

Rationalisierung im Einzelhandel

Von Oberregierungsrat a. D. Dr. Tiburtius

Ueber Rationalisierungsmöglichkeiten und -vorgänge im Einzelhandel sprechen, heißt aus dem Bereiche technisch geklärter Exaktheit, die Ihnen soeben vorgeführt wurde, in das Gebiet des mehr Problematischen, teilweise aus der Wirklichkeit in das nur Wünschenswerte und Mögliche übergehen.

Sie haben in dem ausgezeichneten Referat des Herrn Vorredners gehört, wie häufig sich der bestfunktionierende technische Scharfsinn von Ingenieuren und Fabrikanten totlaufen muß, wenn der Abnehmer der Ware die Ergebnisse dieses Scharfsinns nicht auf seine persönliche Bedürfnissphäre zu übertragen geneigt ist. Gerade im Einzelhandel wird sich zeigen, welcher ökonomische Wirkungsgrad den Ergebnissen der Rationalisierung in den ihm vorgelagerten Stadien der Wirtschaft, insbesondere in ihrer technischen Form, in der Typung und Normung der Warenherstellung zurzeit zuzuerkennen ist. Von der Auswirkung dieser Bestrebungen im Einzelhandel zu sprechen, bedeutet eine Prüfung der Frage, wie die Umbildung der Herstellungsmethoden für den größten Teil der deutschen Fertigware, der ja durch den Einzelhandel seinen Weg zum Verbraucher nimmt, auf den Absatz eingewirkt hat. Der Einzelhandel muß seine Stellung im Gesamtverlauf der Wirtschaft funktionell richtig begreifen, die ihn dazu bestimmt, die Wirtschaft mit ihren außerwirtschaftlichen Voraussetzungen, mit der Persönlichkeit des Verbrauchers und seinen Bedürfnissen in Verbindung zu halten.

Es ist vielleicht verständlich, wenn der Begriff der Rationalisierung in Einzelhandelskreisen bisher vielfach mit einer zu weit gehenden Skepsis behandelt worden ist, weil in der bisherigen Erörterung die technischen Seiten dieses Problems vielleicht zu sehr im Vordergrund gestanden haben. Der Einzelhandel ist nicht in der Lage, wie die Industrie mit einem technisch berechenbaren Werkstoff zu arbeiten, seine Aufgabe ist nicht die Herstellung und Umformung von Gegenständen, sondern deren Absatz an lebendige Menschen. Die Regeln seiner Arbeit sind daher stark durch den irrationalen Faktor bedingt. Er beobachtet ständig die Vorgänge und Gründe des Absatzes und Nicht-Absatzes von Waren und die Wirkungen, die der Gebrauch von Waren beim Kunden hervorruft. In dieser Mannigfaltigkeit stellt der Händler die vorhandenen Tendenzen der Wiederholungen und Regelmäßigkeiten fest und entwickelt so allmählich im scheinbar irrationalen Bereich die rationale Beherrschung der Zusammenhänge.

Das Grundgesetz für die Entwicklung des Einzelhandels zu wirtschaftlicher Rationalisierung ist naturgemäß die uralte ökonomische Regel des „geringsten Aufwandes zum größten Ertrage“ gewesen. Alle wirtschaftliche Rationalisierung besteht, auf kürzere oder längere Frist gesehen, in der Abwandlung dieses Prinzips. Sein Geltungsbereich ist zunächst die privatwirtschaftliche Führung des einzelnen Betriebes. Mit volkswirtschaftlichen und staatswirtschaftlichen Maßstäben gemessen, kann man daneben, in der Zeit der korporativen Willensbildung, auch den Zusammenschluß der einzelnen Handelsgruppen zu Verbänden als Stufe der Rationalisierung anerkennen. Sie fördert die statistische Erfäßbarkeit der Tatsachen und Vorgänge innerhalb der fachlichen und territorialen Gruppen des Berufsstandes und schafft die Voraussetzungen für seine Eingliederung