

Rationelle Einkaufs-Organisation

Die nachstehenden Ausführungen entnehmen wir mit Erlaubnis dem Januarheft der Mitteilungen der Nitsche & Günther A.-G. und Emil Busch A.-G. in Rathenow. Der Aufsatz ist zwar in erster Linie für das optische Geschäft geschrieben, wird aber auch jedem Kollegen, der Optik nicht führt, von Nutzen sein und ihn zum Nachdenken anregen.
Die Schriftleitung.

Um die Frage: „Wie organisiere ich meinen Einkauf?“ richtig zu beantworten, müssen verschiedene ineinandergreifende Faktoren berücksichtigt werden, von denen die wichtigsten sind:

Beschränkung der Lagerhaltung und Uebersichtlichkeit der Geschäftsführung.

Diese beiden Hauptbedingungen werden bei dem gegenwärtig üblichen Einkaufssystem des Durchschnittsdetaillisten nur verhältnismäßig selten erfüllt, ja, wir möchten sogar sagen, in einem noch weit geringeren Maße, als es in den Vorkriegsjahren der Fall war. Nach Beendigung des Krieges herrschte in Deutschland wie auch in allen übrigen Ländern ein Warenhunger, dem unsere Industrie bei weitem nicht gewachsen war. Der Erfolg war, daß sich der Optiker nicht mehr auf seinen Hauptlieferanten beschränkte, sondern anfangs, mit jedem zu arbeiten, von dem er nur Ware erhoffen konnte. Die Qualität fiel zwar nicht so aus, wie er es bisher gewohnt war; sein Lager wurde recht bunt, aber die Lücken waren doch notdürftig ausgefüllt, und er konnte seine Kundschaft bedienen. Noch schlimmer wurde es, als die Entwertung ein rascheres Tempo annahm! Das eingenommene Geld mußte sofort in bar umgesetzt werden, wenn man es nicht völlig verlieren wollte. So gewöhnte es sich der Detaillist allmählich ab, sein Lager an bestimmten Terminen durchzusehen und entsprechend den vorhandenen Lücken seine Ergänzungsaufträge schriftlich an seinen Hauptlieferanten zu schicken. Er bestellte mehr oder weniger wahllos bei jedem Reisenden, was er gerade brauchte, und ließ diese Taktik allmählich zur Gewohnheit werden, ohne über die Folgen recht nachzudenken.

Das Beibehalten dieses Systems, das in den vergangenen Jahren noch einigermaßen berechtigt war, birgt jedoch für die heutige Zeit größere Gefahren in sich, als es auf den ersten Blick den Anschein hat. Zunächst die Lagerhaltung. Die verschiedensten Qualitäten sammeln sich binnen kurzer Zeit dort an, Qualitäten, von denen man leider oft nicht weiß, ob sie „gut oder böse“ sind. Erst die Verärgerung bei der Verwendung der Lagerbestände, oder aber das Fortbleiben dieses oder jenes Stammkunden belehrt, daß die Ware nicht das gehalten hatte, was einem von ihr versprochen worden war. Und wenn sich der betreffende Geschäftsmann selbst die Mühe nähme, die Qualitäten auszusortieren, könnte er sich gar nicht immer an seinen Lieferanten halten, denn wie viel Fabrikate kommen auf den Markt, die wohlweislich den Firmenstempel des betreffenden Herstellers oder Lieferanten nicht tragen und deren Herkunft daher nicht mehr ermittelt werden kann.

Aber auch in anderer Hinsicht wird eine solche bunte Lagerware plötzlich die verschiedensten Eigenschaften aufweisen. Z. B. soll der Scheibendurchmesser 40 mm betragen, und doch sitzt das genau kalibrierte Glas zu locker, oder aber ist im anderen Falle zu groß, so daß die Backe sperrt usw. Und nun erst die Reparaturteile! Die verschiedensten Fabrikate und Modelle haben sich angesammelt und bedingen ein unnötig großes Lager von Reparaturteilen, Schrauben und Werkzeugen, wenn man nicht pfuschen, sondern der Kundschaft fachmännische, einwandfreie Arbeit verabfolgen will. Material, Zeit und Geld werden vergeudet und belasten das Unkostenkonto. Niemand soll sagen, daß dies nur Kleinigkeiten sind, die nichts oder nur wenig ausmachen können. Jeder bedenke vielmehr, daß Brillen und Klemmer Bedarfsartikel sind, und daß viel Wenig doch ein Viel machen.

