

## KULTUR, NICHT LUXUS!

Wirtschaft ist nur eine Aufgabe des Lebens, um Muße und Wohlstand für seine Erhöhung zu erlangen. Sie ist also nur nützlich und geordnet, wenn sie allen Menschen Kultur, nicht wenn sie einzelnen unverdienten Reichtum und jenen Luxus vermittelt, der unbeseelt Feind und Zerstörer wirklicher Kultur ist.

Der Luxus der Reichen dient selten der Kultur des Volkes. Er untergräbt sie, wenn ihn das Volk mit Entbehrungen bezahlen muß.

Luxusindustrien kann ein verarmtes Volk nur insoweit unterhalten und berücksichtigen, als Notwendigkeiten oder lebenswichtige Industrien nicht dabei leiden.

Es ist leicht und einfach, von anderen Einschränkungen und Entbehrungen zu verlangen, die man sich selbst nicht zumutet. Notwendig ist alles, was man sich selber leistet, aber natürlich ist die Bescheidenheit der anderen selbstverständlich.

Ohne ein Mindestmaß von Existenzsicherheit kann der Mensch nicht gut, also ein nützlich dienendes Glied der Wirtschaft und Gesellschaft sein. Aber es sei unvergessen, daß zur Entwicklung von Kultur etwas mehr gehört.

Kultur läßt sich nur aus dem Einkommen über dem Existenzminimum aufrechterhalten und entwickeln.

Die Kultur eines Volkes beruht auf seinem allgemeinen Wohlstand.

Auf den Segen der Wirtschaft haben alle Anspruch, die ihn schaffen.

---

## ERFORSCHEN SIE ERST DEN MARKT WENN SIE IM AUSLAND WERBEN UND VERKAUFEN

EIN GEDANKENAUSTAUSCH, ZUSAMMENGEFASST VON

JOHN A. ZELLERS

VIZEPRÄSIDENT UND GEN.-DIR. DER AUSLANDSABTEILUNG  
DER REMINGTON RAND, INC., NEW YORK

C. KING WOODBRIDGE

PRÄSIDENT DES INTERNATIONALEN REKLAMEVERBANDES,  
NEW YORK

In unseren Tagen internationaler Probleme, die alle Nationen gleichmäßig interessieren, haben sich die Fabrikanten im Hinblick auf die geringen Verkäufe im Inland sehr ernsthaft mit dem Absatz ihrer Waren im Ausland beschäftigt.

Leider betrachten einige Leute dieses Problem wie eine Gleichung, die mit einer Standardformel gelöst werden kann. Wir sagen „leider“, weil

sich der Verkauf nach dem Ausland auf oft unbekannte oder übersehene Tatsachen stützt. Territorium, Bevölkerungsziffer usw. bedeuten wenig, wenn man nicht genau Charakter und Gewohnheiten des Volkes, dem man etwas verkaufen will, kennt. Jedes Volk hat sich zu seiner jetzigen Stellung durch völlig andere Bedingungen in seiner Genealogie, seinem Klima,