. Rechnen, Einhalten der Statuten, Vergleichen der Überträge, Klarstellung juristischer Begriffe usw.). Jede

³⁾ Archiv für das Revisions- und Treuhandwesen, Heft 10, Jahrg. 1930.

⁴⁾ Zeitschrift des Verbandes Deutscher Diplomkaufleute, November 1930.

formelle Prüfung hat also die zwangsläufige Feststellung zur Folge, ob der materielle Inhalt nach der Plus- oder Minusseite berührt wird. Die daraus abgeleitete einfache Feststellung, daß der materielle Inhalt gegebenenfalls anders ausgewiesen sein müßte, macht aber diese Prüfung durchaus noch nicht zu einer materiellen.

Materiell wird dagegen die Prüfung, wenn es zu einer Urteilsabgabe über die zweckmäßige wirtschaftslogische Richtigkeit des ausgewiesenen Inhalts sowie der benutzten Formen und Verfahren kommt, wobei die formgerechte Durchführung und damit natürlich auch die formelle Prüfung als selbstverständlich eingeschlossen ist. Daraus folgt, daß die materielle Prüfung in der Regel mit einer ziffernmäßigen Bewertung der einzelnen Posten endet.

Um dies nochmals an Beispielen zu erläutern: es ist also die Nachprüfung mit dem Ergebnis, daß aufgewandte, aber bereits Erfolg sichernde Reklamekosten aktiviert worden sind, formell trotz der materiellen Bedeutung. Daß bei der Berechnung des Ertragswertes eines Gebäudes für dessen Gesamtbewertung ein falscher Zinsfuß benutzt ist, ist materiell. Wenn festgestellt wird, daß ein Schuldner den Außenstand juristisch anerkannt hat, so ist dies formell; die hiervon unabhängig festgestellte Minderbewertung der Bonität ist materiell. Die Gliederung von Ziffern nach Kostenstellen und Kostenarten, die vergleichende Betrachtung verschiedener Jahre, nutzt allein nichts; erst die Feststellung, auf welche organisatorische Einrichtungen des Güterumlaufs innerhalb der Unternehmung und auf welche dispositiven Maßnahmen der Leiter die Entstehung der Ziffern in der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zurückgeht, hat wirkliche wirtschaftliche Bedeutung. Die Bewertung der Ergebnisse von Erfolg und Mißerfolg, die letzten Endes den Vermögensstand bestimmen, ist also nur möglich durch die Abgabe eines Urteils darüber, inwieweit die bisher bestehende Organisation die angewandten Verfahren des Verkaufs, der Herstellung, des Einkaufs, der Verwaltung (auch des Rechnungswesens) vom Standpunkt der Unternehmung im Rahmen des Gesamtmarktes sich als nutzenbringend und somit zweckmäßig erwiesen haben.

Man sieht: Nach meiner Definition ist der formelle Begriff viel weiter gezogen, als es in Literatur und Praxis üblich ist. Das Schwergewicht des materiellen Begriffs ist auf die Erfolgserreichung und Erfolgssicherung und die sich hieraus ergebende Sicherung der Vermögensanlage gelegt.

Wie verhalten sich nun die im Gesetz festzulegende Einrichtung der Pflichtrevision und die Forderung des „Instituts“ betreffend Schaffung des Bilanzprüfers und des Wirtschaftssachverständigen zu dem von mir gekennzeichneten Unterschied zwischen formeller und materieller Prüfung?

Die materielle Prüfung in diesem Sinne gesetzlich fordern, würde zu nicht gewollten und unmöglichen Folgerungen führen. Bei großen Unternehmungen müßte der Revisionsleiter mit einem großen Stab von Revisoren prüfen und Monate auf die Nachprüfung der Wirtschaftsführung verwenden, ein Verfahren, dessen Unwirtschaftlichkeit ohne weiteres auf der Hand liegt. — Müßte er nicht auch z. B. den Bilanzvermerk ablehnen, wenn er in dem zu prüfenden Bilanzjahr Symptome entdeckt, die geeignet sind, im neuen Jahr den Konkurs des Unternehmens herbeizuführen, ohne daß hierauf im Bilanzabschluß von der Leitung Rücksicht genommen wäre? Man kann daher sagen, daß die Pflichtrevision — immer die Zustimmung

zu meiner Definition vorausgesetzt — nur eine formelle und nicht eine materielle Prüfung darstellen kann. Wenn demgegenüber das Institut als wesentlich verlangt, daß der Wirtschaftstreuhänder die Rentabilität einer Unternehmung aus den den Ziffern zugrunde liegenden Motiven zu beurteilen vermag, so ist dann wohl die Grundlage zur Nachprüfung der Wirtschaftlichkeit, der Wirtschaftsführung und der Eignung der Wirtschaftsführer gegeben. Es braucht damit aber nicht die Forderung aufgestellt zu sein, daß die Pflichtrevision nach dem Gesetz die gekennzeichneten Folgerungen ziehen muß; im Gegenteil dürfte es sich empfehlen, die materielle Prüfung nicht zwingend durch das Gesetz zu fordern, sondern sie nur fakultativ den Unternehmungen im eigenen Interesse anheim zu stellen und dann im Einzelfalle vorher genau festzulegen, was der Bilanzprüfer zu prüfen hat; auch mit Rücksicht auf die vorgesehene Haftpflicht des Einzelrevisors und die Fassung eines unzweideutigen, nicht ausweichenden Bilanzberichts scheint dies nicht unangebracht; das würde dann also dazu führen, daß z. B. für eine Rentabilitätsprüfung ein gesonderter Auftrag gegeben werden müßte.

Man sollte aber vom Bilanzprüfer auch nicht mehr verlangen, als er zu leisten vermag, z. B. daß er auf allen Gebieten Warenfachmann sei, daß er wie ein Grundstücksmakler den Markt beherrscht, daß er Architekt, Maschinenbauer, Techniker oder Ingenieur verschiedener Arbeitszweige sei; viel mehr als bisher üblich, müßte man von ihm organisatorische Fähigkeiten für die einzelnen Unternehmungsfunktionen fordern. Daraus, daß das Rechnungswesen die Wertergebnisse naturgemäß festhält, folgt durchaus nicht, daß derjenige, der befähigt ist, eine materielle Prüfung dieses Rechnungswesens, d. h. seiner Organisation und Verfahren, vorzunehmen, nun auch aus den Ziffern die richtige Analyse und Synthese ableiten kann, die über das wertmäßige Gedeihen der Unternehmung etwas aussagt. Der Bilanzprüfer sieht sich also gewissen Fragen gegenüber, denen er allein gar nicht gewachsen ist, und wo er für die Beurteilung der Wirtschaftsführung unbedingt auf die Hilfe von technischen oder Waren-Fachleuten, also Wirtschaftssachverständigen, angewiesen ist; das beste wäre es natürlich, wenn Bilanzprüfer und Wirtschaftssachverständiger für den gerade vorliegenden Fall in einer Person vereinigt wären. Ist das aber praktisch aus irgendwelchen Gründen nicht erreichbar, so entsteht die Frage nach der Wertung zwischen Bilanzprüfer und Wirtschaftssachverständigen.

Ingenieur und Wirtschaftssachverständiger

Wenn es denkbar ist, daß von einem Verkaufsingenieur, einem Konstruktions-, Patent- oder Betriebsingenieur, einem Architekten — ob als Angestellter oder im freien Beruf — die ganze Existenz einer Firma abhängt, so ist es ebenso denkbar, und in der Praxis häufig genug anzutreffen, daß solche Sonderfachleute ebenso gute Kenntnisse des Bilanz- und Rechnungswesens sich erworben haben, wie ein Buchprüfer, der jenen gegenüber den Nachteil haben kann, daß er keine Branchen- oder Organisationskenntnisse besitzt. Es bedarf keiner Frage, wer von diesen beiden dem Unternehmen mehr nutzen kann. Wenn nun auch das Handelsgesetzbuch nicht nach dem Nutzen fragt und sich nicht darum kümmert, wie ein Unternehmen Geld verdient, sondern sich nur die Sicherung der an ihm beteiligten Interessenten angelegen sein läßt, so scheint es doch, selbst im Interesse der Pflichtrevision, und der wünschenswerten Existenz nur einer maßgebenden Stelle

angebracht, den technischen Sachverständigen ebenfalls als vollwertigen Bilanzprüfer gelten zu lassen und bezüglich der kaufmännischen betriebswirtschaftlichen Theorien in der Prüfung keine überspannten Forderungen zu stellen. Wird doch schon aus Gründen der Haftung der Ingenieur, der sich zu diesem Amte berufen fühlt, für reiches kaufmännisches Wissen besorgt sein müssen. Nie sollte man vergessen, daß das Wissen um die Konkursverhütung wichtiger ist als die Kenntnis der Konkursdurchführung. Wenn man also von einer generellen

Überlegenheit des Bilanzprüfers — in vielen Fällen nur wegen seiner umfangreicheren Kenntnis des Rechnungswesens — über den Wirtschaftssachverständigen überhaupt nicht sprechen kann, so sollte man auch darnach streben, in den Prüfungsbestimmungen des „Instituts“ den Wünschen der Ingenieure entgegenzukommen und nach Bereinigung dieses meines Wissens einzigen Differenzpunktes durch Vereinigung von „Institut“ und „Hauptstelle“ eine einheitliche Front bilden.

