

Zeitschrift: Schweizer Spiegel
Herausgeber: Guggenbühl und Huber
Band: 5 (1929-1930)
Heft: 5

Artikel: Keine Branche bietet grössere Aussichten als die Ihre
Autor: Vlissingen, Arthur van
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1065133>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.05.2025

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

Keine Branche bietet grössere Aussichten als die Ihre

Von Arthur van Vlissingen Jr.

Ein Landjunge, weit hinten in Dixon- Illinois, wunderte sich, was passieren würde, wenn er auf den Hebel drücken würde. Der Knabe war jung Charlie Walgreen, Sohn eines sparsamen Farmers, der sich ins Privatleben zurückgezogen hatte. Während der Sommerferien arbeitete er in einer Aushilfsstelle in der lokalen Schuhfabrik. Eines schönen Tages während der Mittagspause bestaunte er eine Maschine, von der er keine Ahnung hatte, zu was sie da sei. Ein Hebel fesselte seine Aufmerksamkeit. Er konnte der Versuchung nicht widerstehen, darauf

zu drücken. Die Maschine setzte sich plötzlich in Bewegung, und mit einem Druck von mehreren hundert Zentnern wurde ihm der vordere Teil eines Fingers der linken Hand schön sauber abgedrückt. Dafür war nun die Maschine natürlich eigentlich nicht da, aber auch als Fingerabschneider arbeitete sie vor-

züglich. Der Doktor verband den Finger und sandte den Patienten heim.

Er verzichtete darauf, ihm Anweisungen mitzugeben darüber, was er tun und was er nicht tun dürfe, denn er fand es ziemlich selbstverständlich, dass ein Knabe, der den dritten Teil eines Fingers verloren hat, an diesem Tag nicht mehr viel anfängt. Er war deshalb nicht wenig erstaunt, wie der junge Mann am gleichen Abend zu ihm kam, und zwar mit einem durch und durch blutgetränkten Verband.

«Was Teufels hast du angestellt?» erkundigte er sich.

Charlie antwortete, wie Knaben in solchen Fällen zu antworten pflegen: «Nichts».

«Wieso hat denn dein Finger zu bluten angefangen?»

«Oh, ich habe ein paar Stunden Tennis gespielt, vielleicht kommt das daher», gab der Bursche zu.

Der Doktor, ein ehemaliger Militär-

Es gibt sehr wenig „neue Wege“, seinen Lebensunterhalt zu verdienen

«Für jeden, der ein neues Tätigkeitsgebiet herausfindet, das von Dauer ist,» sagt Mr. Walgreen, «entfallen hunderte, welche neue Branchen bearbeiten, die niemanden irgendwohin bringen. Diejenigen, welche glauben, in den alten bekannten Branchen könne man nichts verdienen, irren sich, und zwar gewaltig. Unsere Gesellschaft beweist das. In keiner Branche ist die Konkurrenz so gross wie im Drogeriegeschäft, und trotzdem gelingt es uns, einen grossen Umsatz zu erzielen und hübsch zu verdienen. Natürlich taucht von Zeit zu Zeit ein neues Gebiet auf, wie z. B. die Autoindustrie, welches ein paar Leute zu Erfolg und plötzlichem Reichtum führt, aber die meisten von uns werden immer damit zufrieden sein müssen, auf die alte bekannte Art ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Ich bin überzeugt, der durchschnittliche Mann hat in den alten bekannten Tätigkeitsgebieten viel mehr Chancen, vorwärts zu kommen und ein viel geringeres Risiko auf Misserfolg, trotzdem die Leute sagen, diese Branchen seien überfüllt.»

Charles R. Walgreen.

arzt, hatte eine gute Vorstellung davon, was man von Knaben erwarten kann, wenn sie einigermaßen ernstlich verletzt wurden. Er begriff, was dieses spezielle Verhalten für Rückschlüsse auf den Charakter zuliess. Mit Mühe hielt er sein Gesicht in ernsten Falten, während der Junge seine Erklärungen abgab. Dann lehnte er sich in seinen Stuhl zurück und lachte schallend.

« Dein Verhalten mag blödsinnig sein », sagte der alte Doktor, « aber mich soll der Schlag treffen, wenn aus Dir nicht noch mal was wird ».

