

Das geht

Der Papier-Algorithmus

Adalbert Schmaus hat eine Flatrate erfunden: für Büromaterial.

Text: Jakob Vicari

Foto: Silvio Knezevic

- Adalbert Schmaus legt zwei Textmarker auf den Tisch. Einen einfachen gelben, er trägt das Logo von Schmaus und kostet 30 Cent. Und einen des Marken-Herstellers Stabilo, den Schmaus für 1,20 Euro verkauft. „Welchen Stift würden Sie nehmen?“, fragt er. Schmaus weiß, fast alle greifen zum billigen Stift. Bisher verdient der Bürohändler mit ihnen sein Geld. Er lässt ihn in Südafrika herstellen und verdient an jedem 30-Cent-Marker mehr als am Markenprodukt von Stabilo.

Doch das soll sich ändern, denn der Mittelständler aus dem sächsischen Hartmannsdorf hat beschlossen, der ehrlichste Bürohändler Deutschlands zu werden.

Auf dem Markt der billigen Marker kann er nicht mit den Branchenriesen mithalten. Aber mit seinem Wissen über sparsame und verschwenderische Besteller kann er seinen Kunden beim Sparen helfen. Daher stellte er sein Geschäftsmodell auf den Kopf: Er verkauft nicht mehr Büromaterial, sondern die Dienstleistung, stets ausreichend Material zum besten Preis zu liefern – zu einem festen Preis. Schmaus entwickelte die Stifte-Flatrate.

„Eigentlich müsste man fragen, wie lang die Linie der beiden Stifte ist“, sagt Schmaus, „ich erfinde jetzt mal das Wort Nutztinte.“ Und nach Nutztinte betrachtet, ist der teurere Stift überlegen. Denn mit

ihm lässt sich mehr markieren fürs gleiche Geld. Ganz einfach, weil mehr Tinte drin ist. Wäre er als Unternehmensberater gefragt, müsste er zum Stabilo-Stift raten. Denn der ersetzt locker fünf oder sechs der billigen Marker.

So will Schmaus für seine Kunden zu einer Art Wegweiser durch die Welt der 350 000 Büroartikel werden, die es auf dem Markt gibt. Zudem liefert er alles, was ein Büro sonst noch braucht, vom Plüsch-Werbepörschen bis zum Kaffee. Was andere abfällig Kleinteile nennen, ist zu seinem Spezialgebiet geworden.

Schmaus ist 56 Jahre alt und keiner, der laut in den Kampf zieht. Er ist einer, der mit Leidenschaft aus dem Stegreif über die Vorteile verschiedener Ablagesysteme referieren kann. Als Händler verkauft er Ordner und Registraturen. Selbst setzt er auf die Lose-Blatt-Ablage, die spart nämlich Ordner und Zeit. Manchmal verzweifelt er daran, dass Kunden solche Vorteile nicht erkennen.

Sein erster Blick richtet sich nicht auf den Bedarf. Zuerst schaut er in die Kostenrechnung, wie viel die Büroartikel kosten. „Dann machen wir ein Angebot, das man nicht ablehnen kann.“ Mit seiner Flatrate verkauft Schmaus nicht möglichst viel, sondern sorgt selbst für die sparsamste Lösung. Etwa den langlebigen Textmarker.

Dabei hilft ihm eine junge Wirtschaftsmathematikerin, die er gerade eingestellt hat. Anita Gläser entwickelte in ihrer Doktorarbeit die Formel für die Stifte-Flatrate. Mit der Formel lassen sich Bedarf und Kosten kalkulieren, je nach der Mitarbeiterzahl, dem bisherigem Verbrauch und der Lieferfrequenz. Schmaus wird fürs Sparen bezahlt, nicht für den Verkauf von möglichst vielen Stiften. Letztlich profitiert auch er davon. Adalbert Schmaus bezahlte die erste Industrie-Promotion von Hartmannsdorf. Drei Pilotkunden haben es schon ausprobiert.

Die Familie Schmaus produzierte in der ehemaligen DDR Textilien. Doch der Junior studierte Fahrzeugbau, wurde ein Fan des Just-in-time-Modells. 1985 wurde

er Nachfolger des Vaters im verstaatlichten Familienunternehmen. Fortan strickte Schmaus Kinderstrumpfhosen für den Westmarkt. Das Material war in der Mangelwirtschaft immer knapp. Da lernte er, wie wertvoll gute Planung ist.

Seitdem ist Schmaus gewachsen: 50 Mitarbeiter beschäftigt er und macht acht Millionen Euro Umsatz. Wenn er die Belieferung übernimmt, räumt er den Keller seiner neuen Kunden aus. Er befreit sie von den fehlbestellten Altlasten, den vermeintlichen Sonderangeboten der Vergangenheit. Der Einkauf läuft für die Zweigstellen und Abteilungen seiner Kunden nicht mehr zentral. Übers Internet kann jeder Mitarbeiter seine Büroartikel bestellen. Geliefert wird gesammelt einmal die Woche.

Adalbert Schmaus erzieht die Mitarbeiter zur Sparsamkeit

„Am Anfang der Flatrate bunkern die Leute noch“, sagt Schmaus, „aber was macht die Sekretärin, wenn der Schrank voll ist?“ Er erkennt genau, wo die Farbtonersünder sitzen, wo zu viele Scheren verbraucht werden oder Klebestifte verschwendet. Wo so etwas auffällt, fragt er nach. Und erzieht so die Mitarbeiter zur Sparsamkeit. Besonders auf verwaltungsintensive Kunden zielt Schmaus, auf Banken, Großkonzerne, Verwaltungen. Auch eine erste Stadtverwaltung setzt testweise auf die Büro-Flatrate.

Die Dissertation zum Thema beschäftigt sich vor allem mit der Frage, wie man die Zu-viel-Verbraucher erkennt. „Unser gemeinsames Ziel ist die Senkung des Pro-Kopf-Verbrauches sowie die Senkung der Prozesskosten“, sagt er, und er sagt es so freundlich, dass man ihn nicht für den verlängerten Arm des Controllers hält. „Wer eine Ausschreibung mit langen Bedarfslisten macht, wird immer mehr bezahlen“, sagt Schmaus. Jetzt zieht er los, weitere Unternehmer für sein Modell zu gewinnen. „Eine Sekretärin zu bezirzen ist leichter.“ ■



*Wer rechnen kann, ist klar im Vorteil: Die Mathematikerin Anita Gläser entwickelte für Adalbert Schmaus die Formel für die Büro-Flattrate.
Weitere Informationen: Schmaus GmbH, Ernst-Lässig-Straße 3, 09232 Hartmannsdorf; 037 22/60 88-0; info@buero-schmaus.de; www.buero-schmaus.de*