[861]

Abschreibung von Anlagen nach dem nominellen oder nach dem Tages-Anschaffungswert

Von O. SCHULZ-MEHRIN, Berlin

1. Grundsätzliches

Die Frage: Abschreibung von Anlagen zum nominellen Anschaffungspreis oder nach dem Tages-Anschaffungspreis, wird aufs neue lebhaft umstritten, nachdem der Verein Deutscher Maschinenbau-Anstalten in den von ihm herausgegebenen „Leitsätzen für Abschreibungen auf Produktionsmittel“ für die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis eingetreten ist. Obgleich fast die gesamte Praxis nach dem Tagespreis abschreibt, natürlich mit der praktisch gebotenen Vereinfachung des Verfahrens, und obgleich die weit überwiegende Mehrzahl der wissenschaftlichen Vertreter der Betriebswirtschaftslehre, u. a. *Schmalenbach*-Köln, *Schmidt*-Frankfurt a. M., *Großmann*-Leipzig, nur die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis für richtig halten, wird diese von einigen Wissenschaftlern, u. a. von *Rieger*-Tübingen, heftig bekämpft.

Gründe für Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis

Für die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis spricht vor allem folgender Grund.

Mittels der Abschreibung soll in der Kosten- und Erfolgrechnung der Verbrauch an mechanischen Produktionsmitteln, Gebäuden, Maschinen, Einrichtungen u. a. gleichermaßen berücksichtigt werden wie der Verbrauch an Rohstoffen, an menschlicher Arbeitskraft u. a. Der Verbrauch an mechanischen Produktionsmitteln ist ebenso Aufwand für die Produktion wie Materialkosten, Löhne, Gehälter u. a. Der Unterschied ist nur, daß die mechanischen Produktionsmittel nach und nach, im Verlaufe ihrer gesamten Nutzungsdauer, die 5, 10 und mehr Jahre betragen kann, verbraucht, zu Aufwendungen werden, daß ihr Verbrauch langfristig ist, während die meisten übrigen Aufwendungen, Rohstoffverbrauch, Löhne usw. kurzfristig sind. Würde man die mechanischen Produktionsmittel ebenso kurzfristig einkaufen wie Rohstoffe, Löhne, Gehälter usw., so würde gar kein Zweifel darüber bestehen, daß als Verbrauch, als Aufwand der jeweils bezahlte Geldbetrag eingesetzt werden müßte. Die logische Folgerung ist doch, daß bei Produktionsmitteln, die in längeren Zeiträumen verbraucht werden, der jeweils verbrauchte Teil zum jeweils geltenden Preise, d. h. zum Tagespreise, eingesetzt werden muß.

Nur auf diese Weise ergibt sich eine richtige Kosten- und Erfolgrechnung. Nur auf diese Weise wird grund-

Bei der Abschreibung nach dem nominellen Anschaffungspreis ergibt sich entweder ein Vermögensverlust oder ein Vermögensgewinn, je nachdem, ob der Preis der Produktionsmittel steigt oder fällt. Um das in mechanischen Produktionsmitteln angelegte Vermögen zu erhalten, ist deshalb eine Abschreibung nach dem Tagesanschaffungspreis notwendig, ganz gleichgültig, ob eine Änderung der Anlagenpreise von der Wareseite herrührt, oder ob sie durch Geldentwertung verursacht wurde.

sätzlich das in mechanischen Produktionsmitteln steckende Vermögen des Unternehmens erhalten, während sich bei der Abschreibung nach dem nominellen Anschaffungspreis entweder ein Vermögensverlust oder ein Vermögenszuwachs ergibt, je nachdem, ob der Preis der Produktionsmittel steigt oder fällt. Da das Anlagenvermögen in Maschinenfabriken durchschnittlich etwa die Hälfte des gesamten Unternehmungsvermögens ausmacht, da ferner durchschnittlich etwa 7 vH des Anlagenvermögens jährlich abgeschrieben, d. h. die Anlagen durchschnittlich nach etwa 15 Jahren neu beschafft werden müssen, so würde, wenn in dieser Zeit die Preise dafür nur jährlich 2 vH steigen, das Unternehmen nach der Wiederbeschaffung der Produktionsmittel 15 vH seines gesamten Vermögens verloren haben (vgl. auch das unten durchgeführte Buchungsbeispiel).

Die Abschreibung nach dem nominellen Anschaffungspreis kann auch schwerwiegende Nachteile für die Preiskalkulation und Preispolitik sowie für die Einstellung der Unternehmungen zu Konjunkturschwankungen zur Folge haben, wie besonders Professor *Schmidt*-Frankfurt nachgewiesen hat¹⁾.

Gründe gegen Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis

Gegen die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreise werden vor allem folgende Einwände erhoben.

¹⁾ Schmidt: Die Konjunktur ein Rechenfehler? Berlin 1930, Verlag Spaeth & Lindé.

Sie widerspreche dem Grundprinzip der Geldrechnung. Dieses verlange, daß in der Geldrechnung, insbesondere bei Markwährung, unter allen Umständen, ohne Rücksicht auf Preisänderungen, Mark = Mark sei, gleichgültig, ob die Preisänderungen von der Wareseite herrührten, oder durch Geldwertänderung, z. B. infolge Inflation, verursacht wären. Diesen Standpunkt vertritt vor allem Professor *Rieger*-Tübingen. Er bedarf nach den Erfahrungen in der „Inflation“ eigentlich kaum noch einer Widerlegung. Nachdem wir gesehen haben, daß die Vorschrift Mark = Mark bei erheblicher Geldentwertung zu größtem wirtschaftlichen Unrecht und zu völliger Zerrüttung der Wirtschaft führen kann²⁾, kann die Frage nur noch sein, bis zu welchem Grade der Geldentwertung der Grundsatz: Mark = Mark aufrechterhalten, oder umgekehrt, wann, in welchen Fällen die Geldrechnung durch Sachwertrechnung ergänzt oder ersetzt werden darf. Diese Frage braucht hier nicht untersucht zu werden, da es für die Frage der Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis nur auf die Preisänderung an sich, nicht auf deren Ursache ankommt. Die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis ist notwendig, ganz gleichgültig, ob eine Änderung der Anlagenpreise von der Wareseite herrührt, z. B. durch Lohnerhöhung, oder umgekehrt durch Rationalisierung veranlaßt wurde, oder ob sie durch Geldentwertung verursacht wurde.

Aus diesem Grunde geht auch der weitere Einwand fehl, daß in der Befürwortung der Abschreibung nach dem Tagesanschaffungspreis ein Mißtrauen gegen die Stabilität der Währung zum Ausdruck komme. Die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis hat mit der Währung überhaupt nichts zu tun, sondern nur mit der Preisänderung. Im übrigen wird bei diesem Einwande Ursache und Wirkung verwechselt. Die Änderung des Geldwertes kann zwar zur Abschreibung nach dem Tagespreis nötigen, niemals aber kann diese die Währung beeinträchtigen.

Schließlich wird behauptet, daß die Abschreibung nach dem Tages-Anschaffungspreis buchungstechnisch nicht durchführbar wäre, besonders weil sie eben dem Prinzip der Geldrechnung widerspräche. Dieser Einwand kann am besten widerlegt werden, indem gezeigt wird, wie die Abschreibung nach dem Tagespreis in verhältnismäßig einfacher Weise praktisch gehandhabt wird. Dabei wird auch die sachliche Bedeutung dieses Abschreibungs-Grundsatzes noch anschaulicher hervortreten.

2. Praktische Durchführung

Das Verfahren soll an einem Zahlenbeispiel erläutert werden, wobei von verwirrenden Einzelheiten, die das Problem selbst nicht berühren, abgesehen wird.

Es sei angenommen, daß ein Kapitalist für ein Unternehmen 100 000 RM in Form einer Sacheinlage zur Verfügung stellt, indem er Anlagen im Werte von 100 000 RM in das Unternehmen einbringt. Weiteres Vermögen und weiteres Kapital möge nicht vorhanden sein. Die dann sich ergebende Eröffnungsbilanz ist in Schema 1 dargestellt.

Die Anlagen mögen eine Nutzungsdauer von 10 Jahren haben, so daß jährlich durchschnittlich 10 vH des Wertes abgeschrieben werden können.

²⁾ Durch die Aufwertungsgesetzgebung hat man versucht, das durch die Fiktion „Mark = Mark“ verursachte Unrecht wieder gut zu machen. Jeder weiß, daß dies nur sehr mangelhaft gelungen ist. Es wäre besser gewesen, die Fiktion „Mark = Mark“ möglichst frühzeitig aufzugeben. Jedenfalls sollte man an diesen Erfahrungen gelernt haben.

Der abzuschreibende Teil der Anlagen wird durch den Produktionsvorgang gewissermaßen in Verkaufserzeugnisse umgewandelt, und es sei angenommen, daß andere Aufwendungen als Anlagen-Abschreibungen zur Herstellung der Verkaufserzeugnisse nicht notwendig seien. Der Abschreibungsbetrag ist dann gleich dem Wert der Verkaufserzeugnisse, kurz Ware genannt. Tatsächlich werden ja Abschreibungen, soweit sie nicht zu Ersatzanschaffungen verwendet werden, meist als umlaufendes Kapital in dem Betriebe verwendet, also in Ware verwandelt. Es sei weiter angenommen, daß keine Ware verkauft und kein Verkaufsgewinn oder Verlust erzielt wird. Dann ergibt sich nach einem Jahre die in Schema 2 dargestellte Bilanz. Der Anlagenwert ist von 100 000 RM auf 90 000 RM gesunken (Abschreibung = 10 000 RM), dafür sind Waren im Werte von 10 000 RM entstanden. Das Gesamtvermögen ist nach wie vor 100 000 RM.

