

Man denke nur an Dinge wie die einmalige Niederschrift zur Erfassung desselben Geschäftsvorfalles an mehreren Stellen der Buchhaltung. Man denke an das forlaufende Saldieren und was dergleichen Dinge mehr sind. Man denke bei der Kartei daran, welch hochwertiges und leistungsfähiges Werkzeug der Geschäftsführung aus dem alten simplen Kundenverzeichnis geworden ist.

Diese Mittel der Büroarbeit sind aber so beschaffen, daß sie nicht mehr einfach über den Ladentisch hinweg verkauft werden können. Es ist undenkbar, daß man in ein Bürobedarfsgeschäft geht, sich einige Buchführungsmaschinen vorlegen läßt, um dann eine zu wählen, einige tausend Mark an der Kasse zu zahlen und die Maschine mitzunehmen. Das liegt nicht etwa nur daran, daß es sich um Artikel handelt, die so teuer sind, daß man längere Zeit wählen muß, sondern am ganzen Charakter dieser Waren. Sie wollen in der Tat aus sachlichen Gründen auch unabhängig vom Preis sorgfältig geprüft werden. Wenn auch alle Rechenmaschinen rechnen, so ist doch das eine Modell mehr für diese Arbeit geeignet und das andere mehr für jene.

Das bedeutet aber nichts anderes, als daß der ursprüngliche letzte Verteiler — also der Bürobedarfhändler — diese neuen Waren nicht mehr mit seinen alten Verkaufsmethoden vertreiben kann; wie ich es vorhin ausdrückte, man kann diese Waren nicht mehr einfach über den Ladentisch hinweg verkaufen.

Die selbstverständliche Folgerung aus dieser Entwicklung scheint die zu sein, daß die entsprechenden Hersteller zum direkten Vertrieb ihrer Waren an den eigentlichen Verbraucher übergehen. Und tatsächlich arbeiten auch die entsprechenden Hersteller durchweg mit Verkaufsvertretern, die den letzten Kunden besuchen.

Hier hat also auf einem ganz anderen Gebiet die Entwicklung ebenfalls zu einer teilweisen Ausschaltung des Einzelhändlers als letzten Verteiler geführt. (Daß das allerdings für den Fabrikanten nicht die völlige Einsparung der Vertriebskosten des Einzelhändlers bedeutete, braucht man dem denkenden Kaufmann nur kurz in Erinnerung zu rufen. Die Vertriebskosten sind selbstverständlich höher, als wenn nur Wiederverkäufer bearbeitet werden.)

Welche Garantie ist aber dafür gegeben, daß dieser Zustand erhalten bleibt? Denn wenn der bisherige Einzelhandel mit seinen früheren Verkaufsmethoden gegenüber diesen neuen versagen muß, nun, warum soll er dann nicht diesen direkten Besuch beim Kunden selbst in die Hand nehmen, d. h. seinerseits dazu übergehen, als Vertreter zu arbeiten?

Tut er das, so hat er in vielen Fällen ganz entschiedene Vorteile auf seiner Seite, die der Fabrikant beim direkten Vertrieb nicht genießt; denn er ist bei zahlreichen Waren in der Lage, dem Kunden einen besseren Kundendienst angedeihen zu lassen als der Fabrikant.

Viele Industrieunternehmen liegen auch an kleinen Plätzen, an denen der Fabrikant von Büromaschinen unmöglich eine eigene Niederlassung mit Reparaturwerkstatt eröffnen kann. Er kann das nicht einmal in jeder Großstadt. Wohl aber ist ein Bürobedarfhändler, der sich entsprechend umstellt, in der Lage, allmählich eine Reparaturwerkstatt aufzubauen, die allen normalen Anforderungen gerecht wird. Dann aber hat der Kunde am kleineren und selbst mittleren Platz es nicht mehr nötig, eine Maschine in die Fabrik oder zur nächsten Großstadt in die dortige Reparaturwerkstatt der Fabrik zu schicken. Er kann sie an Ort und Stelle reparieren lassen.

Das Vorbild für eine solche Entwicklung ist allgemein bekannt. Es ist die Autoreparaturwerkstatt. Der Autobesitzer in der Kleinstadt denkt gar nicht daran, bei einem normalen Reparaturfall seinen Wagen in die nächste Fabrikniederlassung, geschweige denn in die Fabrik zu schicken.

Und der Einzelhändler sieht diesen Vorteil in zunehmendem Maße ein. Er kommt hinter dem Ladentisch hervor, tritt aus seinem Laden heraus und besucht den Kunden in seiner Wohnung und seinen Büros. Er verzichtet darauf, nur mit dem üblichen Ladenverkaufspersonal zu arbeiten, er stellt Außenverkäufer ein, die genau dasselbe tun und leisten, wie der Vertreter des Fabrikanten, und wenn bei dieser neuen Arbeit Tüchtiges geleistet wird, so kann dem Kunden oftmals — es wäre Torheit, sich darüber zu täuschen — durch den ortsansässigen Verkäufer mehr an Kundendienst geboten werden als durch den fernabsitzenden Fabrikanten.

Was ist also vorgegangen?

Es hatte den Anschein, als ob ganze Industrien — denn was ich hier am Beispiel des Bürobedarfs vorgeführt habe, gilt ebenso für viele andere Waren — endgültig zum direkten Vertrieb übergegangen seien, und zwar nicht aus Gemeinheit dem Einzelhandel gegenüber, sondern mit Notwendigkeit, weil die alten Vertriebsmethoden des Einzelhandels den neuen Waren tatsächlich nicht gerecht werden konnten.

Alle diejenigen jedoch, die diese Entwicklung beobachteten und triumphierend von einer fortschreitenden Ausschaltung des Einzelhandels sprachen, haben einen ganz schweren Fehler gemacht. Sie haben in ihre Rechnung einen beweglichen Fabrikanten eingestellt, der sich den veränderten Verhältnissen anpaßte, auf der anderen Seite aber stillschweigend einen völlig erstarrten Einzelhandel, von dem kurzerhand angenommen wurde, daß er sich nicht anpassen würde.

Er paßt sich aber heute an! Wer nicht blindlings in das Blaue hinein experimentiert, sondern scharfen Blickes nach den Anzeichen neuer Entwicklungen aus-

So

urteilen unsere Kollegen über die Verbandsstatistik:

„Die Statistik ist mir durch die Vergleiche so wertvoll geworden, daß ich sie nicht wieder missen könnte. Der geringere Umsatz würde mich krank machen, nur die Gewißheit, daß es allen Kollegen ebenso geht wie mir, daß es kein eigenes Verschulden ist, hilft mich über diese Zeit leichter hinweg.“

„Nach der neuen Buchführung und den Kassenzetteln ist es nicht schwer, den Fragebogen auszufüllen. Wir hätten uns früher schon damit befassen sollen, aber man sieht immer Schwierigkeiten, wo keine sind.“

Und Sie, Herr Kollege, warum stehen Sie noch abseits? Beteiligen Sie sich ebenfalls an der Statistik, nicht weil wir es wünschen, sondern weil es in Ihrem Vorteil liegt. Geschäftsbelebung trotz schwerer Zeit — sollte Ihnen das nicht der Mühe des Ausfüllens einiger Vordrucke wert sein? Wir warten auf Ihre Anmeldung!

Zentralverband der Deutschen Uhrmacher E. V.
Halle (Saale) Königstraße 84