

Die Erziehung des deutschen Volkes zur Sparsamkeit muß gründlicher sein!

In Umwandlung eines alten englischen Sprichwortes möchte ich sagen: „Sparsamkeit beginnt zu Hause!“ Sparsam sein, das muß uns wieder wie früher im Kindesalter anezogen werden, damit es ein Stück unseres Wesens werde. Denn im sparsamen Denken und Handeln liegt der Schlüssel für unsere wirtschaftliche Wiedererstarkung!

Sie werden nun, lieber Leser, vielleicht beruhigt und stolz an Ihre Brust schlagen: „Bei mir ist dieser Forderung genügt, denn seit Wochen wird grundsätzlich nicht mehr die geringste Anschaffung genehmigt!“ Da haben wir's. Leider hat sich der Aufruf zu sparsamerem Wirtschaften in dieser Form ausgewirkt. Überall beim Kundenbesuch die stereotype Formel: „Sehr schön, sehr nett, für später vielleicht, aber im Augenblick wird nichts gekauft.“ Auch bei den meisten Behörden strengstes Einkaufsverbot. So fallen wir eben von einem Extrem ins andere und überlegen gar nicht, daß ganz naturgemäß ein Wirtschaftsapparat sofort zum Erliegen kommen muß, wenn man ihn über Nacht der Möglichkeit beraubt, fortlaufend neue Werte zu schaffen. Durch solchen Mangel an wirtschaftlicher Einsicht machen wir doch selbst die Wiederkehr besserer Zeiten unmöglich. „Besserer Zeiten?“ so fragt man.

„Wo liegen denn überhaupt Möglichkeiten zur Besserung?“

Zunächst: bestimmt nicht darin, daß man dem laufenden Räderwerk in die Speichen fällt! Machen wir uns die Sache einmal an einem ganz einfachen Beispiel klar: Gesetzt den Fall, die Lichtrechnung erscheint Ihnen untragbar hoch. Was werden sie tun? Werden Sie beschließen, künftig mit Ihrer Familie ganz im Dunkeln zu leben? Das wird Ihnen gewiß nicht im Traume einfallen. Aber Sie werden – selbst wenn es eine Neuanschaffung bedingt – weniger starke Lampen einschrauben und werden außerdem dahinter her sein, daß unnötiger Stromverbrauch vermieden wird. Nicht wahr? Genau so müssen wir es heute in der ganzen Wirtschaft machen!

Wieder ein paar simple Beispiele aus Tausenden und aber Tausenden: Wer für die Geschäftsleitung bisher Stahlstichbriefbogen verwendete (je üppiger der Briefbogen, desto niedriger die Vergleichsquote!), wird sich mit einfachem Buchdruck begnügen. Kann auch sehr nett aussehen, wenn man's geschickt macht, und erweckt bestimmt mehr Vertrauen. – Wer seine Werbung auf Kunstdruckpapier druckte, wird zu billigerem Papier übergehen und dabei konstatieren (ich wette 100 gegen 1), daß der Erfolgsprozentsatz deswegen keinesfalls sinkt. – Wer beim Anzeigenentwurf glaubte, ohne verzwickteste Photomontagen nicht auskommen zu können, wird künftig ein wenig nachdenken müssen, wie man ohne dieses teure Beiwerk ein ebenso wirksames Inserat zustande bringt. – Haben Sie nicht auch das Empfinden, daß z. B. die häufige Verwendung von Gold und Silber in der Werbung (für Umschläge, als Druckfarbe, zur Dekoration usw.) ein wahrer Hohn auf unsere wirtschaftliche Lage war? Nur wenige Firmen hatten die Berechtigung, sich solchen Luxus zu leisten. Nun wird's wieder einfacher gehen müssen! – Ich will damit sagen: Es ist Pflicht, ruhig und systematisch weiterzuarbeiten; es ist aber auch

Pflicht, die Ausgaben den gegebenen Verhältnissen besser als bisher geschehen anzupassen.