Bilanz bei steigenden Preisen

Nummehr sei angenommen, daß sich die Preise sowohl der Anlagen wie der Verkaufserzeugnisse ändern, und zwar soll zunächst mit einer Preissteigerung von jährlich 10 vH gerechnet werden. Dann muß bei der Abschreibung vom Tageswert die jährliche Abschreibung nicht 10 000 RM, sondern 11 000 RM betragen. Wenn der in der Eröffnungsbilanz ausgewiesene nominelle Anschaffungswert der Anlagen, nämlich 100 000 RM, in der Buchhaltung bestehen bleiben soll, dann muß die infolge der Preissteigerung notwendige Mehrabschreibung von 1000 RM (11 000 RM statt 10 000 RM) in einem besonderen Abschreibungsberichtigungs-Konto verbucht werden.

Der Abschreibung von 11 000 RM in weniger kaufkräftigem Gelde steht die Schaffung von Verkaufserzeugnissen im Werte von ebenfalls 11 000 RM gegenüber; denn es ist ja angenommen, daß der Preis der Anlagen und derjenige der Verkaufserzeugnisse in gleichem Maße steigen. Demgemäß ergibt sich nach einem Jahre eine Bilanz, wie in Schema 3 a dargestellt.

In der vorstehend angegebenen Weise muß eine etwaige Preisänderung alljährlich bei der Abschreibung berücksichtigt werden.

Während der gesamten Nutzungsdauer der Anlagen, also in 10 Jahren, möge insgesamt eine Preissteigerung der Anlagen und ebenso auch der Verkaufserzeugnisse um 10 vH eintreten. Dann ergibt sich in 10 Jahren die in Schema 4 a dargestellte Bilanz. Die Anlagen sind aufgezehrt und vollständig in Verkaufserzeugnisse verwandelt worden. Aus ursprünglich 100 000 RM Anlagen sind also 110 000 RM Waren geworden, wobei jedoch zu beachten ist, daß die Kaufkraft des Geldes für diese Waren um 10 vH geringer ist, so daß also der Warenwert in gleichem Gelde, wie bei der Eröffnungsbilanz, nur 100 000 RM sein würde. Die Mehrabschreibungen in Höhe von 10 000 RM sind auf einem Abschreibungsberichtigungs-Konto ausgewiesen. Die Bilanzsumme ist infolge der Preissteigerung von 100 000 RM auf 110 000 RM gestiegen.

Werden die Anlagen neu angeschafft, so sind dafür 110 000 RM in dem weniger kaufkräftigen Gelde aufzuwenden. Die mit den Anlagen erzeugten Waren im Werte von 110 000 RM würden also zur Neubeschaffung der Anlagen gerade ausreichen. Es wäre nichts verdient und nichts verloren, wie eingangs vorausgesetzt wurde. Der Berichtigungsposten von 10 000 RM auf der Passivseite der Bilanz ist nur ein Scheingewinn.

Abschreibung vom Tageswert

(Alle Werte in RM)

1. Eröffnungsbilanz	
Anlagen	100 000 Kapital 100 000
2. Bilanz nach 1 Jahr	
Anlagen	100 000 Kapital 100 000
Abschreibg.	10 000
Anlagenbestand	90 000
Waren	10 000
	<u>100 000</u> <u>100 000</u>

Bilanz nach 1 Jahr

3a. Steigende Preise		3b. Fallende Preise	
Anlagen	100 000 Kapital 100 000	Anlagen	100 000 Kapital 100 000
Abschreibg.	10 000	Abschreibg.	10 000
Anlagenbestand	90 000	Anlagenbestand	90 000
Waren	11 000	Berichtigung	1 000
	<u>101 000</u> <u>101 000</u>	Waren	9 000
			<u>100 000</u> <u>100 000</u>

Bilanz nach 10 Jahren

4a. Steigende Preise		4b. Fallende Preise	
Anlagen	100 000 Kapital 100 000	Anlagen	100 000 Kapital 100 000
Abschreibg.	100 000	Abschreibg.	100 000
Anlagenbestand	0	Anlagenbestand	0
Waren	110 000	Berichtigung	10 000
	<u>110 000</u> <u>110 000</u>	Waren	90 000
			<u>100 000</u> <u>100 000</u>

Verschiedene Preisentwicklung bei Anlagen und Verkaufserzeugnissen

5a. Steigende Anlagenpreise, gleichbleibende Warenpreise		5b. Fallende Anlagenpreise, gleichbleibende Warenpreise	
Anlagen	100 000 Kapital 100 000	Anlagen	100 000 Kapital 100 000
Abschreibg.	100 000	Abschreibg.	100 000
Anlagenbestand	0	Anlagenbestand	0
Waren	100 000	Berichtigung	10 000
Verlust	10 000	Waren	100 000
	<u>110 000</u> <u>110 000</u>		<u>110 000</u> <u>110 000</u>
			Gewinn 10 000

Bilanz bei fallenden Preisen

Nunmehr soll die umgekehrte Entwicklung, nämlich Preissenkung, dargestellt werden. Auch bei einem Sinken des Anlagenpreises — wie auch des Preises der Verkaufserzeugnisse — um 10 vH wird die Abschreibung zunächst mit 10 vH vom nominellen Buchwert, also mit 10 000 RM jährlich, vorgenommen. Die infolge Preisenkung mögliche Minderabschreibung von jährlich 1000 RM wird wiederum auf einem Abschreibungsberichtigungs-Konto, jedoch mit umgekehrten Vorzeichen, und demgemäß auf der Aktivseite der Bilanz ausgewiesen. Der den Abschreibungen entsprechende Warenwert beträgt nur 9000 RM, und die Bilanz hat nach einem Jahre das in Schema 3 b dargestellte Aussehen.

Nach 10 Jahren ergibt sich analog die in Schema 4 b dargestellte Bilanz. Die Anlagen mit dem Anschaffungswerte von nominell 100 000 RM sind wiederum aufgezehrt und in Verkaufserzeugnisse verwandelt worden. Der Warenwert ist jedoch nominell entsprechend der Preisenkung nur 90 000 RM. Zum Ausgleich erscheint ein Abschreibungsberichtigungs-Posten von 10 000 RM auf der Aktivseite der Bilanz. Werden die Anlagen nunmehr neu beschafft, so sind hierfür entsprechend der Preisenkung nur 90 000 RM aufzuwenden, ein Betrag, den die verkaufsfähigen Waren ergeben. Das ursprüngliche Vermögen ist also dem Werte nach vollständig erhalten. Der Berichtigungsposten von 10 000 RM stellt nur einen Scheinverlust dar.

Gewinn oder Verlust bei Liquidation

Man wird jetzt jedoch einwenden, daß aus dem Scheingewinn oder Scheinverlust ein wirklicher Gewinn

oder wirklicher Verlust würde, wenn das Unternehmen liquidieren müßte; dann brauchten dem Kapitalgeber im Falle 4 a nur 100 000 RM ausgezahlt zu werden, während ein Betrag von 110 000 RM an Verkaufserzeugnissen zur Verfügung stände. Es wäre also ein wirklicher Überschuß von 10 000 RM, wenn auch in einem Gelde von anderer Kaufkraft als ursprünglich, erzielt. Umgekehrt würden im Falle 4 b, wo dem Geldgeber ebenfalls 100 000 RM zurückgezahlt werden müßten, nur 90 000 RM in verkaufsfähigen Waren zur Verfügung stehen. Es würde also ein Fehlbetrag oder wirklicher Verlust von 10 000 RM entstehen.

Dieser Einwand wäre richtig, wenn dem Kapitalgeber nicht die von ihm gemachte Sacheinlage zurückgegeben, sondern der nominelle Geldbetrag von 100 000 RM zurückgezahlt werden müßte. Eigentlich sollte er nur Anspruch haben auf Rückerstattung des tatsächlich von ihm eingebrachten Sachwertes oder auf Zahlung eines äquivalenten Geldbetrages, d. h. eines Betrages von gleicher Kaufkraft, wie ihn der Betrag von 100 000 RM bei der Eröffnungsbilanz hatte. Der dem eingebrachten Sachwert äquivalente Geldbetrag würde im Falle 4 a (Preissteigerung) 110 000 RM sein. Der Kapitalgeber würde also 110 000 RM zurückerhalten müssen. Im Falle 4 b dagegen würde der äquivalente Geldbetrag nur 90 000 RM sein.

Die Rechnung ist also an sich durchaus richtig, sachlich unrichtig aber ist es, wenn das Gesetz vorschreibt, daß unter allen Umständen, auch bei langfristigen Schuldverhältnissen, Mark gleich Mark ist.

Diese Bestimmung ist in unserem Falle nicht allzu nachteilig, weil die Liquidation von Fabriken eine Aus-

nahme ist, und weil auch dann für den Liquidationserlös andere Umstände sehr viel ausschlaggebender sind als die Abschreibungsberichtigung. Für den Regelfall, Fortsetzung des Unternehmens, ist das angegebene Verfahren jedenfalls formell wie sachlich richtig.

