

Warum ist Wettbewerb nötig?

Die Erkenntnis von der Notwendigkeit des Wettbewerbs, also als das Ringen um die höchste Leistung, wie die Erkenntnis, daß der Wettbewerb — wie die gesamte Wirtschaft überhaupt — vom sittlichen Willen, von nationalsozialistischer Gesinnung die richtige Synthese finden lassen.

Wer aber den Wettbewerb will, muß auch die Werbung wollen, denn die Werbung geht dem Wettbewerb voraus. Wo immer jemand einen Einfluß geltend zu machen, einen Wunsch zu verwirklichen sucht, wo immer jemand mit geschäftlicher Mühe etwas zu erstreben und zu erlangen sucht, da wirbt er, es sei denn, daß nackte Gewalt oder Ausübung eines Zwanges ihm zu Hilfe kommen. Erst wenn von einer zweiten Seite die gleichen Absichten des Wünschens, Hoffens und Begehrens vorgebracht werden, tritt der Wettbewerb auf.

Da die Werbung eine solche ursprüngliche Erscheinung des gesamten gesellschaftlichen Lebens ist, so wird man wohl behaupten können, daß die Wirtschaftswerbung so lange besteht, wie man Güter und Dienstleistungen zum Kauf oder zum Tausch anbietet. Umfang, Methoden und Mittel der Werbung haben gewechselt und werden wechseln, aber grundsätzlich und letztlich wird es immer nur zwei Möglichkeiten geben, um Güter und Dienstleistungen anzubieten: die Werbung, die in Aufklärung, Erziehung und suggestiver Beeinflussung besteht und den Zwang.

Die Werbung des Handwerks

Der privaten Wirtschaft steht damit im wirtschaftlichen Kampf als einziges Mittel die Werbung zur Verfügung. Mit Hilfe der Wirtschaftswerbung verkauft sie ihre Waren und Leistungen, seitdem sie für den Markt produziert. Es gibt zwar Leute, die meinen, wo man einen einschlägigen Artikel bekommt, und das einzelne Geschäft, der einzelne Handwerksmeister brauche bei einem genau abgegrenzten Kundenkreis nicht mehr zu werben. Diese Auffassung geht an den Gegebenheiten des wirtschaftlichen Lebens vorbei. Das wirtschaftliche Leben rollt nicht in eingefahrenen Gleisen dahin. Niemand kann mit einem genau abgegrenzten Kundenkreis rechnen. Neue Produkte, neue Gewerbe verdrängen die alten. Neue Begabungen versuchen, sich ihren Platz zu erkämpfen. Schließlich aber — und diese offen liegende Tatsache scheint am häufigsten verkannt zu werden — ist es ganz unvorstellbar, daß irgend etwas, und sei es noch so groß und gewaltig, bekannt wird, wenn niemand dafür eintritt und wirbt. Auch die größte Erfindung kann nur durch eine umfassende Aufklärung und Werbung bekannt gemacht werden.

Dem kleinen verbogenen und verblichenen Pappschild, das in der Auslage so manchen Handwerksmeisters stolz und selbstsicher und doch so irrig verkündet: „Meine Ware ist meine beste Reklame“ ist die in einem Satz zusammengefaßte Geschäftserfahrung eines Mannes entgegenzuhalten, der es wirtschaftlich zu etwas gebracht hat. Vanderbilt sagte: „Wie kann die Welt wissen, daß du etwas Gutes zu verkaufen hast, wenn du den Besitz desselben nicht anzeigst? Hast du einen Dollar in ein Unternehmen gesteckt, so halte sofort einen zweiten Dollar bereit, um dieses Unternehmen bekannt zu machen“. Was nützt einem Handwerker seine ganze Tüchtigkeit, wenn niemand davon weiß. Freilich lehnt der Handwerksmeister es ab, und das spricht nur für ihn, mehr zu scheinen als zu sein, aber er hat es nicht notwendig, sich im wirtschaftlichen Leben mit der Rolle eines Mauerblümchens zu begnügen. Der Handwerker — Pfuscher zähle ich nicht dazu — galt von jeher als Repräsentant einer besonderen Leistung. Er muß wissen, daß jeder, der etwas leistet, die verdammte Pflicht und Schuldigkeit hat, seine Leistung

Kurzfilm aus Wien

Aufn.: Uhrmacherkunst

1. Über dem Geschäft des Bezirksinnungsmeisters Konrad Schalk fällt die große Straßenuhr auf.
2. Das Geschäft Halbkram zeichnet sich durch eine vornehme Front und erlesene Schaufensterdekoration aus.
3. Eine originelle Straßenuhr bei Liebewein: das Pendel im Ausschnitt unter dem Zifferblatt schwingt hin und her.
4. Ein großes Glasdach über dem Schaufenster ladet bei Wurm zum Verweilen bei schlechtem Wetter ein.
5. Auch bei Wagner ist der Blickfang des Schaufensterdienstes zu finden.
6. Die ausgezeichnete Geschäftsfrent eines kleinen Geschäftes. Alle Uhren gleiche Zeit.

