

Geschäftspolitik

(Alle Rechte vom Verfasser vorbehalten)

(Schluß)

Wer zum erstenmal davon hört, daß sich die wissenschaftliche Psychologie mit der Aufmerksamkeit, dem Gedächtnis, der Uebung und der Ermüdung beschäftigt, wird darüber erstaunt sein. Denn er hatte wohl nicht angenommen, daß es die Psychologie mit fürs Leben so praktischen Dingen zu tun habe; und noch verwunderter wird er sein, wenn ihm gesagt wird, daß sie lehrt, wie die Sinnesindrücke entstehen, warum sie bei den verschiedenen Menschen verschieden sind, und warum uns dieselben Eindrücke nicht immer dieselben Gefühle verschaffen. Für alle die, die es geschäftlich mit den Menschen zu tun haben, ist es nützlich, wenn sie etwas mehr oder Genaueres darüber erfahren als ihnen durch ihre eigenen Erfahrungen darüber bekanntgeworden ist. Ob ihnen das der Dichter oder der Wissenschaftler gibt oder ob sie sich an beiden seelisch geschäftlich vervollkommen, mag ihre Sache sein. Goethe schrieb, daß der Mensch den Dichter brauche (ergänze: der Geschäftsmann braucht ihn und den Wissenschaftler), um das auszusprechen, was er selbst nicht auszusprechen vermöge. „Von einer Erscheinung, einer Empfindung wird er (der Mensch) ergriffen, er sucht nach Worten, seinen eigenen Vorrat findet er unzulänglich, und so muß ihm der Dichter zu Hilfe kommen, der ihn freimacht, indem er ihn befriedigt.“ Ergänze: indem er das klarer und deutlicher sagt, was ihn und andere Menschen bewegt.

Gewiß, es ist unter Umständen schwierig und es kostet viel Zeit, sich alles das anzueignen, was dazu nötig ist, um das Mögliche möglich zu machen, aber man muß sich auch da zu helfen wissen. Es gehört nicht allzuviel Findigkeit dazu, die Fachzeitschrift als Beraterin aufzustöbern. Was sie weiß, wird sie sagen. Und das andere wird sie von dazu befähigten Mitarbeitern befragen und veröffentlichen. So spart man Zeit, Kraft und Geld. Diese Zeilen möchten die Leser gerade dazu anregen, Fragen zu stellen, die in die angeregten Gebiete hineingehören. Ein geschulter Fachmann kann einem Leser vielleicht in einem Aufsatz mehr sagen, als aus einem ganzen Buch erlesen werden kann. Denn er weiß vielfach nicht nur, was in dem Buch steht, sondern auch, was in ihm fehlt und wie es sonst im allgemeinen oder für den besonderen Fall zu beurteilen ist.

Wie schiefe und verkehrte Ansichten sind öfter über Bildungsmöglichkeiten zu hören. Da wird dies empfohlen und von jenem abgeraten, und zwar in einer Weise, als ob alle Leser vom gleichen Wesen wären, als ob sie alle denselben Bedarf hätten. Viele so Schreibende sagen nur, wie sie für sich darüber denken, ohne zu bedenken, daß auch der vielseitige Bedarf der Leser berücksichtigt werden müßte. Wer schreibt, muß an die verschiedene Aufnahmefähigkeit der Leser denken und an ihre verschiedenen Bedürfnisse. Was ist mir damit gedient, wenn ich lese, die in einem Buch oder Artikel vorgetragene Gedanken seien bekannt (oder alt), wenn ich sie nicht kenne. Was nützt es mir, wenn irgendwo richtige und geschäftliche brauchbare Gedanken niedergeschrieben sind, wenn ich sie aber (so wie sie niedergeschrieben sind) nicht verstehe. Wer etwas anwenden will, muß es verstehen, und wer mich hierin ein Stückchen oder ein Stück weiterbringt, der ist wertvoll für mich. Geschäftspolitisch gedacht: Ich muß daher prüfen, ob etwa Vorgetragenes nicht trotz der Ablehnung etwas für mich Wertvolles enthält.

Ein Beispiel dieser Art ist die Beurteilung der Ostwaldschen Farbenlehre durch Künstler. So führt z. B. Hans Hildebrandt in einem Aufsatz aus, daß sich die Farbnormungen Ostwalds nicht für den Künstler eignen. Immerhin habe Ostwald Verdienste in der Auffindung einer Methode zur Meßarbeit und damit Bestimmbarkeit, wenn auch vielleicht nicht aller, so doch der meisten Farben zu gelangen. Wie dem nun auch sein möge. Trotz der stark ablehnenden Haltung der Ostwaldschen Farbnormungen des genannten Verfassers für Künstler und Kunstgewerbe sollten sich alle, die mit Farben zu tun haben, nicht abhalten lassen, nachzuprüfen, was haltbar oder unhaltbar an jenen Auslassungen ist, und insbesondere, wie jeder für seinen Bedarf daraus etwa Nutzen ziehen kann. Ich habe selber einen sehr ausführlichen Vortrag darüber gehört und dabei den Eindruck gewonnen, daß die Sache der Be-

achtung und der Probe wert, wenn ich auch noch manche Fragen und Einwände erheben könnte. Die Geschäftspolitik erfordert hier auf alle Fälle, das Für und Wider für den eigenen Betrieb zu prüfen.