Bilanz bei verschiedener Preisentwicklung von Anlagen und Verkaufserzeugnissen

Zunächst sei angenommen, daß der Preis der Anlagen um 10 vH steige, etwa infolge Verteuerung des (aus dem Ausland stammenden) Hauptrohstoffes in den Anlagen, während der Preis der Verkaufserzeugnisse gleichbleibt. Dann muß nach dem vorher Ausgeführten die notwendige Mehrabschreibung auf einem Abschreibungsberichtigungs-Konto ausgewiesen werden, und die Bilanz würde nach zehn Jahren wie in Schema 5 a aussehen. Den Abschreibungen auf Anlagen von insgesamt 110 000 RM (bestehend aus 100 000 RM normalen und 10 000 RM zusätzlichen Abschreibungen auf dem Abschreibungsberichtigungs-Konto) stehen nur für 100 000 RM Verkaufserzeugnisse gegenüber, weil deren Preis nicht in dem gleichen Maße gestiegen ist wie der Anlagenpreis. Es ergibt sich also, wie von vornherein zu erwarten war, ein Verlust von 10 000 RM, der wirklich wird, sobald die An-

lagen neu beschafft werden müssen. Dieser Verlust entsteht in genau gleicher Weise wie ein Verlust, der sich ergibt, wenn etwa die Löhne steigen, aber keine entsprechende Erhöhung der Verkaufspreise möglich ist. Dieses Beispiel dürfte ganz besonders deutlich zeigen, wie notwendig die Berücksichtigung der Preisänderung von Anlagegegenständen in der Abschreibung ist.

Im umgekehrten Falle: Sinken der Anlagenpreise um 10 vH, etwa infolge von Rationalisierungsmaßnahmen der Anlagenhersteller bei gleichbleibendem Preise der Verkaufserzeugnisse, ergibt sich die in Schema 5 b dargestellte Bilanz. Die Abschreibungsberichtigung (neben der Abschreibung vom nominellen Anschaffungspreis) stellt einen Gewinn dar, der dadurch entsteht, daß die Kosten (nämlich die Abschreibungen) kleiner geworden sind, während der Preis der Verkaufserzeugnisse unverändert geblieben ist.

Wiederum zeigt sich, daß die Sachwertrechnung zu durchaus richtigen Ergebnissen führt. Man erkennt auch, daß es für die Rechnung in allen Fällen gleichgültig ist, ob die Preisänderungen von der Geldseite herrühren (Geldentwertung etwa durch Inflation), oder ob sie von der Warensseite kommen, z. B. als Folge der Rationalisierung.

[841]

UMSCHAU

MITTEILUNGEN AUS LITERATUR UND PRAXIS / BUCHBESPRECHUNGEN

Die deutsche Konjunktur Mitte November 1930

Von der Panikstimmung, die kurz nach den Wahlen und der Eröffnung des deutschen Reichstags auch die in schwerer Krise liegende Wirtschaft katastrophenartig bedrohen wollte, ist inzwischen viel verflogen. Damit ist die ärgste Gefahr einer Radikalisierung der Massen und der Entschlüsse zunächst abgewandt, freilich noch keineswegs endgültig gebannt. Es wird vieler Ruhe und Überlegung bedürfen, um die Klippen des kommenden Winters ohne weitere Gefahr zu umschiffen. Denn was unsere heutige Krise von früheren unterscheidet, ist die Aushöhlung der Konsumkraft durch eine bisher nicht gekannte Arbeitslosigkeit in allen Industriestaaten, die an sich schon ein fast völliges Stocken jeder Investitionslust zur Folge haben muß; wenn durch politische und soziale Unsicherheit auch noch die geringe Wagemut des zuversichtlicheren Teils der Unternehmer und Geldgeber gelähmt wird, so muß das zum völligen Erliegen jeder wirtschaftlichen Aktivität führen.

Und doch ließe sich aus den Erfahrungen der letzten Zeit manche Lehre ziehen. Die jahrelange „prosperity“ Amerikas wurde weder bei uns noch drüben richtig gedeutet: statt in ihr den mächtigen Ast einer ansteigenden Konjunkturwelle zu sehen, glaubte man das konjunkturlose, d. h. schwankungsfreie Zeitalter gekommen und empfand den Auftrieb als Grundrichtung (secular trend), deren Ende nicht abzusehen sei. Inzwischen ist der Umschwung gekommen, trotz aller Kenntnisse und Vorbeugung heftiger als je in den letzten Jahrzehnten — statt aber nun einen einfachen Umschwung zu sehen, empfindet man die Lage fast wie eine kosmische Katastrophe.

Demgegenüber ist es gut, an den Ablauf ähnlicher früherer Erscheinungen zu denken. Die heutige Krise muß und wird eine Lösung erfahren, falls sie nicht in ein allgemeines politisches und soziales Chaos münden soll. Sie muß durchlebt werden; Wunder-Regeln, die sie zu überspringen gestatten, besitzt niemand. Gewarnt werden soll vor dem übertriebenen Pessimismus, der nicht in den augenblicklichen ersten Lösungsversuchen bereits den Kern zukünftigen Aufschwungs sieht.

Eine der wesentlichsten Hoffnungen läßt sich aus dem weiteren Sinken aller Warenpreise schöpfen. Daß dies organische Sinken in den einzelnen Ländern, zumal bei

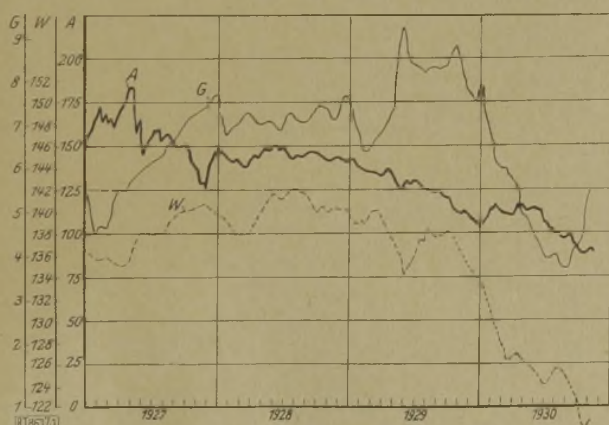


Abb. 1. Deutsches Harvardbarometer 1927 bis 1930
A = Aktienindex (Berl. Tagebl.)
W = Großhandels-Warenindex (neuer Index des Statist. Reichsamts)
G = Mittlere Berliner Bankgeldsätze (berechnet nach Angaben des Berliner Tageblatts)

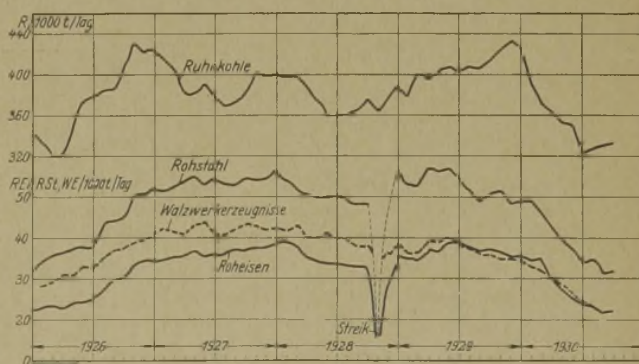


Abb. 2. Die Erzeugung von Grundrohstoffen 1926 bis 1930 (arbeitstäglich)

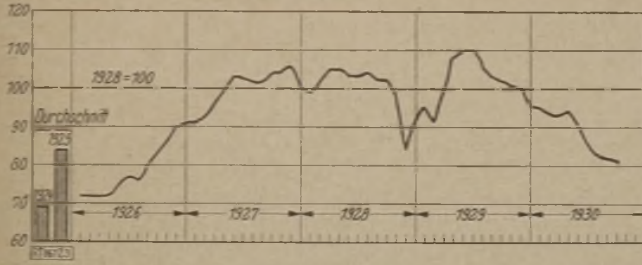


Abb. 3. Produktionsindex des Instituts für Konjunkturforschung, neue Berechnung, 1928=100

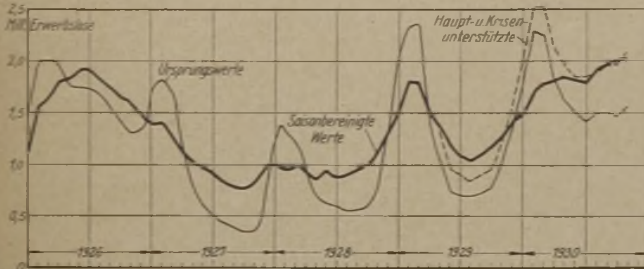


Abb. 4. Unterstützte Erwerbslose (Hauptunterstützungsempfänger ohne Krisenfürsorge) um die Monatsmitte, ursprüngliche und saisonbereinigte Werte (nach Donner, I. f. K.) 1926 bis 1930

uns, als „Abbau“ bezeichnet werden muß, hängt mit den künstlichen Schranken der Kartelle und Zölle zusammen, darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, daß dieser bewußte „Preisabbau“ nichts weiter ist als die zeitgebundene Form des in jeder Krise bekannten und zur Heilung führenden Preissturzes. Das gleiche gilt für die Arbeitslöhne. Auch sie sind heute kartelliert und in ihrer natürlichen Bewegung gehemmt. Auch sie müssen sich — wenn die wirtschaftlichen Grundgesetze überhaupt noch gelten sollen — dem ungeheuer vermehrten Angebot anpassen. In welcher Form das geschieht, mag als Tagesfrage wichtig sein; für uns ist es nur von Bedeutung, daß es geschieht.

