

daß Geschäftsleute, die so beharrlich und nachdrücklich etwas fordern, gerade an eine Seite einer Sache denken und gerade dadurch die anderen Seiten übersehen oder ungenügend würdigen. Sie gehen von sich, ihren eigenen Erkenntnissen, ihrem eigenen Bedarf aus und danach beurteilen sie den Bedarf der Kollegen an neuen Kenntnissen und Anregungen. Die Menschen sind aber verschieden veranlagt, begabt, geschult, ihre Erfahrungen sind nicht dieselben, kurzum, ihr Bedarf an Anregungen und Anleitungen (Anleitung ist hier wohl das geeignetste Wort für Rezept) ist verschieden. Und weil eben der Bedarf an Anregungen, Anleitungen und Belehrung so verschieden ist, so muß auch entsprechend angeregt, angeleitet und belehrt werden.

Als Belehrungsmittel kommt der Unterricht (durch Lehrer und Selbstschulungsbücher) in Betracht. Die Fachzeitschriften dienen ebenfalls dem Selbstunterricht. Sie ergänzen und berichtigen Bücher und Lehrer. Ihre Aufgabe ist es, in genügendem Maße Grundsätzliches zu bringen und Rezepte zu veröffentlichen, die den Berufskollegen nützlich sein können. Es kann sich in diesen Dingen aber nicht um ein Entweder — Oder, um Grundsätze oder Rezepte handeln, sondern um ein Und — Und. Das eine und das andere ist wichtig und nötig. Den verschiedenen Bedarf der Fachkollegen muß die Fachpresse zu decken suchen. Der einzelne Leser kennt den verschiedenen Bedarf nicht so genau wie der Fachzeitschriftenleiter, an den viele Anfragen kommen, der immer von Nummer zu Nummer zu bedenken hat: was bringst du, wie bringst du dies. Man kann nicht jede Nummer auf den Bedarf eines einzelnen Lesers zuschneiden. Wer über der Sache steht, sieht zu, daß er den Bedarf der Leser zu Gruppen vereinigt (ein gewisser Teil der Leser hat von Zeit zu Zeit denselben oder einen ähnlichen Bedarf) und ihn befriedigt. Der Leser soll nicht glauben, weil er dies oder jenes für unnötig hält, deshalb dürfe es nicht gebracht werden. Im Gegenteil, er muß denken: So wie ich meinen besonderen Bedarf habe, so haben auch andere ihren besonderen Bedarf, und diese wollen ebenso wie ich bedient sein. Dann aber: Viele wissen auch heute noch gar nicht, ob sie nicht später nach dem verlangen, was sie heute verschmähen. Jeder Tag kann neue Anforderungen, neue Aufgaben stellen. Für solche Änderungen ist es gut, auch das zu lesen, was einem vielleicht im Augenblick als zu allgemein, als wertlos oder ungeeignet erscheint. Eine Brücke wird ja auch stärker gebaut, als es die Last verlangt, die sie tragen soll.

Im besonderen: Wer genügend Allgemeines und Grundsätzliches kennt, wird Rezepte und wieder Rezepte verlangen, und wer den Kopf voller Rezepte hat, wird nach Allgemeinem, Richtungsgebendem, Grundsätzlichem verlangen, und das mit Recht. Denn es hat keinen Zweck für mich, mich zu überfüllen. Was ich brauche, das ist meine Ergänzung, Verstärkung, körperliche und seelische Kraftsteigerung. Als wirtschaftlich denkender Mensch will ich meine Denkkraft schulen und üben, aber immer mit dem Ziel, selber Nutzen daraus zu erzielen. Wenn die Fachzeitschrift mir zeigt, daß ich dabei auf einer richtigen oder falschen Fährte bin, so ist sie mir eine sehr willkommene Weggenossin. Denn schließlich richtet sich die Mahnung: Rezepte, Rezepte und nochmals Rezepte zu bringen, hauptsächlich an die Fachpresse. Die Fachpresse muß sie allerdings von ihren Mitarbeitern erhalten, und deshalb müßte sie alle ihr bekannten Leute um Rezepte bitten. Rezept heißt Anleitung, Vorschrift; mache das so und so, und dann wird dies und das daraus. Nehme von diesem Stoff, füge jenen hinzu, nimm diese Haltung ein, nimm dieses Werkzeug, die Maschine, dann wird dieses oder jenes daraus. Behandle die Kunden so, dann erzielst du dieses Ergebnis. Kaufe so ein, dann kannst du so verkaufen und dabei gewinnst du soundso viel. Wenn du

dich so oder so anstellst, erhältst du Kredit, diesen oder jenen Kredit. Gehe so oder so mit deinen Hilfskräften um, dann werden sie dir dies und das leisten. Buche, ordne und bahne die Geschäfte so oder so ein, dann wird der oder der Gewinn winken. Das sind Geschäftsrezepte.

