

Vom Geschäftsaufschwung

Weil der Absatz stockt, deshalb stockt die Güterherstellung! Gilt dieser Satz so allgemein, wie er da und dort ausgesprochen wird? So lese ich z. B. einen Aufsatz mit der Überschrift: Absatz- und Produktionskrise. Krisis oder Krise bedeutet soviel wie: Wendung in einer Sache (sonst noch Scheidung, Trennung, Wendepunkt). Die Wendung ist aber schon im April d. J. vor sich gegangen, sie kann deshalb doch nicht jeden Tag von neuem eintreten, und wenn sie inzwischen wieder gekommen wäre, so wäre das im landläufigen Sinn gar keine Krise gewesen, sondern das Gegenteil davon, der Wirtschaftsaufschwung. Um Unklarheiten zu vermeiden, wäre es daher besser, wenn für Krise die Bezeichnung Geschäftsstockung angewandt würde.

In der volkswirtschaftlichen Literatur sind die Krisen oft behandelt worden, immer in dem Sinn von Geschäftsstockungen. Hier mag nur hervorgehoben sein, daß es eine Unmenge von solchen Geschäftsstockungen geben kann. Solche, von denen alle an der Weltwirtschaft beteiligten Länder betroffen werden, dann solche, die nur in einzelnen Ländern, in einzelnen Landesteilen und in einzelnen Geschäftszweigen auftreten. Es gibt anhaltende Stockungen im Arbeits-, Geld- und Warenmarkt. Geschäftsrückgänge und Geschäftseinschränkungen können durch große und reichliche Ernte entstehen und ebenso durch Mißernten. Bei überreichen Ernten fehlt die Absatzmöglichkeit; bei Mißernten beengt und bedrückt der Mangel. Von den vielen Erklärungen sollen einige besonders bezeichnende hier genannt sein. Eine besagt: Krisen entstehen durch allzu reiche Güterherstellung; eine andere meint, umgekehrt würde ein Schuh daraus: Krisen kommen von der zu geringen Kaufkraft breiter Volksschichten. Ein noch lebender Wirtschaftsforscher behauptet, daß das Sparen die eigentliche Ursache der Krisen sei. Diese Auffassung wird heute manchen recht eigenartig vorkommen. Heute, wo das Sparen mit als höchste Pflicht bezeichnet wird, ist es besonders nötig, einige Worte über sein Wesen und seine Bedeutung zu sagen. Wohl gemerkt: Was sich heute im allgemeinen abspielt, ist kein Sparen, sondern ein Einschränken. Sparen ist etwas durchaus Freiwilliges; Einschränkung aber ist ein Muß, ein „nicht anders Können“. Der Sparende kann kaufen, aber er tut es nicht; der sich Einschränkende kann nicht kaufen, weil er keine Mittel hat. Wenn in der täglichen Umgangssprache doch von freiwilligen Einschränkungen geredet wird, so ist das eine Begriffsverwirrung. Wohlüberlegte, freiwillige Einschränkung ist eben nichts anderes, als Spartätigkeit. Sparen heißt: Vorräte (in Geld oder Waren) anlegen; Einschränken bedeutet das Gegenteil davon: keine Vorräte (in Geld oder Waren) anhäufen zu können; es heißt: nichts anlegen und nichts kaufen können.

Wenn man die Geschäftsstockungen klar überschaut, so muß man zu der Erkenntnis kommen, daß sie tatsächlich aus zwei verschiedenen Ursachen kommen können. Weil Warenmangel vorhanden ist und weil die Kaufkraft fehlt. Allerdings, der in der letzten Zeit häufig genannte Fall: der Käuferstreik (der aber in Deutschland nicht vorhanden ist) wäre auch geeignet, Absatzstockungen herbeizuführen. Der Käuferstreik (oder das Nichtkaufenwollen) hat aber nicht die Bedeutung, die ihm beigelegt worden ist. Es kann sich dabei (wie in den Vereinigten Staaten von Nordamerika) nur um gelegentliche und bald vorübergehende Absatzstockungen handeln. Der Bedarf wird sich in solchen Fällen nach der Beendigung des Streiks um so stärker geltend machen. Das Sparen kann gewiß auch zu Absatzstockungen führen, aber in der Regel bleibt doch das Sparen in vernünftigen, wohl abgemessenen Grenzen. Einige Geizhalse können eine Volkswirtschaft nicht entscheidend beeinflussen, ebenso wenig wie einige Verschwender. Diese an der äußersten Grenze volkswirtschaftlichen Geschehens liegenden Fälle dürfen ebensowenig wie gelegentliche Besonderheiten im Kaufwillen zur Grundlage kaufmännischen Handelns gemacht werden.