Wenn jung Walgreen seinen Finger nicht verletzt hätte, hätte er vielleicht den Doktor nie näher kennen gelernt, denn er war ein Junge, der sonst nie krank war. Wenn er nicht an diesem Nachmit-

tag Tennis gespielt hätte, wäre der Doktor vielleicht nie auf ihn aufmerksam geworden. Aber seit diesem Zwischenfall betrachtete der alte Armeearzt jung Walgreen nicht nur mit Sympathie, sondern mit einer gewissen Hochachtung, und das Resultat davon war, dass er ihm eine Stelle in der Dorfapotheke ver-

schaffte. Der Junge hatte keine besondere Neigung zum Drogistenberuf, und nie war ihm der Gedanke gekommen, er könnte in dieser Branche seinen Lebensunterhalt verdienen.

Wenn er Ihnen den Beginn seiner Karriere erzählt, legt er grossen Wert

darauf, klarzustellen, dass es der reine Zufall war, welcher aus ihm einen Drogisten machte. Wenn er in einer Bank angefangen hätte, hätte es ihm wahrscheinlich ebenso gut gefallen, und er wäre einer der prominentesten

Bankleute des Landes geworden. Die meisten Menschen, welche Erfolg hatten in einer bestimmten Branche, hätten ebenso sehr Erfolg in irgendeinem andern Gebiet gehabt. Das ist eine Tatsache, die sehr oft übersehen wird.

Nachdem jung Walgreen einige Zeit in der Dixon-Drogerie gearbeitet hatte, bekam er das Gefühl, in einer grössern Stadt hätte er grössere Chancen. Chicago ist nicht sehr weit weg von Dixon. Er kündigte seine Stelle und nahm den Zug nach Chicago.

Einmal mehr entschied das Schicksal,



Charles R. Walgreen ist Verwaltungsratspräsident und Haupteigentümer der Walgreen Company, einer Gesellschaft, welche über 100 Drogerien in Chicago und andern Städten des amerik. Mittelwestens betreibt. Der Totalumsatz dieser Läden beträgt über 50 Millionen Franken jährlich.

oder wenn man will, der Zufall für ihn. Das Schicksal erschien in Gestalt einer Chicagoer-Zeitung, welche er im Zug aufgelesen hatte. Er studierte natürlich die Abteilung «Jugendliche Hilfskräfte». Ein kleines Inserätlein sprach ihn besonders an. Diese Anzeige entflammte seine Phantasie. Sie schien wie gemacht für ihn. Ein Drogist suchte einen Lehrling, um im Laden zu helfen und gab ihm gleichzeitig Gelegenheit, den Apothekerberuf zu erlernen.

Ein Polizist zeigte ihm den Weg zu der angegebenen Adresse. Glücklicherweise war der Laden nur zwei Querstrassen entfernt. Innerhalb fünf Minuten vernahm der Drogist des Bauernbuben atemlose Anmeldung für seine erste Stadtstelle, und so überzeugend wusste der Junge zu sprechen, dass er sofort die Stelle bekam — neun Minuten nach seiner Ankunft in der Großstadt.

Er war ein guter Angestellter, er gibt es selbst zu. Er arbeitete ungefähr 16 Stunden täglich in jener Wellsstrasse-Apotheke. Als er schliesslich fort ging, war es, um eine Stelle in einem kleineren Laden anzunehmen, welche ihm mehr freie Zeit liess zum Studium der Pharmakologie. Schliesslich machte er die Prüfung und durfte nun hinter seinem Namen die Buchstaben R. Ph. Registered Pharmacist, d. h. gelernter Apotheker, setzen.

Dann aber ging die Sache irgendwie nicht mehr so recht vorwärts. Er arbeitete bald da, bald dort und machte seine Rezepte schlecht und recht. Dann kam der spanisch-amerikanische Krieg. Er liess sich anwerben, bekam aber bald Malaria und gelbes Fieber. Wie er nach Chicago zurückkam, konnte er zwar wie-

der in seine alte Stelle eintreten, aber diese nicht behalten, seine Gesundheit war nicht gut genug. In einer neuen Anstellung, die weniger anstrengend war, aber die deswegen auch weniger Zukunftsmöglichkeiten bot, ging es besser. Seine Gesundheit kam zurück. Der Inhaber der Drogerie, in der Walgreen arbeitete, wünschte sich zurückzuziehen. Wie so viele Geschäftsleute in gleicher Lage, war er bereit, das Geschäft seinem ersten Verkäufer zu günstigen Bedingungen zu übergeben. Der Laden war nicht sehr viel wert. Walgreen hob sein Sparkassenbüchlein ab, entlehnte den Rest mit Mühe und Not von Freunden und konnte so schliesslich die verlangte Anzahlung machen. Es dauerte vier Jahre, bis die Schuld abgezahlt war, aber nach vier Jahren war er Eigentümer des Geschäftes und arbeitete auf eigene Rechnung.

