



Worauf kommt es beim Einkauf an?

Vier wichtige Grundsätze. Von H. W. Tümena

Der Einkauf des Uhrmachers ist nicht nur eine fachliche, sondern vor allen Dingen eine kaufmännische Angelegenheit. Beim Einkauf muß unbedingt nach kaufmännischen Gesichtspunkten vorgegangen werden. Der Beweis dafür, daß der Uhrmacher dies nicht immer getan hat, ist leicht zu führen. Die vielen Ladenhüter, die sich seit Jahren in fast allen Läden angesammelt haben und die erhebliche Verluste verursachen, weil sie unverkäuflich geworden sind, sprechen eine deutliche Sprache.

Für den Einkauf sind feste Grundsätze aufzustellen, von denen unter gar keinen Umständen abgewichen werden darf. Der erste Grundsatz ist: Die Zahl der Lieferanten zu beschränken. Es darf nicht vorkommen, daß selbst ein kleines Uhrenfachgeschäft unzählige Lieferanten hat, sondern man soll mit einigen wenigen, aber leistungsfähigen Lieferanten zusammenarbeiten. Bei der Auswahl der Lieferanten bevorzuge man — im eigenen Interesse — nicht die Firmen, welche wohl einen sehr billigen Preis machen, aber eine qualitativ schlechte Ware liefern, sondern man soll lieber etwas mehr anlegen, dafür aber Qualitätsware führen, mit der man dem Kunden und sich selber viel besser dienen kann. Beschränkt man die Zahl der Lieferanten, so kann man dem einzelnen Lieferanten ausreichende Aufträge geben. Er hat dann ein größeres Interesse an dem Geschäft, und der ganze Betrieb wird übersichtlicher und das Sortiment klarer. Allerdings darf die Folge nicht sein, daß man nun jeden Vertreter, der kommt, aus dem Laden „herauswirft“, ihn nicht anhört und unfreundlich behandelt, denn das wäre ganz unkaufmännisch. Klüger ist es, sich über jedes Angebot zu informieren, aber trotzdem an dem Grundsatz festzuhalten, in der Regel Aufträge nur an bewährte Lieferanten zu vergeben.

Der zweite Grundsatz ist der, nicht alles zu führen, sondern das Sortiment weise zu beschränken. Man soll nicht jeden Artikel aufnehmen, etwa nur, weil die Konkurrenz ihn führt. Viel besser ist es, sich bewußt von der Konkurrenz zu unterscheiden und nicht mit jedem neu auftauchenden Artikel das Lager weiter zu überlasten, unübersichtlich zu machen und die Gefahr neuer Ladenhüter heraufzubeschwören. Wenn man schon glaubt, einen neuen Artikel einkaufen zu müssen, dann tue man dies nicht gleich in großen Mengen, sondern

zunächst in einer kleinen Auswahl, um zu prüfen, ob der Artikel überhaupt etwas für das Geschäft verspricht.

Der dritte Gesichtspunkt, der beim Einkauf beachtet werden muß, ist die richtige Gestaltung des Sortiments. Beim Aufbau des Sortimentes ist es vor allen Dingen wichtig, daß die einzelnen Preislagen deutlich voneinander unterschieden sind, daß also jede höhere Preislage in einer Warengruppe dem Kunden einen deutlich wahrnehmbaren Vorteil bringt. Es darf nicht sein, daß ein Zigarettenetui für 5 RM viel moderner und ansprechender aussieht als ein Etui für 10 RM, denn dann wäre es ja nicht möglich, den Kunden zu einer höheren Preislage zu bringen. Es muß schon beim Einkauf berücksichtigt werden, in welche Preisgruppe die einzukaufende Ware nach Aussehen und Qualität hineinpaßt. Sie muß gegenüber den Waren, die bereits am Lager vorhanden sind, „bestehen“ können. Es wird oft richtig sein, auch einmal ohne Rücksicht auf den Einkaufspreis die moderne, gut aussehende Ware in eine höhere Preislage zu bringen und die weniger ansprechende Ware entsprechend hinunterzuzeichnen, um den Verkauf zu erleichtern. Der richtige Aufbau des Sortiments ist von ausschlaggebender Bedeutung für die ganze Lagerhaltung. Es darf nicht durch einen neuen Artikel der ganze Sortimentsaufbau zerstört werden, sondern es muß immer die Möglichkeit bestehen bleiben, eine klare Gruppierung der Waren herbeizuführen, wobei Qualität, äußere Gestaltung und das Neuheitsmoment (Mode) in dem richtigen Verhältnis zum Verkaufspreis stehen, so daß eine Ware mit besserer Qualität, besserem Aussehen und modernerem Charakter einen höheren Preis besitzt als eine Ware mit weniger guter Qualität, weniger ansprechendem Aussehen, die weniger modern ist. Daher ist beim Einkauf nicht in erster Linie an den Einkaufspreis, sondern an den Verkaufspreis der Ware zu denken.

Bei Uhren darf natürlich nicht außer acht gelassen werden, daß die höhere Qualität des Werkes sich nicht immer mit einem gefälligeren Aussehen paart, in solchen Fällen wird man die Ware zunächst nach der Qualität des Werkes und dann nach dem Aussehen zu gruppieren haben.

Der vierte Gesichtspunkt, der beim Einkauf berücksichtigt werden muß, ist der: nur Waren kaufen, die auch verkauft werden können. Das bezieht sich