Es ließe sich hier noch manches ausführen, wie z. B. die direkten Verluste, die man durch die zu geringe Uebersichtlichkeit des Lagers erleidet, die Verführung zum Kauf unnötiger Ware durch die Muster-Kollektionen der verschiedenen Reisenden, die Komplizierung des Verkaufs und Verteuerung des Lagers durch Führung zu vielartiger Fabrikate, Qualitäten und Modelle, die Vergeudung von Arbeitszeit beim Einpassen nicht richtig normalisierter Reparaturteile und Brillengläser usw. Wir möchten uns jedoch darauf beschränken, nur noch zwei Punkte besonders herauszuheben. Es ist ganz klar, daß nur engstes Hand-in-Hand-Arbeiten zwischen Detaillist und Fabrikant beiden Teilen eine gedeihliche Entwicklung bringen kann. Zu verschieden sind jedoch die lokalen Verhältnisse an sich, wie auch die Anschauungen, Gewohnheiten und Geschäftsnöwendigkeiten, als daß sich der Fabrikant bzw. Lieferant auf die Bedürfnisse des betreffenden Detaillisten genügend einstellen könnte, solange es sich um eine lose, gelegentliche Verbindung handelt, bei der seinen Erzeugnissen nicht das genügende Verständnis und Interesse entgegengebracht werden kann. Denn der betreffende Detaillist lernt die tatsächlichen Eigenschaften der Ware nicht genügend kennen, solange er heute von diesem und morgen von jenem Lieferanten bezieht. Er wird sich mit einer äußerlichen Beurteilung der Ware oder mit den Angaben im Prospekt bzw. auf dem Etikett begnügen müssen, ohne eine als Wertmesser dienende Standardware zu haben.

Und nun zur letzten Frage: „Füllen Sie Ihre Zeit oder die Ihrer Angestellten nicht durch zu viele unproduktive Arbeit aus?“ Je mehr Lieferanten Sie haben, desto unständlicher und unübersichtlicher wird Ihre Geschäftsführung. Wieviel Zeit, Arbeit und Aerger sparen Sie, wenn Sie nur Ihre bestimmten Lieferanten haben — je weniger, desto besser für Sie — deren Lieferungs- und Zahlungsbedingungen Sie im Kopf haben, deren Ware, seien es Brillen, Feldstecher oder sonstige Artikel, und deren Geschäftsgewohnheiten Sie genau genug kennen, um sich hierauf einzustellen. Glauben Sie, daß auch dieses stets ein wesentlicher Faktor für Ihre rationelle und übersichtliche Geschäfts-Organisation sein wird!

Zusammenfassend möchten wir wiederholen, daß sich der zielbewußte, kaufmännisch richtig denkende Geschäftsmann möglichst schnell wieder den durch die Stabilisierung der Währung geschaffenen neuen wirtschaftlichen Verhältnissen anpassen soll, indem er sich einen möglichst kleinen Lieferantenkreis schafft, um seine Geschäftsführung denkbar rationell zu gestalten und sich einen nach jeder Richtung leichten Ueberblick zu sichern. Seine Parole muß sein: Je geringer die Unkosten und je besser die Qualität, desto größer der Gewinn und der Kundenkreis. Natürlich soll er die Umstellung nicht vornehmen, indem er sich kritiklos einen Hauptlieferanten wählt, sondern er soll zunächst redlich prüfen, wer ihm die größte Gewähr für beste Qualität und reelle Bedienung bietet. Hat der betreffende Lieferant sein Vertrauen gewonnen, dann soll er sich aber auch nicht wieder so leicht beirren und von seinem Wege abbringen lassen. Er soll sich wieder einen regelmäßigen Bestellungsstermin in jeder Woche setzen, zu diesem Termin sein Lager durchsehen und dann entsprechend den vorhandenen Lücken seinen Lieferanten über seine Wünsche und Bedürfnisse unterrichten. Steht er mit seinem Hauptlieferanten in genügend enger Fühlung, dann wird er auch immer darüber im Bilde sein, wie die Lieferungsverhältnisse bei ihm liegen, und er wird seine Bestellungen stets so rechtzeitig vergeben können, daß bei nicht umgehender Auftrags erledigung keine Gefahr einer zu starken Entblößung seines Lagers entsteht.