

zeigt, um Ware handeln, deren Wert nur einige Pfennige beträgt.

**Wenn Not an Mann ist**

Wie können wir uns nun aber helfen, wenn plötzlich ein ruckweiser Besuch der Kundschaft einsetzt? Die Kollegen, die in der Werkstatt noch Gehilfen oder Lehrlinge sitzen haben, sind dann gut daran, denn diese können sehr gut mit als Verkäufer tätig sein. Es ist daher vorteilhaft, wenn wir sie schon vorher mit der Einteilung des Lagers vertraut machen, damit sie auch wissen, wo die gewünschte Ware zu finden ist und sie nicht erst uns bei der Bedienung anderer Kunden mit Fragen stören müssen. Einen jungen Lehrling mit beim Verkauf zu beschäftigen ist nicht ratsam, da manche Kunden es nicht lieben, sich von „Stiften“ Ratschläge erteilen zu lassen. Aber zum Verpacken der Ware ist jeder Lehrling zu gebrauchen und hilft uns so, daß wir uns schon einem anderen Kunden widmen können. Diese Hilfe dürfte wohl auch als einzige für die Kollegen in Frage kommen, die keine weiteren Angestellten zur Verfügung haben, da ja das Aushilfspersonal keine Fachkenntnisse besitzt und uns dadurch nur zu leicht einen Kunden mit falschen Auskünften verärgern kann.

Aber auch die Geschäfte mit einem größeren Personal, die keine Hilfe einstellen wollen, können sich sehr gut dadurch helfen, daß sie entweder die Tischzeit verkürzen und dafür den Angestellten nach Weihnachten einen entsprechenden Urlaub bewilligen oder aber sie morgens etwas später kommen lassen, da dann der Geschäftsbetrieb noch verhältnismäßig ruhig ist. Auf diese Weise werden wir in den lebhaften Stunden immer die bestmögliche Personalbesetzung haben.

**An alle, die es angeht**

Nicht nur wir versprechen uns einen verstärkten Geldeingang vom Weihnachtsgeschäft, sondern auch unsere Lieferanten, seien es nun Fabrikanten oder Grossisten, hoffen, daß sich in dieser Zeit der Einzelhändler ihrer erinnert und ihnen Geld schickt. Wir dürfen nie vergessen, daß wir alle aufeinander angewiesen sind und daß wir auch in den Zeiten der Not von unseren Lieferanten erwarten, daß sie auf uns Rücksicht nehmen. Kollegen, die also den nötigen Geldeingang haben, sollen nicht das Geld bei der Bank oder Sparkasse ansammeln, sondern zunächst einmal ihren eigenen Verpflichtungen nachkommen. (1/644) Hb.

**Wann müssen Sie einkaufen?**

Die Kapitalknappheit zwingt jeden Geschäftsmann, sein Betriebskapital möglichst beweglich zu halten und es in der rationellsten Weise zu verwenden. Die größten Verluste an Betriebskapital erleidet man, wenn man bezüglich der Lagerhaltung falsch disponiert. Die schwierigste Aufgabe für den Kaufmann ist es, sein Lager in einem richtigen Verhältnis zum Umsatz zu halten. Über diese Lebensfrage des Uhrmachers haben wir wiederholt berichtet und Ratschläge gegeben. Die Kollegen, die uns gefolgt sind, berichten übereinstimmend, daß es ihnen gelungen ist, ihr Warenlager zu verringern, ohne der Kundschaft gegenüber weniger leistungsfähig geworden zu sein. Es wäre schon viel gewonnen, wenn alle unsere Kollegen die von uns empfohlene einfache Lagerstatistik einführen würden<sup>1)</sup>.

Nun wird dem Kollegen, der diese Statistik ein oder zwei Jahre geführt hat, bald eine Erweiterung wünschenswert erscheinen. Wenn man nämlich erst angefangen hat, tieferen Einblick in sein Geschäft, insbesondere in sein Lager zu nehmen, so erkennt man, wieviel Verluste durch gefühlsmäßiges Disponieren entstehen. Je schärfer und umfassender die Statistik, um so leichter ist das Disponieren und um so geringer die Verluste. Man wird sich natürlich davor hüten, die Statistik so ins einzelne zu treiben, daß sie unwirtschaftlich wird, weil sie zu viel Arbeit und Einrichtung erfordert. Es erscheint uns aber außerordentlich wertvoll, wenn man für die einzelnen Warengattungen eine besondere Statistik führt, weil diese Statistik uns unzweideutig sagt, in welchem Monat der größte Bedarf auftritt, wann wir deshalb für die entsprechenden Warengruppen disponieren müssen, um im gegebenen Augenblick gerüstet zu sein.

