

Deutsche Uhrmacher-Zeitung



Bezugspreis

für Deutschland bei Bestellung bei der Geschäftsstelle monatlich 1,50 Goldmark, unter Streifenband 1,85 Goldmark; bei direkter Bestellung bei der Post monatlich 15,— Goldmark. Für das Ausland (unter Streifenband) Jahresbezugspreis 25,— Goldmark in Landeswährung (6 U. S. A. \$, 30 Schweizer Franken usw.)

Die Deutsche Uhrmacher-Zeitung erscheint regelmäßig an jedem Sonnabend.

Preise der Anzeigen

Raum von 1 mm Höhe und 47 mm Breite für Geschäfts- und vermischte Anzeigen 0,24 Goldmark, für Stellen-Angebote u. -Gesuche 0,15 Goldmark. Die ganze Seite wird mit 225,— Goldmark berechnet. (Die vorstehenden Preise ergeben sich aus: Grundpreis x Multiplikator 1,5 Goldmark).

Postscheck-Konto 2581 Berlin
Telegramm-Adresse: Uhrzeit Berlin
Fernspr.: Merkur 4660, 4661, 7684, 7688, 739, 2504

Uhren-Edelmetall- und Schmuckwaren-Markt

XLIX. Jahrgang

Berlin, 12. Dezember 1925

Nummer 50

Alle Rechte für sämtliche Artikel und Abbildungen vorbehalten / Nachdruck verboten

Wegweiser zu kaufmännischen Erfolgen

Von Herbert N. Casson

(Schluß zu Seite 1001)

Der sechzehnte Wegweiser

Das Geschäft strebt nach größeren Vereinigungen. Soweit wir es mit unserem schwachen Geiste fassen können, regieren zwei große Gesetze dieses Weltall von wirbelnden Planeten: Anziehung und Abstoßung. Wir erkennen sie in Schöpfung und Zerstörung, in Aufblühen und Niedergang, in Leben und Tod. Wenn eine Pflanze oder ein Planet die höchste Blüte erreicht, so vermehren sich die Leistungen. Neue Möglichkeiten entwickeln sich. Beide werden komplizierter und feiner ausgestaltet. Beide streben darnach, Mittelpunkt wechselseitig wirksamer Kräfte zu werden. Hat aber eine Pflanze oder ein Planet den höchsten Vollendungsgrad erreicht oder einen verhängnisvoll verletzenden Stoß erhalten, so beginnen beide zu zerfallen. Einzelne Teile und Leistungen fallen ab. Ihre Lebenskraft sinkt. Die Pflanze sinkt in den Boden zurück, der Planet stürzt in die nächstliegende Sonne.

Dieselben ewigen Grundsätze beherrschen das Geschäft. Ist das Geschäft eines Volkes in der Blüte, so drängt es nach Spezialisierung und Organisation. Die Geschicklichkeit und die technischen Mittel entwickeln sich; die Kunst der Zusammenfassung, des Zusammenwirkens breitet sich aus: das ganze Land wird ein Klub organischer Selbsthilfe. Befindet sich dieses aber in ungesunden Umständen, dann zerfallen die Unternehmungen zu kleinen Einheiten. Sie gehen langsamer und fallen in den fossilen Zustand zurück, und sie nehmen die primitiven Formen wieder an, aus denen sie hervorgegangen sind. Es ist die Biologie des Geschäftes. Jede lebendige Sache, sei sie eine Rose oder eine Eisenbahn, drängt zur Vergrößerung bezw. zum Zusammenschluß. Wo das Geschäft stillsteht, gibt es nichts als eine Anhäufung kleiner Einzelgeschäfte. Überall aber, wo der Geschäftsbetrieb lebendig und beherrschend ist, gibt es höchst spezialisierte Organisationen von Handel und Verkehr, die gegenseitig voneinander abhängen.

Wir dürfen niemals aus dem Auge verlieren, daß das Geschäftsleben eine neue Sache ist. Es spielt nur an wenigen Orten eine große Rolle; es war selten frei, es ist in tausendfacher Weise belastet und eingeschränkt. Selbst in den Vereinigten Staaten ist die Freiheit, deren es sich noch vor kurzem erfreute, verschwunden, und das Zeitalter der Zersetzung hat begonnen. In England war das Geschäft mächtig, aber es war niemals frei. Tatsächlich hat es den Freihandel niemals gegeben. Stets gab es eine eigenartige Mischung von Fortschritt und Rückschritt. Die größte und erfolgreichste Geschäftsorganisation, die sich jemals in England entwickelt hat, die „East India Company“, hat 275 Jahre bestanden und ist dann durch Politiker zerstört worden.

Das Geschäft hat noch nie in der Welt seinen eigenen Weg gehen können. Es hat seine Feinde und seine Schmarotzer. Es ist von Gaunern und von Narren umlagert. Es bleibt am Leben, dank seiner eigenen Lebenskraft und nicht etwa zufolge günstiger Bedingungen, die es umgeben. Und so strebt es stets mit aller Macht nach Kombination. Rockefeller trat mit seinem tüchtigsten Konkurrenten in Teilhaberschaft: Das war Kombination! Carnegie nahm 43 seiner besten Direktoren als Teilhaber in sein Geschäft auf: Das war Kombination! Der erste Rothschild sandte fünf seiner Söhne nach London, nach Paris, nach Neapel, nach Wien, nach Frankfurt — jeden in ein anderes Königreich! Das war Kombination! Im Geschäft siegt, wer die Geschicklichkeit hat, tunlichst viele Einflüsse und Befähigungen zusammenwirken zu lassen. Wer am besten versteht, eine Organisation aufzubauen und sie dann zu befruchten, indem er Tüchtigkeit, Ausbildung und wirksame Methoden in ihr vereinigt, ist für den Kampf am besten geeignet.

Zuviel Spezialisierung ist nicht zu befürchten, es kann niemals zu viele Sachverständige geben: nicht die Tüchtigkeit, sondern die Dummheit und die Selbstgefälligkeit ist kostspielig. Am meisten zahlen diejenigen, welche glauben,