Alle diese grundsätzlich und praktisch zu lösenden Fragen deuten auf eine sehr langsame Milderung der Depression. Zunächst muß der Geldmarkt in der Bewegung der drei Märkte (Abb. 1) wieder seine natürliche Lage zurückgewonnen haben, die er aus politischen Ursachen zeitweise verloren hatte. Dann hätte ein Anstieg der Börsenkurve zu folgen, deren Vorbedingung das Verschwinden des uferlosen Pessimismus ist, auf den man augenblicklich noch vielfach stößt. Die heutige Rendite der meisten Wertpapiere ließe einen solchen Umschwung der Spekulationskurve sachlich schon jetzt gerechtfertigt erscheinen.

Die Rückgänge in der Erzeugung dauern an, wenn sie auch etwas schwächer geworden sind. Während Kohle und Eisen Tiefstände zeigen, die seit 1925/26 nicht mehr vorkamen (Abb. 2), ist die Gesamtproduktion (Abb. 3) etwas weniger stark gesunken, da in ihr der feste Verbrauch

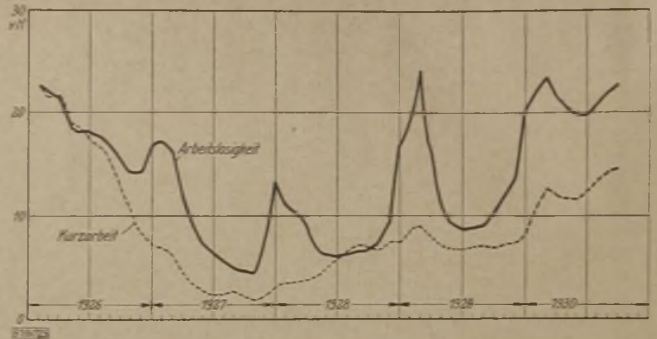


Abb. 5. Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit in vH der erfaßten Gewerkschaftsmitglieder 1926 bis 1930

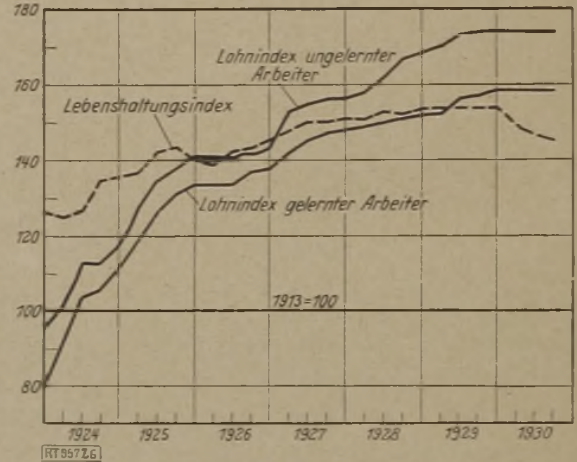


Abb. 6. Lohnindex für gelernte und ungelernete Arbeiter und Lebenshaltungskosten 1924 bis 1930

der letzten Konsumentenschicht eine wesentliche Rolle spielt. So betragen z. B. die Umsätze im Einzelhandel, zumal in Lebensmitteln, gegenüber dem Vorjahr etwa 90 bis 94 vH, bei einem Rückgang des Stahl- oder Zementabsatzes auf etwa 60 vH. Die Fertigungsindustrien, Maschinenbau, Textil-, Glas-, Papier- und Lederindustrie, melden ohne Unterschied weitere Verschlechterungen.

Das ungünstige und völlig abnorme Bild des Arbeitsmarktes weisen Abb. 4 und 5 aus. Durch die anhaltende Arbeitslosigkeit gibt die Kurve der Haupt-Unterstützungsempfänger kein richtiges Bild der Entwicklung mehr; in Abb. 4 ist daher die Summe der Haupt- und Krisen-Unterstützten eingezeichnet worden. Aber auch deren Zahl — etwas über 2 Mill. — entspricht nicht der vollen Arbeitslosigkeit; bei den Arbeitsämtern sind zur Zeit über 3 Mill. Arbeitssuchende eingetragen. In England feiern über 2 Mill., in den Vereinigten Staaten über 4 Mill.; die Gesamtziffer der Erwerbslosen in den wichtigsten Ländern schätzt man für diesen Winter auf 10 bis 12 Mill. Menschen. In krassem Gegensatz dazu steht die Kurve des Lohnindex (Abb. 6), der bis zum dritten Vierteljahr 1930 noch starr auf seiner alten Höhe geblieben ist. *Brasch* [867]

Industrielles Rechnungswesen

Budget-Kontrolle in industriellen Unternehmen. Von *Heinz Ludwig*. Berlin, Leipzig, Wien 1930, Verlagsbuchhandlung Leopold Weiß. 124 S. Preis 9 RM.

Seit 1927 ist in den Fachzeitschriften oft auf die Zweckmäßigkeit der Budgetierung hingewiesen worden, die in vielen amerikanischen Industriebetrieben gehandhabt wird. Man glaubte die Entwicklung in Deutschland dadurch fördern zu können, daß man im Rahmen des Reichskuratoriums für Wirtschaftlichkeit einen Fachausschuß für industrielles Budget ins Leben rief. So mußte man mit besonderer Spannung einem Buche entgegensehen, das der Obmann dieses Ausschusses, *Dr. Ludwig*, herausgab.

Will man diesem Buche gerecht werden, so muß man von der Absicht des Verfassers ausgehen: Er bezeichnet das Buch als ein betriebspolitisches, das heißt, er will mit diesem Buch die Leiter industrieller Betriebe aufrütteln, damit sie auch bei sich dem Gedanken der Budgetierung (warum nicht das gute deutsche Wort „Haushaltplanung“, das sonst doch schon vielfach angewandt wurde?) Raum geben mögen. Dieser Zweck wird zweifellos in hohem Maße erfüllt, denn der Verfasser, der mitten in der Praxis der Haushaltplanung steht, spricht aus Erfahrung und schreibt außerordentlich frisch und temperamentvoll, so daß sich das Buch von Anfang bis zu Ende sehr angenehm liest. Ob gerade dieses Buch aber für die deutschen Verhältnisse ein Bedürfnis war, das kann füglich bezweifelt werden.

Es zerfällt im Wesentlichen in zwei Teile. Der eine Teil behandelt die allgemeinen Grundsätze, Zwecke, Verfahren und Auswirkungen der industriellen Haushaltplanung. Der andere Teil bringt ein durchgeführtes Beispiel für die Ermittlung des Verkaufsbudgets einer Automobilfabrik und der Budgetierung der zugehörigen Filialorganisationen.

Dieser zweite Teil bringt etwas für die Praxis Wertvolles und Abgerundetes; er behandelt die Grundlagen der Konjunkturbeobachtung und Marktanalyse für den Aufbau dieses Verkaufsbudgets. Aber gerade da, wo es interessant wird, hört das Kapitel auf; nämlich da, wo es sich darum handelt, den Anteil des eigenen Werkes an dem gesamten Markt zu ermitteln. Außerdem vermißt man hier einen besonders wichtigen Gesichtspunkt. Verkaufsbudgetierung und Produktionsbudgetierung kann man aus Marktbeobachtung und Produktionskapazität wohl ermitteln; was aber mit zu überlegen ist, das ist die Frage, ob gerade mit dieser Menge diejenigen Verkaufspreise erzielt werden, die den für die Verzinsung des Kapitals notwendigen Gewinn ergeben. Hier sind Einflüsse der Beschäftigung, der Kostenrechnung, der Absatzsteigerung durch geringere Preise am Werke, die zweifellos schwieriger in die Rechnung einzusetzen sind als das uns in dem Buch Vorgeführte. Immerhin, wäre nur dieser Teil — etwa unter der Überschrift „Aus der Praxis der Verkaufsbudgetierung“ — veröffentlicht worden, so hätte man die Erscheinung sehr begrüßen können. Dieser Teil ist für Industrie- wie für Handelsunternehmungen gleich bedeutsam.

Der Buchtitel lautet aber „Budget-Kontrolle in industriellen Unternehmungen“, und hier ist man in gewisser Hinsicht enttäuscht. Von dem, was die Haushaltplanung in der Fabrik anlangt, ist kaum mehr gesagt, als was 1927 bereits veröffentlicht wurde. Sollte der Ausschuß auf diesem Gebiete noch nicht weitergekommen sein? Auch hier hört das Buch gerade dort auf, wo die Fragen beginnen interessant zu werden, nämlich da, wo man den Produktionsplan im einzelnen in die Betriebe umsetzt, da wo es sich darum handelt, auf Monate hinaus den Umfang der im Werk Tätigen vorher zu bestimmen, wo es sich darum handelt, die einzelnen Gemeinkosten vorher zu bestimmen. Hier liegen die Schwierigkeiten, die in deutschen Betrieben zweifellos größer sind als in amerikanischen, und hier hätte man deutliche Ratschläge für die Praxis besonders begrüßt.

