Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 14 (1938-1939)
Heft: 6

Rubrik: Das Megaphon

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 16.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Was einem englischen Geschäftsmann in der Schweiz auffällt

Ein Leser des « Schweizer-Spiegels » sandte uns einen interessanten Vortrag, den ein Engländer, R. A. Langford, im Efficiency Club in Zürich hielt. Wir veröffentlichen daraus einige Stellen, die uns besonders interessant scheinen.

Qualität

Es ist bewunderungswert, in welchem Mass der schweizerische Geschäftsmann, sowie das schweizerische Käuferpublikum im allgemeinen, Schundware ablehnen. Das geschieht in viel höherem Masse als in England. Auch England ist ja stolz auf die hohe Qualität seiner Waren, trotzdem findet man auf dem britischen Markt eine erstaunliche Menge von Schund. England ist eines der besten Absatzgebiete für Ausschussware, eine Konstatierung, die für die Schweiz durchaus nicht zutrifft. Dafür ist das Leben in der Schweiz bedeutend teurer als in England. Warum? Eben deshalb, weil der Schweizer Qualität verlangt. Die Mieten sind in der Schweiz deshalb höher, weil die Wohnungen komfortabler sind.

Der Schweizer ist ein Individualist. Er hasst die Massenproduktion, soweit er selbst als Käufer in Frage kommt. Die meisten Schweizer, die einmal in England waren, beklagen sich bitter über das dortige schlechte Essen. Ein Engländer ist immer wieder aufs neue erstaunt, mit welchem Ernst in der Schweiz das Problem der guten Küche diskutiert wird, ob ein gewisses Restaurant mit reiner Butter kocht oder nicht usw. Der Preis scheint keine Rolle zu spielen, nur die Qualität gibt den Ausschlag. Abgehetzte Geschäftsleute machen ohne weiteres Umwege von vielen Kilometern auf einer Geschäftsreise, um in einem Wirtshaus, dessen Küche als gut bekannt ist, zu speisen.

Bei meiner Arbeit mit zahlreichen schweizerischen Firmen, vor allem mit Importhäusern, ist mir immer wieder eine Antwort aufgefallen, wenn es sich darum handelte, den Verkaufspreis eines ausländischen Artikels festzusetzen: «Der Preis, den Sie vorschlagen, wäre für das schweizerische Publikum zu tief. »

Es ist also offenbar so, dass das schweizerische Publikum misstrauisch wird, wenn ein Artikel weniger kostet als die Sache wert scheint, oder als man bis jetzt für einen ähnlichen Artikel bezahlte.

In der Schweiz ist der Preis nur dann ausschlaggebend, wenn es sich um ein standardisiertes Massenprodukt handelt.

Misstrauen

Es gab eine Zeit, da wurden auch in der Schweiz zahlreiche Geschäfte bei einem Glase Wein abgeschlossen. Solche mündlichen Abmachungen erforderten natürlich von beiden Seiten weitgehendes Vertrauen. Diese Zeiten sind heute endgültig vorbei. Es scheint mir aber, dass die Schweizer in besonderem Mass misstrauisch sind, sobald irgendeine geschäft-

Vater: Die Lehr' ist aus, du trittst ins rauhe Leben,
Kopf hoch, benimm dich flott und kleid dich gut.
Auf rechtes Können schaut man und daneben
auf's Aeußere auch. Und aus der Flut
der Kleider-Angebote merk dir dieTuch A.-G.
die Qualität mit Eleganz vereint.
Reis' glücklich, lieber Sohn, und geh
den graden Weg, der mir der rechte scheint!

Gute Herrenkonfektion ist preiswert in Tuch AG.-Verkaufsgeschäften erhältlich:

Basel, St. Gallen, Luzern, Schaffhausen, Winterthur, Arbon, Chur, Frauenfeld, Glarus, Herisau, Olten, Romanshorn, Stans, Wohlen, Zug, Zürich.

Depots in Biel, Interlaken, Thun, Bern, La Chaux-de-Fonds

liche Transaktion in Frage kommt. Das ist um so merkwürdiger, als das Schweizervolk für seine Ehrlichkeit allgemein bekannt ist. Trotzdem werden die meisten geschäftlichen Transaktionen in der Schweiz so durchgeführt, wie wenn man es mit einem Partner zu tun hätte, der bereit wäre, jede Möglichkeit zum Betrug auszunützen. Dieses Misstrauen, das in den meisten Fällen doch gar nicht begründet ist, hat zur Folge, dass man es für nötig hält, weitschweifige Verträge aufzusetzen gegen alle und mögliche Eventualität.

