

Das kaufmännische Seitenstück zu Rembrandt als Erzieher

Benno Jaroslaw, Ideal und Geschäft

brosch. M 4.—, geb. M 5.— kann ich vorläufig nur noch bar liefern

Der „Berliner Bund“ brachte aus der Feder seines Redakteurs
3 Feuilletons, von denen ich im Auszug folgende Sätze mitteile:

Das Volk der Dichter und Denker

Wer die Entwicklung Deutschlands verfolgt hat, weiß, daß der „Wille zur Macht“ sich auf allen Gebieten durchgesetzt hatte, daß das Ethos in manchen Fällen zu kurz kam und daß ein forsches Draufgängertum die wahre Blüte höherer Lebensauffassung oft rücksichtslos unter die Füße trat. Der Geschäftssinn brutalisierte vielfach die feineren Empfindungen des modernen Deutschen. Denn dieser Geschäftssinn, den man dem „Volk der Dichter und Denker“ einst abgesprochen hatte, war nach der Gründung des Reiches mit Ulgewalt aufgeschossen und ist dann von dem regsamen und intelligenten Volke methodisch und kraftvoll entwickelt worden. Die Pflege der Ideale litt darunter. Nicht jenes abgegriffene Bierbankideal ist gemeint, dessen Kleingeld die Phrase ist, sondern die Pflege einer höheren Auffassung des Berufes, einer ethischen Einschätzung der materiellen Betätigung im Kampf ums Dasein und im Wettlauf nach dem Reichtum. Heute sehen wir nun die verheißungsvollsten Ansätze zu einer „Umwertung aller Werte“ auf dem Gebiete des deutschen Wirtschaftslebens nach Geltung ringen, glücklicherweise noch ehe der Krieg als Panacee zweifelhafter Art hereingebrochen ist, denn sonst wäre dem Nimbus, den der Krieg als Regenerator der Völker genießt, wieder eine neue Aureole zugewachsen.

Ein Zeichen der Selbstbesinnung

Als Zeichen dieses „Sich auf sich selbst Besinnens“ liegt heute ein Buch vor uns, so wirr und traurig, aber auch so eigenartig, geschickt und kühn, wie wir lange keins in die Hand bekommen haben. Ideal und Geschäft ist es überschrieben und nennt als Verfasser Benno Jaroslaw. Das ist ein unheimlich belebender, lebhafter, gedankenreicher Mensch, ein Mann, der mit Kaufmanns- und Menschheitsidealen handelt wie ein Kolporteur mit Schnürriemen und Rosenkränzen. Er überschüttet den Leser mit einer Fülle von Ein- und Ausfällen, spricht vom Kaufmannsberuf, sozialer Ethik, Schiller, Wirtschaftssystemen, Preistagen des Mittelalters, Kulturarbeit und ihrer Beziehung zur wirtschaftlichen Arbeit, von Geschäftslügen und Prima- und Sekundaqualität, von der Psychologie des Käufers, Zuteilimport und Friedrich Nietzsche, von Cash-Register und Omnibuskultur, Hansabund und Kunstwein, von der Bilanz des Nationalvermögens und Geschäftsmoral, vom Kulturideal eines höheren Geisteslebens und Nährwertstabellen, von dem Wirtschaftsgeist, den Jesus lehrte, und der Steigerung des technischen Güterverhältnisses als Lebensaufgabe — kurz, ein Buch, das kein in sich abgeschlossenes Werk ist, nicht übersichtlich gegliedert und methodisch entwickelt erscheint, aber eine unendliche Fülle von Anregungen u. Werturteilen enthält, die sämtlich der klaren Erkenntnis entspringen sind, daß zwischen Ideal und Geschäft eine unlösliche Verbindung bestehen muß, daß der Kaufmann so wenig wie ein anderer, noch weniger

vielleicht, der ethischen Erfassung und Wertung seines Berufes und seines Lebens entbehren kann. Niemand hat die Lektüre dieses Buches nötiger als der „moderne Geschäftsmann“, ein Buch, das ihm Dinge wie Kaufmannsmoral, Wirtschaftsideale und allgemeine Kulturfragen näherbringen will.

Die Firma Ideal und Geschäft

Wenn man verlangen wollte, daß wir als „Detailist“ nur die Ansammlung von Dingen etikettieren und mit Preisverzeichnis versehen sollten, die Jaroslaw vorlegt, so müßten wir uns bankrott erklären, ehe noch die Firma „Ideal und Geschäft“ im Handelsregister der Literatur eingetragen wäre. Es ist schlechterdings unmöglich, einen richtigen und hinreichenden Überblick über den Inhalt dieses interessanten Buches zu geben, das als ein Beitrag zur Kulturgeschichte und als Symptom einer Neugeburt des kaufmännischen Deutschland zu hohen Zielen von unanschätzbarer Bedeutung ist, so oft man auch versucht ist, ein Ausrufe- oder Fragezeichen an den Rand der vom Autor aphoristisch mit Marginalnotizen und Spizmarken versehenen Seiten zu setzen.

Wir wünschen uns mehr solche Narren

Gegen Schluß hebt sich die Darstellung zu großzügigen Erörterungen über Wirtschaft und Kultur, die in den Sätzen vom Konstruktionsproblem der Kulturwirtschaft ihren stärksten Ausdruck finden. Es sind hier rationell ökonomische Fragen angeschnitten, deren Beantwortung wir nicht übernehmen möchten. Auf der letzten Seite des Buches erwartet den Leser noch eine Überraschung: der Verfasser wächst ins Transzendente. „Kulturwirtschaft“ — schließt Benno Jaroslaw sein geistvolles, von Ethos getragenes Buch, das als Aufforderung an die Jungkaufmannschaft ausklingt — „Kulturwirtschaft, das ist das erlösende Wort, das die Welt unserer Ideale und die Welt unserer Geschäfte versöhnt, ist ein Wort, das „sie sollen lassen stahn“, es gehört zu den Postulaten, die, einmal ausgesprochen, unmittelbare Überzeugungskraft haben, die wohl überhört, aber nicht widerlegt werden können.“ „Mein Buch will nicht gelesen, sondern gelebt sein. An die Arbeiten und Kämpfe erinnerte ich, die derer warten, die es leben wollen. Eher noch müßte ich von den Enttäuschungen und Verbitterungen reden. Denn darüber soll sich doch niemand von Ihnen im unklaren sein: Mit dem Augenblicke, wo Sie Ernst damit machen, Probleme des Wirtschaftslebens ethisch zu erfassen, wo Sie dem Kaufmann Ideale predigen wollen, hören Sie auf, Geschäftsleute unter Geschäftsleuten zu sein, gelten Sie, — na sagen wir es deutsch heraus — als Narren.“ Wir wünschen uns mehr solcher Narren wie Benno Jaroslaw, von dem wir außer diesem prächtigen Buche nichts anderes wissen, als daß er Großkaufmann und Doktor der Chemie ist und seit Jahren im kaufmännischen Leben steht.

Alle ohne Aussicht auf Absatz lagernden Exemplare erbitte ich umgehend zurück

Eugen Diederichs Verlag in Jena