Wichtig wäre es auch gewesen, auf den innigen Zusammenhang zwischen Haushaltplanung einerseits und Kontenplan und Gemeinkostengliederung andererseits schärfer hinzuweisen, als es geschehen ist, denn es wird in den Betrieben vielfach übersehen, daß erst eine einwandfreie Kostengliederung überhaupt die Grundlage für eine Haushaltplanung geben kann. In dieser Hinsicht finden wir in dem Buch oft nur kurz hingeworfene Schlagworte, wie z. B., daß jede Abteilung ihr Kapitalbudget bekommen muß. Schon dies ist ein Punkt, der in der Praxis mit der Fabrikbuchhaltung recht schwierig in Einklang zu bringen ist, denn während man dort nach Kostenarten verbucht, würde hier plötzlich eine Verbuchung nach Kostenstellen, also eine ungeheure Komplizierung, notwendig. Im Widerspruch zu einem den wahren Vorgängen entsprechenden Rechnungswesen steht es auch, wenn der Verfasser fordert, daß Überschreitungen des Kapitalbudgets durch hohe Zinsbelastungen bestraft werden. Dazu scheint uns eine Buchhaltung nicht das geeignete Mittel zu sein.

Wir würden es begrüßen, wenn bei einer neuen Auflage des Buches dem Teil, der auf die Fabrik entfällt, gleiche Aufmerksamkeit geschenkt würde wie dem Verkauf.

Dr. Kiensle [845]

Werbung

Neuer Filmwerbefeldzug der amerikanischen Automobilindustrie

Der Inlandabsatz der amerikanischen Automobilindustrie ist infolge der Wirtschaftsdepression außerordentlich stark zurückgegangen. In der ersten Hälfte dieses Jahres sind an neuen Kraftwagen rund 23 vH weniger eingetragen worden als im ersten Halbjahr 1929. Die Erzeugung mußte demzufolge erheblich eingeschränkt werden. Für die ersten 8 Monate im laufenden Jahre

wurden nur 2,75 Mill. Wagen, d. h. 1,125 Mill. (29 vH) weniger als in der entsprechenden Zeit des Vorjahres hergestellt.

Zur Besserung des Beschäftigungsgrades sind von seiten der Industrie bereits große Anstrengungen gemacht worden, um den Absatz im Auslande zu heben. Neuerdings hat die National Automobile Chamber of Commerce einen großzügigen Werbefeldzug eingeleitet, der zunächst für die südamerikanischen Länder bestimmt ist. Bei dieser Campaigne ist die Grundidee, die Bevölkerung besonders in jenen Gebieten, wo der Kraftwagen nur wenig Verwendung findet, von der leichten Handhabung eines Automobils zu überzeugen. Mit Hilfe von Filmen sollen neben den Vorteilen des Kraftwagens vor allem die Handgriffe beim Starten, Schalten, Bremsen usw. genau erläutert werden, um den Boden für die weitere Werbung vorzubereiten. Die ersten Filme dieser Art sind bereits in Venezuela vorgeführt worden und sollen einen großen Erfolg gehabt haben. Sell [810]

Betriebsfragen

Der praktische Geschäftsbeirat. Band 2: **Richtiggründen! Billig organisieren!** 431 S. Preis 60 RM; Band 3: **Der Status.** 48 S. Preis 7,50 RM. Herausgegeben von *Quirin und Heinz Classen*. Berlin 1930, Classen & Classen Geschäftsbeirat G. m. b. H.

Das im Eigenverlag erschienene Werk „Der praktische Geschäftsbeirat“, von dem uns Band 2 und 3 zur Besprechung vorliegen, ist gewissermaßen das in Buchform zusammengefaßte Ergebnis der beratenden Tätigkeit der Classen & Classen Geschäftsbeirat G. m. b. H. Stichproben aus den Bänden 2 und 3, zu deren Kenntnis allerdings das als Band 1 schon früher herausgegebene „Fragebuch für Geldgeber und Geldnehmer“ notwendig ist, ergaben, daß „der praktische Geschäftsbeirat“ eine große Anzahl von Ratschlägen enthält, die die beratende Tätigkeit von Ingenieuren und Wirtschaftlern in einem Werk zwar nicht entbehrlich machen, jedoch zur allgemeinen Unterrichtung, hauptsächlich von mittleren und kleineren Firmen, gut geeignet sind. Hierbei denken wir vornehmlich an die in den Anlagen zusammengestellten Musterformulare.

Im einzelnen befaßt sich der zweite Band hauptsächlich mit der Gründung und Organisation eines Unternehmens, d. h. mit den vorbereitenden Maßnahmen bis zur Eintragung in das Handelsregister, mit der Eintragung in das Handelsregister selbst, mit der inneren Organisation (Versicherungs-, Patent- und Werbefragen usw.); der dritte Band ist einer Sonderfrage, nämlich der Ermittlung des Vermögens- und Schuldenstandes, gewidmet.

Fr. [847]

Aus andern Zeitschriften

Successful industrial selling depends on six principles. „Iron Age“ (239 W. 39th Street, New York). Bd. 126 (1930) Nr. 15 (9. 10.) S. 997/98.

Bericht über eine Verkaufs-Fachsitzung bei der American Society for Steel Treating, in der *R. C. Borden* und *A. C. Busse* in einer dramatisierten Vorlesung über Verkaufen die Hauptfaktoren darstellten, die dazu gehören, ein Verkaufsgespräch erfolgreich zu führen. Die entwickelten Grundregeln lauten:

Versuche nicht, das Gespräch allein zu führen, fortwährend selbst zu sprechen! Der Gesprächsgegner wird schnell ermüden und bald werden ihm die Gegengründe innerlich beschäftigen, zu deren Äußerung er nicht kommt; die aufgestauten Einwände gewinnen beim Partner eine gesteigerte Bedeutung und schließlich wird er unwillig und voreingenommen, wodurch die Aussichten des Verkäufers zunichte werden. Der Verkäufer muß guter Zuhörer und guter Redner sein: seine Bemerkungen müssen kurz und treffend sein. Dem Gesprächsgegner ist nach dessen Belieben Zeit zur Antwort zu lassen und seinen Ausführungen ist betonte Aufmerksamkeit zu widmen.

Unterbrich nicht dein Gegenüber! Mögen Unterbrechungen noch so geschickt sein, sie sind gewagt und verärgern fast immer.

Vermeide jede Rechthaberei und streitbare eigensinnige Verhandlungsformen. Überzeugende Beweisführung, keine Heftigkeit!

Im ersten Teil der Unterredung frage mehr als daß du selbst „angreifst“. Gib erst Gelegenheit, sich auszusprechen; dadurch wird der Gesprächsgegner im ersten, schwierigsten, unentschiedenen Teil der Verhandlung seine schwere Munition verpulvern.

Wiederhole des Gegners Einwände in dessen eigenen Worten, sobald er sie vorbringt, um ihm zu zeigen, daß seine Gründe gewürdigt werden; er wird dann selbst das Bestreben haben, ganz verstanden zu werden und dadurch sich schneller aussprechen.

Lege den Verhandlungsgegner fest auf die entscheidende Bedeutung eines genau bestimmten und als ausschlaggebend anerkannten Hauptpunktes; bleibe dann bei diesem Punkt, halte ihn in dem entscheidenden Schlußteil der Verhandlung unbedingt fest und schweife nicht ab!

Ein schwieriges Konto: Frachtauslagen, Frachten-Stundung und ihre Verbuchung. Von G. Günzel. „Wirtschaftlichkeit“ (Verl. f. Wirtschaft u. Verkehr, Stuttgart) Heft 97 v. 5. 11. 30 (Leitzeichen RBKW).

Wesen und Zweck des Frachtenstundungskredits, für dessen Gewährung von der Deutschen Reichsbahn die Deutsche Verkehrskreditbank geschaffen wurde. Organisation. Verrechnungsweise. Technik der Verbuchung, Lösungsvorschläge für schwierige Fälle der Verrechnung und Buchführung.

Wissenschaftliche Vertriebsführung. Von J. A. Bader. Zeitschrift für Organisation (Verl. Spaeth & Linde, Berlin W 10) Jg. 4 (1930) H. 18 (20. 9.) S. 492/94.

Ausgangspunkt der Vertriebsforschung und Notwendigkeit einer nach wissenschaftlichen Erkenntnissen durchgebildeten Vertriebsführung. Für die Vertriebsforschung sind Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und spezielle Konjunkturforschung Hilfswissenschaften; für die Vertriebsforschung sind eigene Systematik und eine Terminologie zu stellen, die jene Unklarheiten beseitigen, die durch einfache Übernahme der Begriffe aus den Hilfsdisziplinen entstehen. Die Industrie muß, wie für Gestaltung und Betriebsführung, auch für den Vertrieb Forschungsstätten schaffen. Aus deren Vorarbeiten ist die Entwicklung der Vertriebsforschung als Lehrfach zu erreichen, wobei für Lehrkräfte praktische Vertriebstätigkeit vorausgesetzt werden muß. Beim Vertrieb ist Zusammenarbeit von Ingenieur und Kaufmann notwendig.

Die Vertriebsführung im Einzelbetrieb geht aus von der Zergliederung der Vertriebsvorgänge zwecks Aufdeckung der Verlustquellen und Rationalisierungsmöglichkeiten. Auch im Vertrieb muß mit „Aufwand“ und „Ertrag“ gerechnet werden. Die Herstellung des Gleichgewichts von Vertriebs- und Produktionskapazität kann nur erreicht werden durch Budgetierung vom Ausgangspunkt des vorgeschätzten Absatzes her.

