

# Deutsche Uhrmacher-Zeitung

## Bezugspreis

für Deutschland von der Geschäftsstelle bezogen vierteljährlich 9 Mark. Bei direkter Bestellung bei der Post vierteljährlich 100 Mark. Für Österreich (unter Streifband) vierteljährlich 16 Mark. Für das Ausland (unter Streifband) vierteljährlich 26 Mark einschl. Porto.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Donnerstag

Fernsprecher: Amt Moritzplatz 12396 bis 12399



## Preise der Anzeigen

Die viergespaltene kleine Zeile oder deren Raum für Geschäfts- u. vermischte Anzeigen 2.40 Mark, für Stellen-Angebote und -Gesuche die Zeile 1.60 Mark. Die ganze Seite (400 Zeilen) wird mit 800 Mark berechnet; Ausland 200% Zuschlag

Postscheck-Konto: 2581 Berlin

Bank-Konto: Disconto-Gesellschaft, Dep.-Kasse Berlin, Lindenstraße 3

Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin

Organ des Deutschen Uhrmacher-Bundes

## Uhren, Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

Herausgegeben von Wilhelm Schultz, Berlin SW 68, Neuenburger Straße 8

XLIV. Jahrgang

Berlin, 7. Oktober 1920

Nummer 41

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten

### Vom gesunden Wirtschaftsgeist

Von außen her gesehen nimmt sich der Weltwirtschaftsverkehr allzu geschäftig, hastig und selbstsüchtig aus. Die Jagd nach dem Markte beherrscht viele Gewerbetreibende und Händler der Industrie- und Handelsstaaten und der Länder, die auch gerne Industrie- und Handelsstaaten werden möchten. Die Eroberung dieses oder jenes Marktes ist aber auch das Ziel mancher Regierungen. Es ringen die einzelnen Wettbewerber der einzelnen am Weltwirtschaftsverkehr beteiligten Länder miteinander mit und ohne Verbindung ihrer Regierungen. So laufen stets zwei Absichten neben einander her: Sicherung beherrschter Märkte, Aufsuchung neuer Märkte oder Ausschaltung lästiger Mitbewerber und Gewinnung neuer Kunden auf dem Weltmarkt.

Betrachtet man dieses ständige Verdrängenwollen (rücksichtslos gegen den Wettbewerber sein) und dieses Werbenwollen (sich von der besten Seite zeigen) vom Standpunkte des einzelnen Wirtschafters aus, so wird man es verstehen können. Der Gewerbetreibende oder der Händler will sich durchsetzen; dabei geht es nicht ohne Kampf ab. Ist der Kampf leicht, dann sind seine Mittel feiner; ist er schwer, dann sind seine Mittel auch gröber, derber, empfindlicher. Das alles ist bis zu einem gewissen Grad zweckmäßig, von einem bestimmten Grade an ist der Kampf um den Markt aber unzweckmäßig und unsinnig. Solange der Kampf schult und zur Verbesserung der Betriebe und der Erzeugnisse führt, ist er äußerst wünschenswert. Wo er aber in sein Gegenteil umschlägt (wo er Natur-, Hand- und Geisteskräfte unnütz bindet), da ist er schädlich. Das gilt für den Auslands- und Inlandsverkehr. Wo aber ist die Grenze für den verzehrenden Wettbewerb im Verkehr mit dem Ausland und in der heimischen Volkswirtschaft?

Manchmal unterliegt einer der Wettbewerben und scheidet aus dem Wettbewerb aus. Der Unterlegene wird leicht geneigt sein, die Ursache des Unterliegens außerhalb seiner Person zu suchen. Im allgemeinen gibt ja niemand gern zu, daß er an der eigenen Unfähigkeit gescheitert ist. Wenn man schon unterlegen ist, so ist es doch nicht ohne Reiz, die Schuld daran anderen zuschieben zu können. Von einem Erfinder wird erzählt, daß es ihm in keinem einzigen Fall gelungen sei, eine seiner Erfindungen auszuwerten zu können. Nun mag es ja sein,

daß er wirklich Pech dabei gehabt hat; aber das Sonderbare war doch, wie er immer selbstbewußt und gründlich nachwies, daß an dem Versagen die Anderen schuld waren. In solchen Behauptungen liegt viel Selbsttäuschung. Was ohne genügende Einsicht in das schon Vorhandene vorgenommen wird, was ohne Verständnis für das jeweilig Zweckmäßige und Durchführbare begonnen wird, das ist eben schon von vornherein zum Scheitern verdammt. Etwas anderes ist es, wenn Neuerungen nur deshalb nicht ausgeführt werden, weil starke Industrie- und Handelskräfte glauben, dadurch geschädigt zu werden, und deshalb all ihre Kraft und Macht einsetzen, die Neuerungen oder die Neulinge nicht aufkommen zu lassen. Bei solchen Machtproben kommt nicht das volks- oder weltwirtschaftlich Zweckmäßigste heraus, sondern nur der Sieg des an Geldmitteln Überlegenen. Solche Kämpfe gehören zu dem verzehrenden Wettbewerb. Mit dieser Erkenntnis allein ist aber niemand gedient. Der Wirtschaftspolitiker möchte wissen, wie dieser Sache beizukommen ist; der davon Betroffene oder Bedrohte möchte die Mittel kennen lernen, mit denen er den verzehrenden Wettbewerb von sich abhalten kann.

Ganz allgemein muß man sich bei der Beurteilung geschäftlicher Fragen von Werturteilen frei zu halten suchen. Es hilft wenig, wenn man sich über den entrüstet, mit dem man im Wettbewerb steht. Wenn man ihn für rücksichtslos und gemein erklärt, hat man auch nicht den geringsten Vorsprung erlangt. Richtiger ist, sich Rechenschaft darüber zu geben, aus welchem Geist heraus er handelt oder handeln muß. Wenn die Großbanken Kleinbanken schlucken, wenn gewisse Teile des Handwerks von der Großindustrie an sich gerissen werden, wenn der Großhandel kleine Händler verdrängt, ist es zwecklos, erbittert gegen derlei Verdrängen der Kleinen durch die Großen zu klagen, denn damit wird an den einmal vollzogenen Tatsachen doch kaum etwas geändert. Wer sich auf den Boden der Tatsachen stellt und sie ruhig und sachgemäß überprüft, der wird am ehesten Mittel und Wege finden, sich vor Vergewaltigungen zu schützen. Es ist zwar üblich, daß jeder die wirtschaftlichen Vorgänge mit seinen Geschäftsaugen ansieht, so wie sie ihm zu nützen oder zu schaden scheinen, aber im kleinen und großen Wettbewerb des inländischen und ausländischen Verkehrs kann man um so erfolgreicher auftreten, je mehr man den