In Wirklichkeit ist es doch so, dass ein Geschäft abgeschlossen wird, weil beide Parteien ihren Vorteil dabei finden. Man verhält sich aber so, als ob man mit einem Partner zu tun hätte, der mit dem Vertrag sofort zu einem Rechtsanwalt ginge und versuchte, die schwachen Stellen herauszufinden, um einen Grund zu haben, die ganze Transaktion nichtig zu erklären, bevor der Kontrakt überhaupt ausgeführt wurde.

Die Krise hat den schweizerischen Geschäftsmann offenbar noch misstrauischer gemacht, als er schon vorher war. Besonders kleinere Geschäftsleute scheinen von der Voraussetzung auszugehen, dass man jede Gelegenheit ergreift, um sie zu betrügen. Um mit ihnen Geschäftsbeziehungen zu unterhalten, bleibt deshalb nichts anderes übrig, als das menschliche Element vollkommen auszuschalten. Freundschaftliche Beziehungen haben im schweizerischen Geschäftsleben erstaunlich wenig Platz. Wenn Freunde einander in geschäftlichen Angelegenheiten schreiben, dann wird die Freundschaft vollkommen vergessen, und sie schreiben einander wie komplette Fremdlinge.

Ein Engländer, der vor einigen Jahren die Leitung einer grossen englischen Fabrik übernahm, begann denjenigen schweizerischen Firmen, welche in den Büchern seines Vorgängers als die wichtigsten Kunden ausgewiesen waren, die üblichen Antrittsbesuche zu machen. Das Ziel dieser Besuche war, nach bester englischer Tradition den nötigen persönli-

chen Kontakt herzustellen, damit sich die zukünftigen geschäftlichen Beziehungen auf einer persönlichen und freundschaftlichen Basis abwickeln würden. Zu seinem Erstaunen wurde er aber überall mit offenem Misstrauen empfangen. In vielen Fällen bot man ihm nicht einmal einen Stuhl an. Es brauchte drei Besuche bei jedem seiner Kunden, um sie zu überzeugen, dass es ihm nur darum zu tun war, ihre Bekanntschaft zu machen, und nicht darum, ihnen etwas zu verkaufen oder einen Preisaufschlag mitzuteilen. Aber sogar dann stand der Engländer bei seinen Schweizerkunden noch lange Zeit im Geruch, ein exzentrischer und ungeschäftlicher Mensch zu sein.

Typischerweise ist auch in der Schweiz das humoristische Inserat beinahe unbekannt, obschon in andern Ländern der Humor mehr Bier, Benzin, Seife oder Sardinen verkauft, als irgendein anderer Reklamestil. In der Schweiz hingegen wird das Kaufen und Verkaufen als eine zu ernste Angelegenheit angesehen, um Humor damit zu verbinden.

Fehlende Zusammenarbeit

Die technische Organisation der durchschnittlichen schweizerischen Firma ist ausgezeichnet, der schwache Punkt liegt hingegen in der Zusammenarbeit. Trotz allen Vereinen und Verbänden findet man in der Schweiz kaum eine einzige Branche, welche wirklich zusammenarbeitet. Der Schweizer ist ein ausgesprochener Individualist. Als Privatmann kommt er zwar mit seinen Nachbarn gut aus, ist er freundlich und zuweilen gesellig. Aber im Geschäftsleben verhält er sich ganz anders. Zugegeben, das Geschäftsleben ist ein ununterbrochener Kampf. Wenn man sich nicht selbst hilft, wird einem von niemandem geholfen.

Vor einiger Zeit gründete ich einen Sportklub in Zürich. Der neue Rugby-Club stiess bei der Zürcher Sportswelt auf ein erstaunliches Interesse, wenn man bedenkt, dass das Spiel bis jetzt hier praktisch unbekannt war. An der Gründungsversammlung waren 60—70 Personen anwesend. Es wurde aber leider sehr bald offenbar, dass sehr viele nicht deshalb mitmachten, weil sie sich für Rugby interessierten, sie dachten viel mehr an ihre eigenen privaten Interessen. Die einen waren Versicherungsagenten, die andern Schneider, die dritten Angestellte von Sportgeschäften. Nach zwei Monaten glich der Klub allem anderen als einem Sportklub. Nun entspricht es allerdings einer schweizerischen Gewohnheit, dass die schweizerischen Geschäftsleute die Vereine zu geschäftlichen Zwecken missbrauchen. Das ist meiner Ansicht nach ein grosser Fehler. Diese Verkuppelung ist schlecht für

Du schabst den Bart Dir angenehm
mit Steinfels guter Zephyr-Crème.