B II [856]

KARTELLWESEN

BEARBEITER: REICHSWIRTSCHAFTSGERICHTS-RAT DR. TSCHIRSCHKY, BERLIN - NEUBABELSBERG - BERGSTÜCKEN, HUBERTUSDAMM 17

Es ist wenig erfreulich, aber unumgänglich, den bereits im letzten Bericht angeknüpften Faden weiter zu spinnen, d. h. sich mit dem gegenwärtigen Zentralproblem unserer Wirtschaft zu beschäftigen, der Überwindung der Krise, soweit die Wirtschaftsorganisation hierfür heranzuziehen ist. Unstreitig sind wir nicht nur in der Erkenntnis, sondern auch in praktischer Tat ein, wenn auch kleines Stück vorwärts gekommen. Einzelheiten können beiseite bleiben, da die Leser aus der Tagespresse alles Wesentliche erfahren. Grundsätzlich ist festzustellen, daß die Versuche, unser Preisniveau nicht als überhöht hinzustellen, jetzt zum Schweigen gelangt sind. Der Reichswirtschaftsrat hat hierbei durch seine Gutachten wertvolle Aufklärung gegeben. Das große Fragezeichen steht nur noch immer hinter dem Rätsel praktischer, nämlich schneller und durchgreifender Besserung.

Belebung der Wirtschaft durch Preissenkungen

Es scheint weiter, daß die Erkenntnis der ursachenmäßigen Vielseitigkeit der Krisennot immer mehr Gemeingut und damit eine wesentliche Voraussetzung für praktische Mitarbeit getroffen wird, die wahrscheinlich schon erheblich weiter gediehen wäre, wenn nicht von einzelnen Interessen her immer neue Einwände erklärt würden. Die damit versuchte Unklarheit ist wohl der Grund, daß sogar der Ausgangspunkt nicht einheitlich ist. Vorherrschend ist jetzt zweifellos der Kosten- und der Preisstandpunkt, erst in zweiter Linie kommt die Kaufkraftfrage als Grundlage des Umsatzes. Die Unternehmer in Industrie, Handel und Handwerk gehen von den hohen Kosten der Löhne, Abgaben usw. aus, in zweiter Linie von Preisen ihrer Materialien, Rohstoffe, Halbfabrikate, die sie zwingen, ihre Preiskalkulation unabhängig vom Gesichtspunkte rationeller Umsatzsteigerung in erster Linie als ein Kostendeckungsproblem zu behandeln. Für die Verbraucherschichten der Arbeiter, Angestellten und Beamten erscheint die Krise als Absatz-Umsatzkrise und damit als Preis- und Kaufkraftkrise. Daher erblicken diese Kreise

in der Forderung von Lohn- und Gehaltssenkungen entweder überhaupt keine Lösung wegen unvermeidlicher Kaufkraft- und somit Absatzschwächung, oder aber sie fordern die vorgängige Preissenkung zum Ausgleich jener Gefahr.

Die Wahrheit liegt hier offenbar zwar nicht in der beliebten Mitte, aber einer richtigen Kombination beider Gedankenreihen, wobei ich allerdings den Nachdruck auf die Senkung der Warenpreise in diesem Zusammenhange schon aus dem Grunde legen muß, weil sie — sozial — die leistungsfähigeren, nämlich auch heute noch privatwirtschaftlich elastischeren Wirtschaftskreise trifft, vor allem aber — wirtschaftlich — da der Kampf einer unstreitigen Absatzkrise gilt, und sonach nur mit Preissenkungen und Absatzsteigerung Abhilfe von rascher und durchgreifender Bedeutung zu erwarten ist. Die sozusagen innere Heilung der Krise durch Angleichung der Kosten an die Preise kann nach allen Erfahrungen erst in einem langsamen Prozeß erfolgen. Es scheint auch, daß die hier angedeutete Auffassung trotz vielfacher Anfeindungen sich durchsetzt. So lange und soweit das Unternehmertum von der Schutzwanne seiner Preisorganisationen noch keinen Gebrauch machen konnte, sind Absatzkrisen noch stets in gleicher Weise geheilt worden.

Preissenkungspolitik der Reichsregierung

Belebung der Wirtschaft durch Verbilligung von Erzeugung und Verbrauch hat jetzt auch die Reichsregierung in ihrer Kundgebung zur Preissenkungspolitik vom 15. November d. J. an die Spitze gestellt. Nun droht allerdings, falls man die öffentliche Erörterung als Abbild politischer Kräftegruppierungen einschätzen darf, insofern ein gewisses Abgleiten von einer klaren Reform, als der Preisabbau im Zwischen- besonders beim Einzelhandel eine Betonung erfährt, die leicht die weit stärkere Bedeutung der organisierten Preisbindung der Produzenten

zurücktreten läßt. Hoffentlich beugt die Erklärung des Reichswirtschaftsrates zur Unterstützung der Kohlen- und Eisenpreissenkung weiterer Verdunklungsgefahr über den Kern der Krise vor.

Mit Recht fordert der RWR gegen die Überkapazität eine Dauerlösung durch Vorschläge seitens der Industrie, mit Recht deswegen, weil dieses Übel ganz zweifellos dem bisherigen System ihrer Kartellierung, nämlich der Quotenjägerei, ähnlich wie jahrzehntelang in unserer Kali-Industrie entsprungen ist. Die Folge hat z. B. neuerdings Prof. M. J. Bonn „Der neue Plan“ im Rahmen einer scharfen aber treffenden Kritik mit den Worten gekennzeichnet (S. 197) „Als Ganzes betrachtet, hat aber die deutsche Industrie in ihren bestehenden Anlagen eine Produktionsfähigkeit, die über die Absatzmöglichkeit weit hinausgeht. Da sie sich dem nicht durch Ausschaltung der überflüssigen, überständigen Unternehmen anpassen will, besteuert sie das Publikum durch ihre Kartellmacht, die ihr gestattet, einen technisch übergroßen Produktionsapparat fortzuerhalten und scheinbar rentabel zu machen“. Dabei darf nicht verkannt werden, und ist an dieser Stelle früher schon angedeutet worden, daß grade die internationale Kartellierung vielfach gleiche Wirkungen mindestens verstärkt. Kartellgeborene Überproduktion finden wir auch in anderen Gewerben, typisch z. B. in unserer Zementindustrie. Durchaus einseitig bliebe jedoch die Kritik, falls sie nur die Kartelle belasten wollte. Vielmehr ist gleicher Nachteil auch aus den großen Kapitalkonzentrationen in den Konzernen und Fusionen vielfach erwachsen.

Preisbindungen in der Industrie

Während aber diese Nachteile, die letztlich stets in überhöhtem Preisniveau sich auswirken, bei dem Gros der Industriekartelle wegen des hier grade aus dem Preisstande aufkeimenden jungen Wettbewerbes eine verhältnismäßig schnelle und meist auch durchgreifende Korrektur erfahren, macht die Schwerindustrie auch in dieser Hinsicht ihrem Namen Ehre, indem sie am stärksten gegen Preiseinbrüche gepanzert erscheint. So ist das gegenwärtige Fazit der Kartellpolitik eine stellenweise bereits bis zur Preisfreigabe gelockerte Kartellmacht in den verarbeitenden Industrien mit der vollen Schwere von Preisrückgängen, während die Schwerindustrie noch im Vollbesitz ihrer Organisationsmacht mit dem Preisabbau, wie ihr jetzt vom RWR bestätigt wird, sich über der Konjunktur zu halten bestrebt bleibt.

Dabei erhebt sich hier notwendig noch die sozialwirtschaftliche Sonderfrage, wie weit diese Politik bewußt im Interesse der gemischten Werke zum Nachteil der reinen Verarbeitungsunternehmen betrieben wird, die ja in erster Linie und mit der ganzen Schwere die Preislast des Rohstoffes und Halbfabrikates wenigstens für den Inlandsmarkt trifft, während für ihren Export die Aviabkommen Erleichterungen bieten. Derartige Klagen sind offenbar in Kreisen der Maschinen- oder etwa der Draht verarbeitenden Industrien jedenfalls sehr häufig zu vernehmen.

Preisbindungen in Handwerk und Handel

Die Not der Zeit hat aber interessanterweise auch die Marktorganisationen sozusagen des Gegenpols unserer Produzentenhierarchie ins Licht der Kritik gerückt: die Preisregelung der Kleinunternehmen im Handwerk. Hier kommen drei Formen von Bündeln in Frage: die eigent-

lichen Kartelle, die freien und die Zwangsinnungen. Letzteren sind zwar Verpflichtungen ihrer Mitglieder auf „Festsetzung der Preise ihrer Waren oder Leistungen oder in der Annahme von Kunden“ durch den viel umstrittenen § 100 q der Gewerbeordnung untersagt. Indessen ist ihnen damit ja der Boden von friendly agreements mit praktisch ausreichender Wirkung ebenso wenig zu entziehen, wie der nordamerikanischen Großindustrie durch die Sherman Acte. Jedenfalls aber kann der weitgehenden Übereinstimmung der Preispolitik gerade in den wichtigsten Handwerken für den Massenverbrauch, wie Bäckern, Fleischern, Schuhmachern, kurz allen denen, deren gewerbliche Tätigkeit Unterlagen für Preisabreden bietet, wohl das Bestehen derartiger Abreden entnommen werden. Eigentliche Kartelle bestehen in diesen Kreisen hingegen hauptsächlich nur als Submissionkartelle in den zahlreichen Zweigen der Baugewerke, ohne daß, soweit mir bekannt geworden, angesichts der wirtschaftlichen Stärke der Auftraggeber sich erhebliche Preisnachteile breit machen. Jedenfalls aber kann der Preissenkungs-Feldzug nicht an diesen gesamten Organisationen vorübergehen, wie ja auch die Regierung bereits bei Fleisch und Brot eingegriffen hat. Hier allein kann ihr aber auch bei der Zersplitterung des Marktes durchgreifende Hilfe seitens der Verbrauchermassen beispringen, ebenso wie bei denjenigen Zweigen landwirtschaftlichen Produktenvertriebes, die gleich der Milch in den Großstädten durch gemischte Großunternehmen (Verfeinerung und Handel), vertrieben werden, zumal sie wohl durchweg Vereinbarungen über Preise und Absatzbedingungen pflegen dürften.