In den Zeiten der Geschäftsstockungen muß der Gewerbetreibende und der Kaufmann ganz besonders auf die Erneuerung und Befestigung seines Geschäfts bedacht sein. Die stille Zeit muß für ihn eine Zeit des Überschauens, eine Zeit des Nachdenkens sein. Er muß sich da die wirtschaftlich allgemeinen Zusammenhänge und die mit seinem Geschäftszweig verknüpften klar zu machen suchen. Auf welche Art von Kundschaft hattest du dich eingestellt; wie bist du dabei ausgekommen? Worin hast du dich geirrt und getäuscht? Welches waren die Gründe für die Irrtümer und Täuschungen? In welchen Angelegenheiten waren

deine Vermutungen oder Berechnungen richtig? Warum waren sie richtig? Irrtümer, Täuschungen, richtig Vorausgesehenes werden miteinander verglichen und gegeneinander abgewogen und daraus Schlüsse für die zukünftige Gestaltung des Geschäftes gezogen. Bei so regem Nachdenken werden die Geschäftsinhaber und Geschäftsleiter manchen für die Zukunft beachtenswerten Gedanken finden. Diese geistige Inventur (mit und ohne Bücher) erfrischt und bringt neuen Geschäftsgeist. Im Geschäftsleben werden die Kunden niemals in Massen gewonnen; alles geht Schritt für Schritt vor sich. Jede falsche Maßnahme schafft einen Rächer, jede zweckmäßige Vorarbeit regt zum Bedarf und zur Bedarfsdeckung an.

Der gute Kaufmann soll am geeigneten Ort ein eigenes Wort sagen können. Nichts stößt mehr ab, als abgeschlossene Redensarten. Um etwas ordentlich Packendes sagen zu können, muß man etwas Ordentliches lesen und darüber ordentlich nachdenken. Es wirkt sehr abstoßend, wenn der Käufer erklärt: „Der Preis ist mir zu hoch“, und wenn darauf der Verkäufer erwidert: „Die Butter ist auch sehr teuer“. In einem Metallwarenspezialgeschäft, in dem ein Bekannter von mir diese Antwort erhielt, war der betreffende Verkäufer einfach nicht auf der Höhe. Er konnte den vermeintlich hohen Preis mit der besonderen Güte des Stahls, mit der peinlich genauen Bearbeitung erklären oder damit, daß gerade an gutem Eisen und Stahl besonderer Mangel sei. Dies hätte er aus den Marktberichten entnehmen können; eben, wenn er sie gelesen gehabt hätte und wenn er fähig gewesen wäre, sie auf ihre Richtigkeit hin zu beurteilen. Sachkundig hätte es auch gelautet, wenn er den Käufer auf die leichte Handhabung, den besonders feinen Schnitt hingewiesen hätte. Solche und ähnliche Erklärungen (hier sollten nur einige Beispiele gegeben werden) wirken überzeugend, und wenn der Kunde auch dann noch nicht gekauft hätte, so hätte er doch den Eindruck gehabt, daß es in dem Geschäft durchaus sachkundig zugeht, und das hätte er sich für ein andermal gemerkt.

In den heutigen Zeiten muß der Erwerbsmann eben auch etwas von den allgemeinen wirtschaftlichen Vorgängen wissen. Das wird ihm für seine geschäftlichen Maßnahmen eine gute Grundlage sein. Dahin gehört z. B., daß die Schulden des Reiches wachsen, daß das vorhandene Geld durch neues Papiergeld immer mehr verwässert wird. Dadurch muß (wenn es so weiter geht) der Wert des Geldes sinken, das aber bringt höhere Preise. Diese höheren Preise vermehren aber nicht den Besitz, sie bringen nur größere Zahlen, aber keine höheren Werte. Genauer: Wenn z. B. das Geldguthaben 100 000 Mark beträgt und es steigt auf 300 000 Mark, dabei aber sinkt der Wert des Geldes von 17 Pfennig auf 4 Pfennig herunter, so sind die 300 000 Mark viel weniger wert als die damaligen 100 000 Mark. Betrachtet man diesen Fall etwas näher, dann kommt man darauf, daß es oft wichtiger ist, die Staatsgrundlagen und die allgemeinen Einkommensverhältnisse zu verbessern, als im eigenen Geschäft an dem oder jenem Artikel etwas mehr zu verdienen. Der Einzelne ist oft gar nicht imstande, durch persönliche Tätigkeit das auszugleichen, was durch falsche Wirtschaftspolitik im allgemeinen verdorben wird. Sehr häufig merkt der Geschäftsinhaber oder der Geschäftsleiter gar nicht, wie sehr er Scheinwirtschaft treibt. Den Zahlen nach geht es vorwärts, den arbeitenden Werten nach ist es abwärts gegangen. Auf diese sehr beachtenswerte Sache soll nicht weiter eingegangen werden, sie muß aber als äußerst wichtig hervorgehoben werden. Ein kluges Wort darüber wird manchem Kunden die Augen öffnen und manch einer kann so für die Durchführung einer zweckmäßigen Wirtschaftsweise gewonnen werden. Also, es ist besser, dem Kunden keine kleinliche verärgerte Antwort zu geben, sondern ihn als Bundesgenossen zu gewinnen zu suchen. Steter Tropfen höhlt sogar den Stein aus. Es scheint mir da viel wichtiger, auf die Durchführung einer volkswirtschaftlich fördernden Politik bedacht zu sein, als Anhänger für eine besondere Partei zu werben.

Was zweckmäßig ist, muß allen Parteien eingehämmert werden, z. B. die Aufhebung der Zwangswirtschaft. Sie muß so lange und so unverändert gefordert werden, bis sie weg ist. Und den Parteien, die sich nicht oder nicht genügend dafür einsetzen, denen muß ihr falscher Standpunkt oder ihre Lässigkeit immer wieder vor Augen geführt werden. Was sie auch dagegen sagen mögen, es ist ihnen entgegenzuhalten, daß ein großer Teil unserer jetzigen Wirtschaftsnöte: die Schuldenwirtschaft, die Geldverwässerung, die Verminderung der Güterherstellung, der schwankende