Er nahm einen tiefen Atemzug, schnallte den Gürtel einige Löcher enger und überblickte das Feld. Der Ausblick war alles andere als ermutigend. Walgreen wurde, um die Wahrheit zu sagen, ausserordentlich deprimiert.

«Das Schicksal», dachte er, «hat mir einen schlimmen Streich gespielt, dass es mich ausgerechnet in die Drogeriebranche gestossen hat.» Es gab in Chicago viel zuviel Drogerien. Aber was blieb ihm anderes übrig, als zu versuchen, mit dem Laden, der ihm nun einmal gehörte, wenigstens die nackten Lebenskosten aufzubringen? Die Sache schien hoffnungslos. Mit diesem kleinen Aussenquartierladen konnten einfach keine grösseren Umsätze erzielt werden. Mit der Zeit gab er sogar den Versuch auf. Immer häufiger sah man ihn nachmittags im Kino oder bei Fussballspielen. Seine Vormit-

tage verbrachte er in der City, « um etwas Günstigeres zu suchen ».

Das Geschäft lief weiter unter Aufsicht eines Angestellten. Walgreen war nur mit halbem Herzen dabei.

Hier war ein Mann, 35 Jahre alt, dem Geschäft und Leben verleidet waren. Das Geschäft ging langsam abwärts, sein Leben glitt wie Wasser durch seine Hände und trotzdem tat er nichts, um eine Aenderung herbeizuführen.

Es kommt sehr selten vor, dass ein Mann, der bis zum 30. Altersjahr nur bescheidene Fähigkeiten gezeigt hat, plötzlich einen Purzelbaum schlägt, in der gleichen Umgebung Erfolg hat und innerhalb weniger Jahre in seinem Gebiet zu nationaler Bedeutung kommt. Genau das tat Charles R. Walgreen.

« Als ich diesen kleinen Laden führte », gesteht er selbst, « war kein Grund, zu glauben, dass ich jemals etwas Grösseres leisten sollte. Jedermann, der mich kannte, nahm als selbstverständlich an, dass mich das Jahr 1930 immer noch als bescheidenen Detaillisten antreffen werde, mit einem bescheidenen Laden und einem bescheidenen Einkommen.

Selbstverständlich war ich mit der Situation nicht zufrieden. Ich wünschte etwas Besseres, aber ich suchte ganz unbestimmt für irgendeine Gelegenheit in einem andern Tätigkeitsgebiet.

Ein guter Freund von mir war Getreideagent in Chicago. Ich selbst spekulierte zwar nie in Getreide, aber ich verbrachte einen grossen Teil meiner Zeit im Bureau meines Freundes, so dass ich mit der Zeit fast alle seine regulären Kunden kennen lernte.

Ohne dass sie es wussten, taten die meisten Leute das Gleiche, was ich tat :

Sie suchten eine Möglichkeit, schneller reich zu werden, und zwar in einem Feld, das ausserhalb desjenigen lag, das sie am besten kannten. Den meisten ging es nicht allzugut. Die Leute, welche wirklich Geld machten, waren wie in jeder andern Branche die Professionellen, d. h. hier die berufsmässigen Händler, welche ihre ganze Zeit, ihre ganze Energie und ihr ganzes Denken darauf konzentrierten.

Eines Tages, wie ich mit einem der Kunden, welcher soeben mehr Geld verloren hatte, als er eigentlich aufbringen konnte, plauderte, ging mir plötzlich ein Licht auf. Ein Gedankengang startete, der vorher nie mein Hirn durchkreuzt hatte. Die nächste Minute fand mich in einer ruhigen Ecke, wo ich das ganze Problem sorgfältig durchdachte. Ich dachte vielleicht eine halbe Stunde lang, vielleicht mehr, aber wie ich fertig war, wusste ich eine Wahrheit, welche von da an für meine ganze Geschäftstätigkeit massgebend war.

