



## Wenn die Auswahlen wiederkommen

Es gibt wohl keinen Geschäftszweig, in dem das Auswahlwesen eine derartige Bedeutung hat, wie das Uhren- und Goldwarengeschäft. So richtig es ist und so selbstverständlich es gepflegt werden muß, darf es doch nicht ausarten und zu einem Mißstand durch Mißbrauch werden.

Kein noch so gut sortiertes Geschäft, das mit dem Publikum direkt verkehrt, kann alle Ansprüche befriedigen, denn selbst der vollkommenste Gegenstand muß oft durch den Wunsch des Kunden noch irgendeine andere Kurve haben, oder er sagt ihm in der Preislage nicht zu, oder der Kunde hat anderes gesehen und läßt sich davon nicht abbringen. Die Mannigfaltigkeit der Bemusterung durch die Industrie, insbesondere nach der dekorativen Seite, die dem Bestreben nach einer gewissen Normalisierung widerspricht, kann kein Detailgeschäft in vollem Umfang sofort folgen. Hier müssen sich Großhandel und Kleinhandel zur Hilfe im Bedarfsfalle die Hand reichen und es geschieht oft. Vom Kleinhandel gern in Anspruch genommen, vom Großhandel gern gegeben.

Aber auch dieser Bereitwilligkeit sind Grenzen gezogen durch das Kapital und den Kredit des Großhändlers, die sich in den kommenden Jahren kaum wesentlich erweitern können, da Kapitalneubildung fast ausgeschlossen ist und der Kredit durch Kredit des Kapitals auf den Kreditnehmer immer schärfer bedingt und enger gezogen wird. Diesen beiden Mängeln suchen viele Kleinhändler ihrerseits dadurch zu begegnen, daß sie, besonders zu Zeiten lebhafteren Geschäfts, zu Weihnachten und zu Ostern, Auswahlen fordern, die sie wohl als solche auswerten, mehr aber noch zu einer Vergrößerung des Warenlagers benutzen, bei der sie die gesamte Last und das Risiko dem Großhandel aufbürden. Das heißt, sie behalten die Ware wochenlang, geben sie erst nach Mahnung und vielleicht dann erst zum Teil zurück, mit der Bemerkung, daß der Rest „zur engeren Wahl“ behalten würde. Ganz merkwürdig ist dabei der immer gleichmäßig wiederkehrende Ausdruck „zur engeren Wahl“ wie auch die ebenso — für den Grossisten zum Verzweifeln — gleichmäßig lautende Schreibwendung „Nichtdienliches mit . . . retour“. Die Zurücksendung erfolgt erst nach dem Feste oder so kurz vorher, daß eine geschäftliche Verwertung der Ware nicht mehr möglich ist.

Ein ungeheuer totes Lager entsteht dadurch dem Großhandel, und wer hat Kapital oder Kredit genug, um von dem geschäftlichen „Glück“ dergestalt stark in An-

spruch genommen zu werden? Kurzfristige Auswahlen, präzise bestellt, wird der Großhandel jederzeit gern geben, aber zur Finanzierung des Geschäftes seiner Kunden, um die es sich bei dergestalt geschaffener „Kommissionsware“ handelt, ist er zusammen mit allen Volksgenossen zu sehr verarmt. Muß er sich doch schon für einen Teil des Uhreneinzelhandels langfristige Kredite für die gekaufte Ware besorgen, zu dem er allerdings durch seinerseits genommenen Kredit bei der Industrie befähigt wird. Nicht eine Bekämpfung der Auswahlen, sondern ihre gesunde Reform kommt hier in Frage.

Schon die Bestellung kann dem Lieferanten sehr viel Zweifel, Zeit und Sorge schaffen. Der Kunde schreibt bescheiden: „Schicken Sie mir eine kleine Auswahl Tula-Damenuhren“. Das sieht nach nichts aus, löst aber sofort folgende Fragen aus: „Anker, Zylinder,  $\frac{3}{4}$  Plat., Rips, Zugband Reliefblatt?“, denn von allen Uhrarten hat der Kunde schon Ware bezogen. Er bekommt von jedem etwas, und meist ist das, was er sucht, nicht dabei. Er verlangt dann eine zweite Auswahl, die dann erst etwas genauer beschrieben wird.

Das gleiche Beispiel kann man mit jeder Uhrenpackung anführen, und jeden Tag kommt es im Großhandel vor. Man kann nicht verlangen, daß der Uhrmacher sich anders ausdrückt, wenn er nicht darauf aufmerksam gemacht wird, wie viele Irrtümer durch seine allgemein gehaltene Bestellung entstehen können, die weder ihm noch dem Grossisten angenehm sind, und nur Ärger und Kosten machen. Einige wenige Punkte genügen zur Präzisierung: „Tula, Rips, Einkaufspreis ungefähr . . . RM.“ Dann bekommt er das Richtige. Da stark abweichende Formen (etwa  $5\frac{3}{4}$ “ und  $8\frac{3}{4}$ “) in gleicher Preislage in Frage kommen können, empfiehlt sich noch deren Erwähnung.

Bei dem ersten Wunsch des Großhandels, den Kunden richtig zu bedienen, kann man sich vorstellen, welchen Umfang eine gut sortierte Auswahl haben muß, wenn der Kunde auf einer Postkarte drei, vier verschiedene Arten bestellt, im Glauben, nur eine Kleinigkeit verlangt zu haben, da er ja nur eine Kleinigkeit behalten will. Das Preisverhältnis zwischen Aufwand und Erfolg ist in solchem Falle bedeutend und macht schlechte Stimmung, trägt auch vielleicht zu falscher Einschätzung des Kunden bei, die sich gegebenenfalls schlecht auswirkt.

Über das, was von einer Auswahl behalten werden müßte, gibt es keine Regel. Außer den Fragen der Geschäftslage und der richtigen Sortierung spielt natürlich