Durch die Freundlichkeit eines geschäftlich sehr tüchtigen Kollegen ist es uns möglich, unseren Lesern einmal einige praktische Beispiele für eine solche Statistik vor Augen zu führen. Der Kollege sandte uns seine

vollständige Statistik ein, die noch viel mehr Tabellen enthält, als wir hier veröffentlichen können. Die wenigen werden aber genügen, um unseren Lesern das Wesen dieser Statistik und ihren Nutzen klarzumachen.

Wann werden z. B. die meisten Trauringe gekauft? Über diese Frage haben wir uns vor einiger Zeit bereits anlässlich der Statistik über die Eheschließungen unterhalten. Abbildung 1 sagt uns nun ganz un-

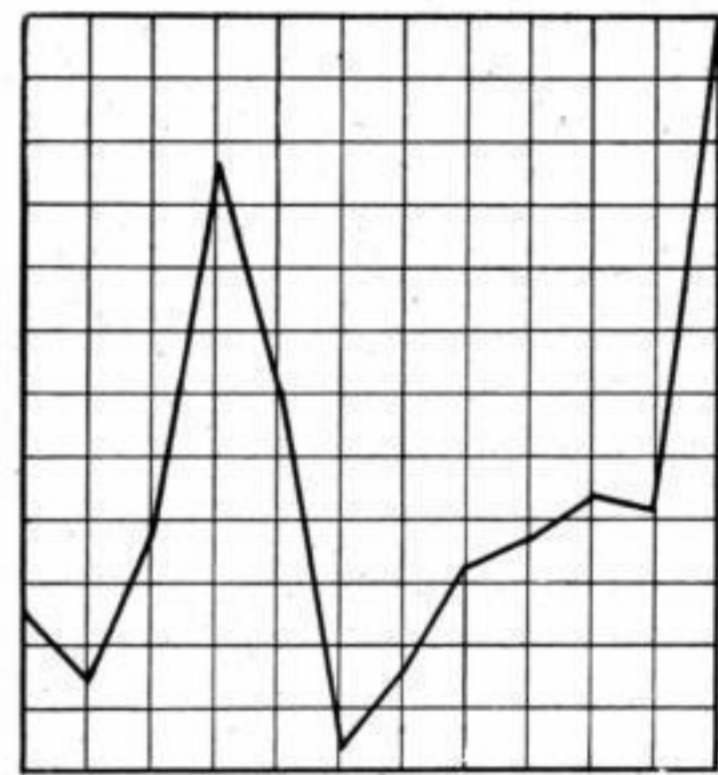


Abb. 1

zweideutig, daß im April und im Dezember die meisten Verlobungen stattfinden. Die wenigste Meinung, ein Verlöbnis einzugehen, besteht im Juni. Nach der Hochkonjunktur der Liebe im April und Mai folgt notwendigerweise eine Erschöpfung. Langsam steigt dann die Kurve an, um im Oktober schon eine beachtliche Höhe zu erreichen. Der Höchststand ist der Dezember, wie überhaupt der Dezember für unser Geschäft stets der Höhepunkt ist.

Den Verkauf in Taschenuhren zeigt uns Abbildung 2. Der Tiefstand ist im Februar, um im März erheblich zu steigen (Einfluß des Konfirmationsgeschäftes), um dann wieder ständig bis Juni zu fallen. Von da ab steigt der Umsatz gleichmäßig, um nach einem Rückfall im Oktober (Einfluß der Winteranschaffungen für Kleidung und Lebensmittel) wieder bis zum Dezember hochzugehen.

<sup>1)</sup> Diese einfachste Statistik kann jeden Tag eingeführt werden. Sie erfordert ganz wenig Arbeit und gibt wertvolle Ergebnisse. Die Einführung kostet nur Pfennige, da ein entsprechend liniertes Buch für diese Statistik vom Zentralverband der Deutschen Uhrmacher, Halle a. d. S., Königstr. 84, für 1,80 RM. zu beziehen ist. Bestellwort „Lagerstatistik“.