Wie groß die Widersprüche in unserer heutigen Wirtschaft sind, sehen wir doch deutlich genug immer wieder bei Lohnverhandlungen. Da wird stets um den Pfennig geschachelt. Aber bei anderen Betriebsausgaben und Preisberechnungen sind wir längst nicht so genau. Bietet man einem Vertreter 20% an, so verlangt er 25 oder 30%. Wem fiel es etwa noch ein, an 21 oder 22 oder 22½ oder 23¼% zu denken? So „kleinlich“ ist man doch nicht! Bei den Zinsen, beim Skonto spielen Bruchteile von Prozenten ebensowenig wie die Pfennige noch eine Rolle! Behörden verlangen „20% Rabatt“, nicht 11 oder 12 oder 14, nein 20%. Das macht sich so hübsch rund und rechnet sich so einfach.

Der Vorschlag, überhaupt von der „Pfennigrechnung“ bei Rechnungen, Kontenführung und dergleichen „der Einfachheit halber“ abzugehen, schien gewiß den meisten, als er vor Jahren auftauchte und vielerorts durchgeführt wurde, gar nicht so absurd! Man wolle nur noch „runde Mark“ schreiben!

Die Verfechter dieser Idee hätte man damals steinigen müssen. Ihre Großzügigkeit (mit dem Gelde anderer!) war mit schuld daran, daß man allgemein die Achtung vor dem Pfennig verlor und in die heutige liebliche Situation hineinrutschte.

Wer Geld hat, der kann darüber verfügen wie er will, kann „großzügig“ sein, wenn's ihm behagt (aber dann behagt's ihm meistens nicht!).

Wer sich Geld pumpen muß, der hat die verdammt Pflicht und Schuldigkeit (wenn er ernst genommen werden will!), das Geld verbend anzulegen und so die Möglichkeit zur Rückzahlung der Schuld zu gewinnen.

Diese ganz plausible Forderung hat man sich bei uns nicht genug klargemacht. Je reichlicher das Geld aus dem Auslande floß, desto unsinniger wurde es verfan. Muß man dafür noch Beispiele geben? Ich glaube, es erübrigt sich! Aber schauen wir uns in dieser Hinsicht ganz kurz noch einmal den Haushalt des einzelnen an. Hätte man die von mir früher oft warm befürwortete „Konsumfinanzierung“ entsprechend vernunftgemäß gehandhabt, dann wäre sie sicher heute nicht so stark diskreditiert. Einem Geschäftsmann ein Motorrad, ein Auto, mit dem er die Intensität seines Schaffens vervielfacht, auf Teilzahlung zu liefern, ist durchaus richtig und wünschenswert. Anders beim jungen Mann, der sich durch den Besitz des Fahrzeuges (für reine Sport- und Vergnügungszwecke) neben den für ihn kaum tragbaren Raten nur noch weitere Ausgaben für den Betrieb, für Steuern, für Vergnügungsfahrten und „standesgemäßes Auftreten“ aufbürdet. Er soll so lange sparen, bis er den erforderlichen Betrag zusammen oder ... sich die Sache besser überlegt hat!

Falsch verstandene „Konsumfinanzierung“ hat in Deutschland die Kaufkraft breiter Massen auf Monate, auf Jahre hinaus vorweggenommen.

Der auf diese Weise in letzter Zeit erzielte, überraschend „flotte Geschäftsgang“ („Die ganze Welt steht bewundernd vor dem Phänomen des deutschen Wiederaufbaus“ – aus der Rede eines prominenten Wirtschaftsführers im Jahre 1929) war also eine Scheinblüte. Jetzt ist der Brunnen definitiv ausgeschöpft, und man wird sich vergebens nach neuen „Quellen“ umsehen. Es gibt nur eine, und sie heißt: „vernünftiger wirtschaften in Staat, Gemeinde und Haus! Wieder rechnen lernen! Den Pfennig wieder zu Ehren kommen lassen!“

Nur aus Erspartem kann neue Kaufkraft erwachsen.

(I/432)

Kleine Anzeigen, Gehilfengesuche, Reparaturanzeigen, Gelegenheitskäufe usw. gehören **in die UHRMACHERKUNST**