Zeitschrift: Illustrierte schweizerische Handwerker-Zeitung : unabhängiges Geschäftsblatt der gesamten Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe

Herausgeber: Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe

Band: 50-51 (1933)

Heft: 18

Artikel: Ist es möglich, mehr zu verdienen?

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-582708

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 27.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

nicht so. Das angeführte Schaltungsschema zeigt deutlich, daß die angebrachte Steckdose immer stromführend ist und der Schalter speziell für die Lampen-Leitung dient. Daher präsentiert dieser kombinierte Steckdosenschalter einen Licht-Schalter für sich und eine Steckdose für sich und bietet jedem Verwender dieses Schalters mit Steckdose eine willkommene Sache für die Haus-Installation.

Ist es möglich, mehr zu verdienen?

Wir veröffentlichen einige Originalkorrespondenzen, welche die Warenumsatz-Vermehrung in der Installationsbranche behandeln. Der interessante Inhalt der Artikelserie dürfte auch für die gesamte Baubranche Gültigkeit haben. Außer der folgenden Abhandlung werden erscheinen: „Die Handhabung des Verkaufes von Apparaten etc. im Installationsgewerbe." „Die Leistungsfähigkeit eines Installationsgeschäftes und deren Verwertung." „Wie sucht der Installateur neue Absatzmöglichkeiten?" Red.

Der Gewinn, den wir beim Verkaufe von Apparaten und Einrichtungsgegenständen, bei der Verwendung von Material jeder Art erzielen, macht im Allgemeinen einen großen Teil unseres Einkommens aus. Es kann uns also nicht gleichgültig sein, ob unser Warenumsatz zurückgeht oder nicht. Diese Bewegung läßt sich durch einfache Bilanz — dazu ist eine übersichtliche, wenn auch einfache Buchführung unumgänglich notwendig — feststellen. Zeigt sich nun, daß der Warenumsatz geringer geworden ist, dann schafft weder ein Radiergummi noch das ausgiebigste Jammern diese leidige Tatsache aus der Welt. In einem solchen Falle wird derjenige Installateur am schnellsten den Weg aus der Klemme finden, der dem allfälligen Übel zielbewußt zu Leibe rückt und wie ein routinierter Kaufmann vorgeht. Diese Angelegenheit muß kaufmännisch angefaßt und behandelt werden, weil sie den Warenhandel und nicht die Warenverarbeitung betrifft.

Wir müssen dabei systematisch vorgehen, wenn wir sicheren Erfolg haben wollen. Planloses Verbessernwollen, Organisieren, Rationalisieren und wie die verschiedenen Bekämpfungsarten geschäftlicher Schwächen genannt werden, taugen nichts, sondern bedeuten eine gefährliche Verschwendung wertvoller Kräfte. Was wäre demnach in Bezug auf die Gestaltung des Warenumsatzes — nicht des ganzen Betriebes — zu tun? Wir haben uns drei Hauptfragen zu beantworten und auf den gefundenen Antworten wird die „Kur" durchgeführt.

1. Welches sind die Gründe und Ursachen und wie ist die Natur des Umsatzrückganges, d. h.: Ist der Umsatz kleiner geworden, weil wir schlechte Ware geliefert haben (die Kunden fallen ab) oder weil wir uns nicht genügend bemüht haben (alte Kunden wollen gepflegt, neue müßten gesucht werden). Haben wir den Verkauf falsch gehandhabt? (Schlechte Bedienung, mangelhafter Kundendienst, unpassende Bedingungen). Ist der Rückgang reine Konjunkturfolge oder haben ihn eventuell bedeutende Preisabschläge verursacht?

2. Was bietet mein Geschäft und worin bestehen seine Leistungsfähigkeiten? Das heißt auf welchem Spezialgebiete habe ich die besten Arbeitskräfte, bin ich am besten eingerichtet (maschinell) und welche Abteilung läßt sich in dieser Hinsicht zweckmäßig ausbauen? Welche Mittel stehen mir zur Bekämpfung der Lage zur Verfügung (Geld, Ruf, Verbindungen)?

3. Welche Möglichkeiten bestehen zur Vergrößerung des Umsatzes, d. h. welches Absatzgebiet zeigt die meisten Aussichten auf Erfolg, wo finde ich die kaufkräftigsten Verbraucherkreise, wo besteht Nachfrage nach den Artikeln meines Faches?

Die Beantwortung dieser drei Fragen ist von größter Wichtigkeit, weil wir ein Übel zuerst kennen müssen, bevor wir es bekämpfen können; weil wir die Kräfte genau kennen müssen, die uns zu diesem Kampf zur Verfügung stehen und weil wir ein Ziel haben sollen, auf das wir steuern. Bei dieser Arbeit hat unser Vorgehen viel mit dem eines Feldherrn gemein, der ohne volle Klarheit über die drei Fragen nie wird erfolgreich operieren können. Zuerst müssen die mit der ersten Frage gefundenen Tatsachen ausgewertet, allfällige Fehler und Mängel ausgemerzt, neue Richtlinien für den Verkauf geschaffen werden. Nur durch die Abklärung dieser Fragen erhöhen wir die innere Leistungsfähigkeit unseres Betriebes, die dem äußeren Erfolge vorausgesetzt ist. Das auf die zweite Frage gefundene „Inventar" unserer Kräfte und Leistungsfähigkeiten ermöglicht uns, deren Auswertung im richtigen Maße zu bestimmen und sie vor allem nicht zu überschätzen. Gerade das ist wichtig, weil eine Überschätzung jeder Art Kraft stets zu einem Fiasko führt und dagegen wollen wir uns gerade wehren. Die dritte Frage bestimmt das Ziel, das wir uns setzen, um den Umsatz zu erhöhen und damit den Verdienst zu mehren. Wir müssen ein solches Ziel setzen, denn ziellose Wege sind mühsam, aufreibend und führen ins Leere.

Es macht den Anschein, als sei die vorerwähnte Planarbeit zu schwierig und vor allem nicht für unsere kleinen und mittleren Betriebe geeignet. Es macht aber nur den Anschein, denn in Wirklichkeit ist sie weniger schwer, weniger aufreibend als nutzloses Jammern und Grübeln. Sagen wir uns nicht immer, es nützt nichts, es ist doch nicht möglich. Strengen wir uns einmal ein wenig an zu ergründen, wie es doch möglich gemacht werden kann. Ich habe hier die Richtlinien gegeben, wie man dabei vorgeht. Es ist im Rahmen dieses Aufsatzes nicht möglich, auch noch die unzähligen Details der Wege und Möglichkeiten zur Vermehrung von Umsatz und Verdienst zu behandeln. Nehmen wir uns vorderhand die Mühe, an einem Abend mit Papier und Bleistift die vorerwähnten Fragen und Antworten gründlich durchzustudieren und festzulegen. Wir brauchen aber keine Zeit damit zu vergeuden, ein literarisches oder gar zeichnerisches Kunstwerk zu schaffen. Wichtiger ist, sich präzise Fragen zu stellen und diese präzise zu beantworten. Jedermann wird staunen, was man dabei alles findet. Und danach folgt das Wichtigste, die planmäßige Auswertung, die strikte durchgeführt werden muß. Ich werde in einem nächsten Aufsatz ausführlicher berichten, und wir werden bei richtiger Durchführung dieser Kur bald einen Erfolg im Geschäft, also mehr Umsatz und mehr Verdienst, feststellen können. sig. der Verkäufer.

Abonnements -Bestellungen werden von der Expedition jederzeit gerne entgegengenommen.