Wie weit hingegen im übrigen Groß- und Einzelhandel für den Massenbedarf — mit Ausnahme des straff kartellierten Kohlen- und Eisenhandels, der Baustoffe und noch weniger anderer Zweige — Vereinbarungen zur Preisregelung besitzen, durch deren Lockerung bereits ein nachhaltiger Druck ausgeübt werden könnte, ist schwer festzustellen. Der Augenschein lehrt freilich, daß auch im Einzelhandel bis herab zum fliegenden Obsthändler auffallende Übereinstimmung der Preise wenigstens in den einzelnen Stadtvierteln herrscht, die sicher nicht nur übereinstimmenden Kalkulationen entspringt. Hier wäre vielleicht, zumal der Handel selbst Abmachungen abstreitet, eine Aufklärung der Öffentlichkeit am Platze. Gewiß scheint dagegen, daß der Großhandel in Lebensmitteln, der bis zu den Kartoffeln über gute Verbandsorganisation verfügt, mindestens für bezirksweise Preisregulierung wirksam ist.

Eine Ausnahme von besonderer Stärke sowohl hinsichtlich der Preishöhe wie der Energie der Durchführung bildet die Preiskette der Markenartikel. Hier hat aber der Sonderausschuß, der sich im RWR mit dieser Frage befaßte, zwar noch nicht den letzten Schritt ihres Verbotes befürwortet, seine Entschließung scheint mir aber eine erste Bresche zu legen, denn sie empfiehlt bereits ihre Lockerung, falls nicht entsprechende Preissenkungen erfolgen, die Minderheit hat sogar allgemeine Aufhebung verlangt. Jedenfalls ist aber damit meine, auch an dieser Stelle vertretene Auffassung bestätigt, daß gerade auf diesem Gebiete eine durch nichts gerechtfertigte Überpreisbildung herrscht.

Staat und Preisbildung

Man konnte zu dem erwähnten Aufruf der Reichsregierung in einzelnen Tageszeitungen Bemerkungen über Ohnmacht des Staates auf dem Gebiete der Preisregelung lesen. Mir scheint solch Pessimismus nicht nur verfehlt,

sondern eine Gefahr. Der heutige Staat steht der Tatsache gegenüber, daß der einzige, aber auch durchgreifende Regulator unserer kapitalistischen Wirtschaftsordnung, der freie Wettbewerb in einem quantitativ und qualitativ beherrschenden Ausmaße zugunsten der unternehmungsweisen privatwirtschaftlichen Absatzregulierung ausgeschaltet wird. Die vielfach — auch wissenschaftlich propagierte Auffassung, daß die Konkurrenz stets hinreichende Wirkung behält, ist an sich zutreffend, übersieht aber, daß es sich gegenüber stärkeren Organisationen immer nur um Teilwirkungen handelt, die eine ungünstige Gesamtentwicklung, wie unser heutiger Wirtschaftszustand lehrt, nicht zu hindern vermögen. Daher fordert ja selbst der „Neumerkantilismus“ *Othmar Spann*s mit seiner durchgebildeten berufsständischen Wirtschaftsorganisation eine übergeordnete staatliche Kontrolle und Regelung. Es geht auch jetzt nicht um das Sein oder Nichtsein unserer Kartelle und der ihnen wirkungsverwandten Organisationen, sondern einfach um richtige Auswertung der gezogenen Lehren für die Gestaltung der öffentlichen Kontrolle über ihre Politik.

Neben ihrer praktischen Tagesbedeutung für die Wiederherstellung stärkerer Marktlastizität in unserer Wirtschaft hat die Preisaktion also noch eine grundsätz-

liche Bedeutung von erheblicher Tragweite: die Durchleuchtung unserer privatwirtschaftlichen Organisationspolitik, wobei auch zum ersten Male die erfreuliche Bedeutung unseres Wirtschaftsparlaments sich offenbaren konnte. Die Kritik an hervorragenden Typen unserer Kartelle weist mit aller Deutlichkeit auf grundsätzliche Mängel in unserer Kartellpolitik hin, wie ich sie seit Jahren bereits auch an dieser Stelle behandelt habe. Sie zeigt aber auch, daß das bisherige System der öffentlichen Kontrolle noch nicht ausreicht, um rechtzeitig krisenhaften Wirkungen dieser Organisationen vorzubeugen. Während der Staat schon seit Jahrzehnten auf anderen Gebieten, so der Sozial- oder der Zoll- und Handelspolitik in vielfach erfreulicher Unabhängigkeit von privatwirtschaftlichen Interessen systematische Arbeit zu leisten bestrebt ist, hat er auf dem Gebiete der Organisationspolitik der Unternehmer bislang positive Leistungen grundsätzlicher Bedeutung überhaupt nicht in Angriff genommen, sich vielmehr mit schwachen Praeventiv- oder Abwehrmaßnahmen begnügt. Allerdings hat eine überspannte privatwirtschaftliche Rechtsprechung hierzu ebenso mitgewirkt, wie die Unfähigkeit unseres politischen Parlaments zur Entwicklung einer von der Mehrheit des Volkes getragenen Wirtschaftspolitik. [863]

MITTEILUNGEN DER FACHGRUPPE VERTRIEBSINGENIEURE

Wanderschau „Der Vertriebsingenieur“

Auf Veranlassung des Internationalen Rationalisierungs-Instituts in Genf werden die Darstellungen der Wanderschau „Der Vertriebsingenieur“ in größeren Abbildungen zum Zwecke einer ständigen Ausstellung nach dort gegeben. Die Wanderschau wird mit den mittlerweile vorgenommenen Ergänzungen im Frühsommer 1931 im Original im Zusammenhang mit beabsichtigten Veranstaltungen gezeigt.

Zusammenstellung einer Schrifttums-Uebersicht über Vertrieb

Bei der Fachgruppe sind Arbeiten eingeleitet, die den Zweck haben, eine Übersicht und kritische Bewertung über das vorhandene Vertriebs-Schrifttum und zugehörigen Randgebieten zusammenzustellen. Die Veröffentlichung wird im Rahmen der Schriftenreihe „Wirtschaftlicher Vertrieb“ vorgenommen.

Vortragsreihe „Wirtschaftlicher Vertrieb“

Im Rahmen der auf S. 308 angekündigten Vortragsreihe werden noch folgende Vorträge gehalten:

- | | | |
|------------|---|----------------------|
| 17. 12. 30 | „Organisation der Zusammenarbeit zwischen Außen- und Innendienst im Vertrieb“ | Dir. K. Osterreicher |
| 7. 1. 31 | „Zwischenbetriebliche Vertriebskostenvergleiche in der Industrie“ | Dipl.-Ing. Stelter |
| 21. 1. 31 | „Kundendienst“ | Dipl.-Ing. Gerling |
| 4. 2. 31 | „Text- und Bildgestaltung in der Industrieklampe“ | Dipl.-Ing. Schulz |
| 18. 2. 31 | „Ausbildung des Vertriebsingenieurs für den Außendienst“ | Dr. Weinhardt |

18. 3. 31 „Ausbildung des Exportingenieurs für den Außendienst“

Obering. Wilhelm

Die Vorträge finden im Ingenieurhaus, I. Stock, 20 Uhr statt.

Im Anschluß an die Vorträge ist den Teilnehmern Gelegenheit geboten, in der Aussprache Einzelfragen der Vertriebstechnik in verschiedenen Gewerbezweigen zu erörtern und daraus Nutzenwendungen für die eigene Tätigkeit zu ziehen.

Die Teilnehmergebühr beträgt 25 RM.

Meldungen an Dienststelle F 7, Berlin NW 7, Ingenieurhaus. [872]

Inhalt:

Aufsätze:	Seite
Was tun? Das Ergebnis unsrer Umfrage im Oktoberheft	309
Zur Berufstatistik der deutschen Ingenieure. Von Dipl.-Ing. Kurt Schulz	314
Zeitschriften für den Vertrieb. Von Dr. H. Berlitzer	317
Nachrichtendienst für den Export. Von Bruno Hessemüller	321
Formelle Bilanzprüfung oder materielle Prüfung der Wirtschaftsführung? Von Dipl.-Kaufm. Dr. O. R. Schnutenhaus	325
Abschreibung von Anlagen nach dem nominellen oder nach dem Tages-Anschaffungswert. Von O. Schulz-Mehrin	328
Umschau:	
Füllaufträge — eine wirtschaftliche Gefahr! Berichtigung und Ergänzung	320
Das Studium der Wirtschaftslehre an Technischen Hochschulen	324
Die deutsche Konjunktur Mitte November 1930	331
Industrielles Rechnungswesen	332
Werbung	333
Betriebsfragen	333
Aus andern Zeitschriften	333
Kartellwesen. Von Dr. S. Tschierschky	334
Mitteilungen der Fachgruppe „Vertriebsingenieure“	336

BIBLIOTEKA GŁÓWNA
Politechniki Śląskiej

P

819/30