

pflichtungen im Bilde ist und auch seinem Kunden Auskunft geben kann:

Tag	Firma	Bestellung	Wert RM	ausgeliefert		
				am	am	am
2. 5.	Tüchtig	12 Wecker 2 Tischuhren	36,- 70,-	20. 5.		

Der neunte Grundsatz: Bestellen Sie die richtigen Mengen!

Eine wichtige Regel der Lagerpolitik lautet: kleines Lager, großer Umsatz. Wer diese Regel nur oberflächlich beachtet, wird den Fehler machen, allzu kleine Mengen zu bestellen. Er wird dann bald merken, daß ihm die Einkaufsvorteile einer größeren Menge entgehen und dennoch sein Risiko sich nicht wesentlich verringert hat. Die Kunst des klugen Einkäufers besteht darin, den richtigen Mittelweg zu gehen. Er wird seine Statistik befragen, die ihm sagt, daß er in einer bestimmten Zeit eine bestimmte Menge an Stapelartikeln verkaufen kann und daß daneben die „ausgefallenen“ Waren nur immer in wenigen

Stücken abseßbar sind. Danach macht er sich seinen Plan. Er nimmt jeden Einkaufsvorteil wahr — ohne allerdings ein unvertretbares Risiko sich aufzubürden. Dabei verteilt er seine Aufträge so geschickt, daß möglichst viele Waren zusammen geschickt werden können und sich dadurch die Versandkosten verringern. (Kleinvieh macht auch Mist!) Wenn man dann noch die eingehenden Rechnungen mit Skonto reguliert, dann hat man beim Einkauf schon einen Vorsprung, der sich bestimmt im größeren Ertrag auswirkt.

Der zehnte Grundsatz: Studieren Sie die Modeentwicklung, so daß Sie keinen absterbenden Artikel einkaufen!

Dieser letzte Grundsatz ist wohl schwierig in der Praxis zu verwirklichen, aber er ist so wichtig, daß er eigentlich an die erste Stelle gehört. Viel Geld wäre erspart worden, wenn dieser Grundsatz immer beobachtet worden wäre. An einem praktischen Beispiel läßt es sich leicht erklären: Wieviel unverkäufliche Choker haben Sie noch am Lager? — Etwa 10 Duzend. — Wann haben Sie diese eingekauft? — Gerade als Choker ganz modern und ein großer Schlager waren. Jeder trug damals Choker. — Das war eben der große Fehler! Der Artikel wurde zur großen Mode. Jeder kaufte, der Bedarf war also in ganz kurzer Zeit vollkommen gedeckt. Und in diesem Zeitpunkt kauften Sie. Glaubten Sie etwa, daß eine Dame zu gleicher Zeit sich zwei Ketten um den Hals hängt? — Nein. — Also durften Sie nicht mehr große Mengen disponieren, wenn der Artikel gewissermaßen seinen höchsten Stand erreicht hatte. So ist es mit allen Modeartikeln. Wird der Artikel schnell zum Schlager, dann ist er viel

früher erledigt als ein Artikel, der sich nur langsam den Markt erobert. Einen solchen „langsamen“ Artikel können Sie immer wieder nachkaufen, beim großen Schlager müssen Sie vorsichtig sein, wenn nicht die Nachbestellung das Heer der Ladenhüter vermehren soll. Bei Uhren ist dies meist ganz anders. Denken Sie z. B. an den „Lautlos“. — Um den haben sich die Kunden noch nicht gerissen. — Ein Beweis also, daß dies ein Artikel auf lange Sicht ist, der zum ständigen Artikel werden kann und nicht von heute auf morgen verschwindet, denn es vergeht viel längere Zeit, um den Bedarf zu decken. Studieren Sie also die Kurve Ihrer Artikel: Steigt sie steil in die Höhe, dann ist Vorsicht geboten; geht es langsam, dann ist gegen ein Nachkaufen im allgemeinen nichts einzuwenden.

Zehn Grundsätze für den Einkauf — zehn schwierige Fragen für den Uhrmacher! Aber, der mulige Geschäftsmann wird an sie tapfer herangehen, und sein Einkauf wird dadurch kaufmännischer und erfolgreicher! (I/721)

Nichtrostender Stahl für Uhrgehäuse

Aus dem „Journal Suisse d'Horlogerie et de Bijouterie“, Neuchâtel, veröffentlichen wir diesen interessanten Beitrag, dessen Bilderschmuck¹⁾ im Hinblick auf die schon bemerkenswerte Verwendung von „Staybrite-Stahl“ und dem Kruppschen V 2 A-Stahl besondere Aufmerksamkeit zukommt.

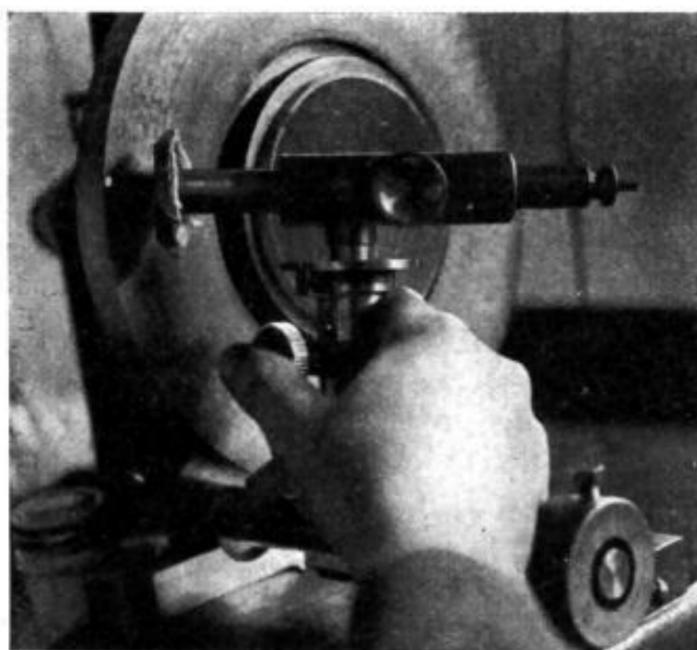


Vor kaum drei Jahren hätte niemand die Bedeutung voraussagen können, die heute diesem neuen Metall oder, besser gesagt, dieser neuen Legierung in der Herstellung von Uhren und Schmucksachen zukommt. Wer hätte eine solche Entwicklung, die

vielleicht ganz neue Wege in die Zukunft zeigt, voraussehen können?

Heutzutage darf zwar mit Sicherheit angenommen werden, daß alle unsere Industriellen einigermaßen den

1) Fotos aufgenommen in Werkstätten der Firma Wenger Frères in Genf.



Schleifen und Polieren der Facetten: „Lapidé“

Stahl Staybrite kennen. Den Laien — wenn es solche noch gibt — wollen wir immerhin sagen, daß diese Legierung 18% Chrom und 8% Nickel enthält.