



20. 6. 28
3. 10. 28

Grundsätzliches über ein Konjunkturbarometer für Hausrat

I. Grundsätzliches

Es bedarf nicht eines besonderen Einblicks in das Wirtschaftsleben, um zu wissen, daß Marktbeobachtung im wesentlichen auf Grund statistischer Verfahren heute üblich, man könnte fast sagen, „Mode“ ist. Da wird man es einem praktisch wirtschaftenden Menschen kaum verdenken können, wenn er angesichts der Fülle des auf diesem Gebiet in Erscheinung Tretenden schon geneigt sein dürfte, mit seiner Kritik nicht zurückzuhalten und zu glauben, daß hier des Guten bereits zu viel geschehe.

Wie bei allen solchen Fragen würde eine solche Kritik recht und unrecht zugleich haben.

Zu beobachten, was auf dem Markt geschieht, ist bei allen, die am Markt interessiert waren, von jeher üblich gewesen. Daß der Markt im Laufe der Entwicklung der herrschenden Wirtschaftsform komplizierter und deshalb unübersichtlicher geworden ist, unterliegt keinem Zweifel. Die althergebrachten Marktnachrichten, wie man sie verstreut in Zeitungen und Fachzeitschriften findet, wie sie durch Reisende und durch die kaufenden Kunden selbst übermittelt werden, genügen nicht mehr und widersprechen einander, da sie meist an verschiedenen Orten und zu verschiedenen Zeiten gewonnen sind. Deshalb ist es durchaus verständlich, wenn versucht wird, den Markt systematischer zu beobachten, um dadurch die wichtigsten geschäftlichen Entscheidungen möglichst sicher zu fundieren.

Ziel und Zweck der Marktbeobachtung werden also kaum von irgend jemand in Frage gestellt werden, selbst wenn er seinen, in dieses Gebiet gehörigen Tätigkeiten bis jetzt nicht den Namen „Marktbeobachtung“ gegeben hat. Strittig ist nur die Frage, wie die Marktbeobachtung am zweckmäßigsten, d. h. für die Zwecke derer, die Marktentscheidungen zu treffen haben, möglichst dienlich, gemacht werden soll. Wer Grundsätzliches über diese Fragen zu lesen wünscht, den machen wir auf die soeben erschienene Abhandlung von Erich Schäfer „Grundlagen der Marktbeobachtung“, Verlag der Hochschulbuchhandlung Krusche & Co. Nürnberg 1928*) aufmerksam. Hier, wo es sich darum handelt, eine

bestimmte Art der Marktbeobachtung für einen bestimmten abgegrenzten Kreis von Marktobjekten erstmalig einer größeren Öffentlichkeit zu unterbreiten, müssen einige wenige grundsätzliche Bemerkungen genügen.

Die bisherigen Marktbeobachtungen sind entweder sehr genereller oder sehr spezieller Natur. Was wir darunter verstehen, wird sofort klar, wenn wir an die wesentlichsten Träger der Marktbeobachtung erinnern. Einerseits ist hier zu nennen das bekannte Institut für Konjunkturforschung in Berlin, dessen Beobachtungen im wesentlichen darauf hinauslaufen, die großen konjunkturellen Schwankungen der deutschen Gesamtwirtschaft zu beobachten und aufzuzeichnen. Als Gegenpol dieser Marktbeobachtung kann man sich den einzelnen Betrieb vorstellen, der in irgendeiner Form beobachtet, wie das von ihm vertriebene Produkt sich im Markt verhält. Da von dem genannten Institut naturgemäß nur die großen konjunkturellen und strukturellen Veränderungen des Marktes aufgezeichnet werden, ist es durchaus möglich, daß einzelne Gebiete der Wirtschaft eine völlig andere Bewegung aufweisen können, als sie dort als generelle gegeben wird. Allerdings, in den letzten Heften der „Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung“ hat auch das Institut für Konjunkturforschung den Weg beschritten, die Sonderbewegungen großer zusammengefaßter Industriegruppen innerhalb der allgemeinen Bewegung zu zeigen. (Vgl. z. B. Heft 4/1927 der „Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung“ Seite 14, wo ganz offenbar wird, daß wichtige Hauptgruppen in den beiden letzten Jahren Bewegungen genommen haben, die hinsichtlich der allgemeinen Schwankungen als ausgesprochene Eigenbewegungen angesprochen werden müssen.) Nun interessiert sich der Praktiker des Wirtschaftslebens naturgemäß zunächst, wenn nicht für seinen eigenen abgegrenzten Betrieb, dann doch für seine „Branche“. Das schließt natürlich das Interesse an einer betrieblichen Marktbeobachtung nicht aus, aber Marktbeobachtung vom Standpunkt des Betriebes aus wird in der Regel doch als nicht genügend empfunden, weil man nicht entscheiden kann, ob der Betrieb innerhalb der allgemeinen Entwicklung des

*) Zu beziehen durch den Verlag „Die Schaulade“ G.m.b.H., Bamberg 3.