MINERVA Zürich
Rasche und gründliche MATURITÄTsvorbereitung
HANDELS-DIPLOM
Spezialkurse: Ausbildung zur Arztgehilfin
Bücherrevisorenkurs

Montana
Voralpines Klima (1000 m ü. M.)
Kant. Gymnasial- und Handelsmatura.
Ferienkurse: Juli/August
Englische, holländ. u. ital. Abitur.
Sämtl. Prüfungen i. d. Schule selbst.
Handelsabteilung in deutscher und
französischer Sprache. Wintersport.
Mod. Sportanlagen. Werkstätten.
Zugerberg
Institut Felsenegg angegliedert

das Geschäftsleben wie für das Vereinsleben.

In meinem Klub erwies es sich zuerst als nötig, alle die Elemente, welche Nebenzwecke verfolgten, auszuschalten, bis ein Kern richtiger Sportsleute zurückblieb. Aber sogar dann zeigte es sich, dass persönliche Interessen immer noch stärker waren, als die Interessen des Klubs. Es brauchte viel Zeit, viel Auseinandersetzungen und einzelne Ausschlüsse, bevor endlich der richtige Geist der Zusammenarbeit vorhanden war. Die Klubmitglieder hatten sozusagen zuerst sowohl im Klubraum wie im Spielfeld eine Schule der Gemeinschaftserziehung durchzumachen.

Dieser Mangel an Zusammenarbeit ist meiner Ansicht nach der grösste Fehler, den das schweizerische Geschäftsleben vorläufig aufweist, ein Fehler, der allerdings sehr tief liegt. Das gegenwärtige Erziehungssystem ist hauptsächlich darauf gerichtet, reine Kenntnisse zu vermitteln (mit grossem Erfolg), man legt zu wenig Wert darauf, den Charakter im Sinne des Gemeinschaftsprinzipes zu formen.

Ihre eigene Person möge als Beispiel dienen. Sie sind ein Geschäftsmann. Als solcher beklagen Sie sich ständig über ungenügende Preise. Am Abend aber, wenn Sie heimkommen und erfahren, was Ihre Frau für einen neuen Hut, einen Teppich oder irgendeine Delikatesse für das Abendessen bezahlt hat, beginnen Sie sofort über die hohen Lebenskosten zu schimpfen. Diese Szene spielt sich jeden Abend in Tausenden von schweizerischen Haushaltungen ab. Es scheint mir, Sie und die ganze schweizerische Nation, Sie wissen nicht, ob Sie wünschen, dass die Preise fallen oder steigen. Insofern Sie verkaufen, wünschen Sie steigende Preise, als Käufer wünschen Sie fallende Preise. Nicht nur der sogenannte Mann in der Strasse bewegt sich in diesen Widersprüchen, auch die Regierung. Meiner Ansicht nach können die Schweizer nie die sogenannte Krise richtig überwinden, be-

vor sie wissen, welche Politik man in dieser Beziehung anschlagen soll.

Das Weekend

Es bleibt mir rätselhaft, wieso die Schweizer, welche doch sonst so rasch jede praktische Neuerung aufgreifen, nicht schon lange die Vorteile des englischen Weekend einsehen. In England ist der Samstagnachmittag dem Sport und jenen Veranstaltungen reserviert, welche auf dem Kontinent an einem Sonntag abgehalten werden. Der englische Geschäftsmann kommt am Montag vollkommen ausgeruht ins Geschäft, weil der Sonntag für ihn einen richtigen Ruhetag bildet. Der kontinentale Europäer aber beginnt die Woche oft übermüdet von den Nachwirkungen des allzu anstrengenden Sonntags.

Ausserdem scheint mir ein schweres Mittagessen um zwölf Uhr sehr wenig fördernd für ein klares Hirn und anstrengende geistige oder körperliche Arbeit am Nachmittag. Die Mittagspause von zwei vollen Stunden ist ausserdem viel zu lang. Sie muss ausgeglichen werden durch längere Arbeitszeit am Nachmittag.

Das englische System wurde zwar von einigen schweizerischen Firmen ausprobiert, der Widerstand war aber zu gross. So blieb es leider beim alten. Für die junge Generation, welche keinen Mittagsschlaf macht, hat das jetzige System den Nachteil, dass sie zwischen zwölf und zwei Uhr eine absolut sinnlose Stunde zur Verfügung hat, dafür aber abends nicht früh genug aus dem Bureau kommt, um noch etwas Tennis zu spielen oder sonst einen Sport zu treiben, der Tageslicht erfordert. *R. A. Langford.*