Wozu aber wendet man Geschäftsrezepte an? Darauf gibt es nur diese Antwort: Um Geschäftserfolg zu erzielen. Geschäftserfolg aber kann man nur erzielen, wenn man den Bedarf kennt, wenn man ihn für sich günstig beeinflussen kann. Den Bedarf aber kann man nur kennen und beeinflussen lernen, wenn man die Menschen beobachtet, wie sie sich geben und benehmen. Als Geschäftsleute wollen wir aber nicht nur wissen, was die Menschen tun, sondern auch: warum sie gerade in diesem Falle dies und nichts anderes tun. Erst, wenn wir wissen, warum sie sich in einem Falle gerade so und nicht anders benehmen, dann können wir ihren Bedarf am zweckmäßigsten befriedigen. Das heißt, wenn es uns jetzt oder später einen Vorteil bringt. Ist kein Vorteil für jetzt oder später zu sehen, dann verzichten wir, so höflich es immer geht, darauf, den oder jenen Bedarf zu decken. (Auch das ist ein Rezept.)

In allen diesen Fragen sollen wir nicht vorschnell urteilen, sondern reichlich überlegen und prüfen, was uns und anderen Kollegen förderlich und nützlich sein könnte. Das sind außer dem Grundsätzlichen und Rezepten auch ganz einfache hausbackene Anregungen und Wiederholungen. Schon das Kennenlernen eines neuen Begriffes kann einen auf neue erfolgfördernde Gedanken bringen, oder die Verbesserung eines Begriffes, ein feinerer, packenderer oder wohlgeschliffener Ausdruck vermag nicht selten bei uns Gedanken auszulösen, die uns und unser Geschäft befruchten. Das ist ja gerade das Seltsame (das wir begreifen und verstehen lernen müssen), daß der eine durch Dinge angeregt wird, bei denen sich der andere gar nichts denken kann. Die Fähigkeit der Aufnahme von Gesehenem, Gehörtem, Erlesenem ist eben so verschieden, daß wir als Geschäftsleute den größten Fehler begehen würden, wenn wir sozusagen alle über einen Kamm scheren wollten.

Sogar die Wiederholung des schon einmal Behandelten (in derselben oder neuen Form) ist nötig. Bekanntlich vergessen wir alle einmal etwas. Es nützt nämlich nichts, etwas irgendwann und irgendwo einmal gewußt zu haben, im nötigen Augenblick es zu wissen, darauf kommt es an. Wer uns daran erinnert, macht sich verdient um uns. Es soll sich bei alledem ja niemand aufs hohe Pferd setzen und von allgemeinen Redensarten sprechen. Wer es gut mit seinen Fachkollegen und Lesern meint, der muß auch den Mut haben, Selbstverständliches zu sagen. Das Selbstverständliche ist nämlich im allgemeinen gar nicht so selbstverständlich, wie es dem einen oder anderen erscheinen mag. Weiß z. B. jeder Geschäftsmann, was Taylor lehrte und wollte? Das sollte jeder wissen, es weiß es aber nicht jeder. Schon den Namen zu hören ist wichtig, zu erfragen ist seine Lehre wohl irgendwo (er lehrte, wie die Arbeitsleistung durch eine geeignete Berufsauslese, durch die Anpassung der Werkzeuge an den Menschen, durch Verbesserung der Arbeitsarten gesteigert werden kann). Er lehrte das Grundsätzliche und er gab Rezepte. Allerdings er redete und schrieb nicht nur, sondern er handelte auch so, übte und führte aus, was er erschaut, ersonnen und durchdacht hatte. So handeln auch sonstwo vernünftige Menschen. Sie wollen etwas nicht nur ein bißchen verstehen lernen, sondern gründlich.

Im gesamten: Allgemeines und Besonderes muß gefordert werden. Je nach dem Zeitbedarf, dem Ortsbedarf, dem persönlichen Bedarf ist das eine oder andere nötig. Wir brauchen Grundsätzliches und Rezepte! F. A. B.