Als der Universitätsmechaniker Carl Zeiß eine Weile optische Instrumente hergestellt hatte, kam er zu der Ueberzeugung, daß dies sicherer und genauer geschehen könne, wenn alle Möglichkeiten wissenschaftlich durchforscht würden. Gelegentlich lernte er den Universitätsprofessor Ernst Abbé kennen, und ihm trug er vor, was er auf dem Herzen hatte. Abbé sagte zu: er wolle darüber nachdenken. Bald konnte er dem Universitätsmechaniker Zeiß berichten, daß es Mittel und Wege gäbe, die Herstellung optischer Instrumente auf im voraus genau berechenbare Grundlage zu stellen, und daß es möglich sei, sie sehr zu vervollkommen. Zeiß lud Abbé ein, mit ihm zusammenzuarbeiten. Das geschah, und bald zeigte sich die Fruchtbarkeit des Zusammenwirkens von Technik und Wissenschaft. Die Zeißwerke in Jena, die Weltruf besitzen, sind aus jener gemeinsamen Arbeit entstanden.

Zeiß machte sich seine eigene Unzulänglichkeit recht klar, und gerade diese Einsicht brachte ihn und sein Werk so vorwärts. Sein großes Verdienst ist, daß er dem Wissenschaftler genau umschriebene Aufgaben stellte. Er hat, wie Abbé von ihm sagte: Das geordnete (nämlich das neugeordnete) Zusammenwirken von Wissenschaft und technischer Kunst auf seinem besonderen Arbeitsfeld zielbewußt angebahnt, also in unserem Sinne reiflich überlegte Geschäftspolitik getrieben. Diese Art, das Mögliche möglich zu machen, kann jedem Geschäftsmann nur empfohlen werden. Als Nutzenanwendung von diesem Beispiel ergibt sich: Seine geschäftlichen Gedanken bis zu einer gewissen Reife zu bringen, sich aber dann nicht etwa damit herumzuquälen, sondern die Ergänzung dazu zu suchen (durch fachmännische Beratung). Viele vergeuden viel zu viel Zeit mit neuen geschäftlichen Gedanken, sie wollen Herr ihrer Gedanken bleiben, niemand vor ihrer Ausführung damit bekanntmachen. Das hat den großen Nachteil, daß sie so nicht recht vom Fleck kommen. Gewiß ist auch Beratern gegenüber eine gewisse Vorsicht am Platze, aber es ist doch zweckmäßig, da nach Hilfe zu suchen, wo wir eben selber nicht mehr weiter kommen. Dabei müssen wir nun sehen, daß wir nicht von anderen überlistet werden, daß andere nicht den Gewinn aus unserer Denk- und Vorarbeit allein ziehen und wir nur das Zu- oder Nachsehen haben. Auf eine Sicherung, die das ausschließt, muß jede Geschäftspolitik bedacht sein. Danach aber sei man nicht kleinlich und überängstlich. Denn mit diesen Eigenschaften kann nichts von Belang geschaffen werden.

Geschäftspolitisch ist es viel wichtiger, auf die Vergrößerung des Absatzgebietes der absatzfähigen Menge, der Verbesserung der Beschaffenheit der Waren bedacht zu sein, als vor lauter Wettbewerbsfurcht ängstlich die Türen zu verschließen und anregende Fachgespräche zu vermeiden. Wie es immer vorteilhaft ist, mehr an den Aufbau zu denken, als den Fachkollegen scheu aus dem Wege zu gehen oder sie neidisch zu besehen. Gewerbetreibende und Händler sollten in den Fragen der Absatzmöglichkeiten kaufmännischer denken und handeln: Die Welt ist groß, und selbst der Orts- und Landesbedarf kann gehoben werden, und zwar der Menge und der Beschaffenheit nach. Die zweckmäßigste Geschäftspolitik ist die: Den Bedarf zu wecken, ihn anzuregen und ihn so zu befriedigen, daß alle dabei bestehen und leben können.

Nützlich ist es zudem, Wirtschaftspolitik zu treiben. Die Geschäftspolitik soll des eigenen Hauses Wohlstand mehren, und die Wirtschaftspolitik den des eigenen Landes und der Welt. Eine doppelte Aufgabe ist da zu erfüllen: Ausreichende Güterherstellung, Vervollkommnung und Verfeinerung der Güter und hierzu die geeignete Kaufkraft zu erstreben. Die Möglichkeiten der Güterherstellung für die Bedürfnisse der Zeit sind sehr groß, groß sind auch die Möglichkeiten des Verbrauchs. Einstweilen gilt es, den Verbrauchern auf die Beine zu helfen, daß sie kaufen können: mehr und Besseres als bisher. Das ist das, was man die Hebung der Kaufkraft nennt. Wer eine weitsichtige Geschäftspolitik betreibt, der wirkt auch darauf hin, daß sich die Verbrauchsmöglichkeiten bessern.

F. A. B.

Wie müßte ein wirklich brauchbares Gewindeschneideisen beschaffen sein?

Von E. Donauer

Es ist paradox, daß derjenige Beruf, dem die heikelsten Aufgaben der feinsten der feinen Feinmechanik zu bewältigen zugewiesen sind, eben der Uhrmacherberuf, verhältnismäßig am schlechtesten mit Gewindeschneidzeug bestellt ist. Sowohl der Praktiker wie der Theoretiker, der am Werkisch arbeitende Uhrmacher, wie die Autoritäten der Fachliteratur, sind darüber einig, daß unser einziges

Hilfswerkzeug zum Herstellen von Gewinden, das sogenannte Schneideisen, nur ein mangelhafter Notbehelf ist, und die Forderung nach etwas Vollkommenerem ist so alt wie dieses selbst. Wohl haben wir feine Schneidkluppen und in der Schweiz selbst ein Fabrikat von unerreichter Güte, ich meine die Erzeugnisse der Firma Reishauer, A.-G., in Zürich, allein da, wo unser Gebiet eigentlich beginnt, ist