

## Die Sache mit dem Lover-Bier

In der Literatur über das Funktionieren von Strukturen und Systemen gibt es das Fallbeispiel «Lover-Bier». Beim «Lover-Bier» handelt es sich um ein Spezialbier, das eine kleine, aber konstante Nachfrage hat. Durch die Erwähnung in einem populären Song verdoppelt sich plötzlich die Nachfrage, bleibt dann aber wieder konstant auf dem Doppelten. Am Beispiel des je isolierten Handelns eines Einzelhändlers, eines Grossverteilers und der Brauerei wird dann ersichtlich, warum am Ende der Einzelhändler und der Grossverteiler auf hoffnungslos zu hohen Lagerbeständen sitzen und die Produktion der Brauerei zusammenbricht und der Marketingleiter der Brauerei kündigt. Die Lieferfristen von einigen Wochen zwischen der Bestellung des Einzelhändlers beim Grossverteiler und des Grossverteilers bei der Brauerei führen dazu, dass erstere nach der Nachfrageverdopplung immer mehr in Lieferschwierigkeiten kommen und deshalb ihre Bestellungen laufend über den effektiven Bedarf hinaus erhöhen. So soll der Rückstand bei den Lieferungen aufgeholt werden. Als dann diese Mengen geliefert werden, können sie - trotz doppelter Nachfrage - nicht abgesetzt werden. Der Einzel- und der Grosshändler sitzen auf ihren Lagern und bestellen kein Lover-Bier mehr, was die Produktion in der Brauerei zusammenbrechen lässt.

### Weitersagen, bitte

Das Fallbeispiel dient dazu, sich zu überlegen, wie diese Kettenreaktion hätte vermieden werden

können. Eine Kernerkenntnis dabei ist, dass einiges besser gelaufen wäre, wenn die drei Beteiligten, also der Einzelhändler, der Grossverteiler und die Brauerei nicht einfach nur für sich agiert und reagiert hätten, sondern sich zumindest überlegt hätten, wie die andern reagieren würden und ihre Information weitergegeben hätten. Wenn z.B. der Einzelhändler dem Grossverteiler mitgeteilt hätte, dass die Nachfrage nach der Verdopplung wieder konstant blieb, wäre das für diesen und natürlich auch für die Brauerei eine sehr bedeutende Information gewesen und hätte den Schaden bereits grösstenteils verhindert.

### Gut für andere

Die Überlegungen zum Lover-Bier haben nicht nur bei Bier Gültigkeit. Es fehlt weder an Literatur dazu, noch an Volksweisheiten «me mues halt rede mitenand». Trotzdem leben gerade heute Heerscharen von Beraterinnen und Beratern davon, dass sich die Menschen, unabhängig von ihrem Wirkungskreis, ihrer Stellung und der Art ihrer Arbeit weitgehend so verhalten wie der Einzelhändler und der Grossverteiler beim Lover-Bier.

### Handeln, statt reden

Beim Kästchendenken ist eine Forderung erfüllt, die sonst gerne auf der Strecke bleibt: Handeln statt reden. Beim Kästchendenken wird vor allem gehandelt, die MacherInnen haben hier die Nase

vorn. Dazu bekennen tut man sich lieber nicht. Das ist nicht nur in der Wirtschaft so.

### **Angewandte Theorie**

Dass alles schön in seinem Kästchen bleibt, war auch das Bestreben der massgebend Beteiligten bei der Vorbereitung der Revision des Arbeitslosenversicherungsgesetzes AVIG, dessen Entwurf zur Zeit in der Vernehmlassung ist. Der Verband schweizerischer Arbeitsämter VSAA wollte das bestehende Gesetz einen Schritt weiter entwickeln und der Prävention ein grösseres Gewicht geben. Im heutigen Gesetz ist z.B. der frühestmögliche Zeitpunkt, in dem vom AVIG her etwas getan werden kann, dann, wenn jemand von Arbeitslosigkeit bedroht ist, es also schon recht spät ist. Da heute verbal unbestritten ist, dass eine frühzeitige Weiterbildung und Weiterqualifikation die beste Prävention gegen Arbeitslosigkeit ist, wollte der VSAA u.a. in diesem Bereich eine höhere Verbindlichkeit für ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen erreichen.

### **Zurück zur Praxis**

Im Entwurf ist davon nichts zu finden. Das gehört ins Kästchen Bildungspolitik und nicht ins Kästchen Arbeitslosigkeit. Darin sind sich sogar die Sozialpartner einig.

Praktisch alle Untersuchungen zeigen, dass sich

rund 40 Prozent der Erwerbstätigen regelmässig weiterbilden und 60 Prozent für die Weiterbildung nichts tun. Man weiss auch, dass Leute, die sich regelmässig weiterbilden, ein kleineres Arbeitslosigkeitsrisiko haben. Der Zusammenhang ist offensichtlich. Trotzdem sollen Bildungspolitik und Arbeitslosigkeit schön getrennt bleiben. Auf dass beide schön für sich agieren und reagieren. Wie der Einzelhändler, der Grossverteiler und die Brauerei beim Lover-Bier.



*Ruedi Winkler, Direktor*