

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland von der Geschäftsstelle bezogen vierteljährlich 15 Mark. Bei direkter Bestellung bei der Post vierteljährlich 100 Mark. Für Österreich (unter Streifband) vierteljährlich 25 Mark. Für das Ausland (unter Streifband) vierteljährlich 45 Mark einschl. Porto.

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Freitag

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

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

XLV. Jahrgang

Berlin, 5. August 1921

Nummer 32

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten

Der Wert der Imagination im Geschäftsleben

Imagination bedeutet mehr als Phantasie, wenn dieser Begriff ihr auch zugrunde liegt. Imagination, so wie wir sie verstehen, schließt die Fähigkeit des Geistes in sich, neue Wege zu finden und vorteilhafte Pläne zu entwickeln und zur Reife zu bringen. Ihr wesentliches Element ist also aufbauender Art. Und so ist die aufbauende Imagination jene Kraft, die es dem Geschäftsmann ermöglicht, erfolgreich in noch unentdeckte Gebiete einzudringen, und unbekannte Möglichkeiten fruchtbar und vorteilhaft auszunutzen.

Wer die Geschäftswelt studiert, der findet, daß in ihr hier und dort eine vorher ganz unbekannte Persönlichkeit auftaucht, Einfluß gewinnt, große Erfolge erzielt und auch für viele andere neue Bahnen und Wege des Erfolges erschließt. Gewiß, auch die Geschäftswelt gewöhnt sich allgemach an bestimmte Formen und nimmt feste Gewohnheiten an. So ist es kein Wunder, wenn solche Bahnbrecher auftreten und mit neuen Ideen kommen, daß man sie als Störenfriede betrachtet, oder daß man sie wenigstens zunächst verspottet. Dafür seien zwei Beispiele angeführt.

Vor etwa fünfzig Jahren waren wir Deutsche noch keine Welthandelsmacht, doch langsam aber sicher baute sich unser Geschäftsleben auf und wirkte zunächst in der alten Form, wie sie allen Handels- und Industriestaaten eigentümlich war. Die Verkaufskunst jener Zeit bestand im wesentlichen in einer geschickten Übervorteilung des Konsums: Für die möglichst geringwertige Leistung den größten Lohn zu erzielen, darin lag ihr Ideal! Der deutsche Kaufmann indessen und der deutsche Fabrikant waren ihrem Wesen nach diesem Ideal nicht günstig. Still und unverdrossen arbeitete sich das deutsche Ideal der Gewissenhaftigkeit in alle Seelen hinein, und als die deutsche Industrie und der deutsche Handel erst ihre Weltstellung erobert hatten, da brachten sie auch ihr Ideal zur Geltung, welches lautete: Für einen bestimmten Lohn die größtmögliche Leistung zu bieten!

Der Konsum nahm dieses Ideal mit Begeisterung auf, nicht aber die alte Geschäftswelt, denn der Konsum war doch nur durch das alte Ideal zu übervorteilen und nur so lange, wie es allgemein Geltung hatte. Die alte Geschäftswelt, zu der in diesem Sinne alle Staaten mit alten Industrien und Handelsbeziehungen gehören, sah in dem Ideal der Deutschen den Todfeind ihrer Bestrebungen und im deutschen Geschäftsmann den Störer ihres Vorteils und ihrer gemächlichen Ruhe.

Was wir hier im großen sehen, das können wir auch tausendfach im kleinen beobachten. Wer immer imstande ist, der Welt bessere Dienste zu leisten, der ist Sieger, mag man ihn tausend-

fach als Störenfried betrachten, und er zwingt durch sein Vorgehen die anderen zur Nachahmung. Er ist der Bahnbrecher eines Ideals, und Ideale sind stärker als Menschen, besonders dann, wenn die Allgemeinheit dadurch einen realen Vorteil einheimsen kann. Was aber den einzelnen zu einem solchen Bahnbrecher macht, das ist die aufbauende Imagination, und dies soll uns das zweite Beispiel noch deutlicher zeigen.

Vor einer Reihe von Jahren kam ein Süddeutscher nach Berlin, ein damals völlig unbekannter Mensch namens Aschinger. Er sah das hastende Leben der Großstadt und wie es dem einzelnen so schwer war, irgendwo schnell einen Imbiß zu erhalten. Speisehäuser und Restaurants waren die Menge da, aber teilweise konnte man dort nur zu bestimmten Zeiten etwas zu essen erhalten, teilweise mußte man Zeit für die Bedienung erübrigen, denn schnell ging die Sache nie ab und machte außerdem Umstände, die uns ja allen bekannt sind. Da tauchte in seiner Imagination der Gedanke auf, für diese Tausende von hastenden Menschen zwanglose und ungenierte Gelegenheit zu schaffen, wo sie ohne weiteres schnell etwas verzehren konnten. Er hatte auch den Mut, seiner aufbauenden Imagination die Tat folgen zu lassen, und so entstanden die Aschinger-Stuben. Daß er damit der Großstadtbevölkerung tatsächlich einen wertvollen Dienst geleistet hat, das bezeugt der Anklang, den diese Einrichtungen gefunden haben, und die ungeheure Verbreitung und Nachahmung, die sie heute in aller Welt aufweisen.

Freilich auch hier sahen die Gastgewerbe in Aschinger zuerst einen unbequemen Störenfried, aber der gute Gedanke war trotz mancher Anfeindung nicht tot zu machen. Andere spotteten nicht und zürnten nicht, erkannten den Vorteil des neuen Ideals und ahmten ihm nach. So entstanden bald manche Konkurrenzunternehmungen, ohne doch dem ersten Unternehmer großen Abbruch tun zu können. Das ist ja auch nur richtig, denn die Welt gehört nicht einzelnen allein, und auch die Geschäftswelt gehört nicht einem Menschen allein. Das Feld der Betätigung ist so groß, daß alle strebsamen Menschen Raum zur Bewegung haben und bei ihrer Arbeit Vorteil und Gewinn finden. Die einmal aufgestellten Ideale dagegen gehören aller Welt und werden daher mit Recht von jedem genutzt, der ihren Wert erkennt. So war es hier und so sollte es überall sein.

Kleinlichkeit ist eben kein zweckmäßiges Gesetz des Fortschritts, und wer vermittels seiner schöpferischen Phantasie zu neuen Idealen gelangt, wer wertvolles Neuland der Betätigung erschließt und neue Wege des Erfolges entdeckt, der kann kaum