Dieses Grundprinzip war folgendes : Der durchschnittliche Mann hat in denjenigen Berufen die grösste Chance, in denen er bereits arbeitet, dort, wo er bereits tätig ist, gleichgültig, auf welcher Sprosse der Stufenleiter er steht. Dort kann er schneller vorwärts kommen als in irgendeiner andern Branche.

Ausnahmen bestätigen die Regel. Das gilt natürlich nicht z. B. für einen Reisendentyp, der mit Gewalt erfolglos den Posten eines Buchhalters auszufüllen versucht. Aber der durchschnittliche Mann, der, wie ich selbst, keine speziellen Talente hat, tut besser daran, in der Branche zu bleiben, die er bereits kennt. Wenn jemand nur wenige Jahre darauf verwandt hat, eine bestimmte Branche zu

erlernen, so ist er eben gerade um so viel weiter, als er wäre in einem Feld, das er nicht kennt und genau um so viel hat er Vorsprung gegenüber jedem, der von aussen in diesen Geschäftszweig hineinkommt.

In dem Moment, wo ich diese einfache Wahrheit begriff, blieb mir nichts anderes übrig, als in der Drogeriebranche vorwärts zu kommen. Ich sah, dass ich viel Zeit verloren hatte, «um etwas Besseres» zu suchen. Ich war entschlossen, unter allen Umständen in meinem eigenen Geschäft Geld zu verdienen. Ich beschloss, meine ganze Energie auf meinen eigenen Laden zu konzentrieren.»

Das war vor 15 Jahren. Heute hängt das Firmenschild «Walgreen Company», deren Verwaltungsratspräsident und Hauptaktionär Charles R. Walgreen ist, über mehr als 100 Filialen im Mittelwesten, und jeder einzelne Laden rentiert. Aber wir wollen nicht vorgreifen.

Nachdem Walgreen in dem kleinen Bureau des Getreideagenten diesen Entschluss gefasst hatte, war er plötzlich versöhnt mit dem Schicksal, «das ihn in die Drogeriebranche gestossen hatte». Er begann, für das Geschäft zu arbeiten, zu denken und zu planen, so wie er es nie vorher getan hatte. Er begann seine Theorie, dass für einen Drogisten das Drogeriegeschäft die meisten Aussichten bietet, um vorwärts zu kommen, in die Tat umzusetzen.

Wie Walgreen an jenem Nachmittag zum Laden zurückkehrte, bemerkte er, dass dieser lange nicht so attraktiv ausschaute, wie es wünschenswert gewesen wäre. Er und sein Verkäufer begannen, ihn aufzufrischen. Sie unternahmen eine Generalreinigung. Der Staub wurde von den Waren weggewischt, Flaschen, Büchsen und Seifen wurden auf dem Gestell und in den Schaukästen sorgfältig arrangiert. Alles Glas wurde scheinend hell gewaschen und der Boden so lange gereinigt, bis der Platz wie eine holländische Küche aussah.

Dann begannen sie das Geschäft so zu entwickeln, als ob es sich um den grössten Sport handeln würde. Man erinnert sich jetzt noch in der Nachbarschaft an ein Spiel, das sie erfanden. Walgreen selbst freut sich, sich daran zurückzuerinnern.

«Wenn jemand aus der Nähe telephonierte, hielt ich jeweilen meine Hand auf, um die Aufmerksamkeit des Verkäufers zu erregen. Dann wiederholte ich laut:

«Jawohl, Frau Hasbrook, fünf Stück

X-Seife, eine kleine Flasche Kamphergeist, ein Paket Watte, eine Flasche Hustensirup. Ist das alles? Ein schöner Tag heute, Frau Hasbrook! Wissen Sie schon, dass...»

Und ich fuhr fort, zu plaudern über alles, was mir nur in den Sinn kam. In dem Moment, in dem ich meine Hand aufhielt und den Auftrag der Kundin wiederholte, sprang mein Verkäufer im Laden herum, um die Sachen zusammenzustellen. Und der Ausläufer mit einem Grinsen über sein ganzes, freundliches, schwarzes Gesicht nahm bereits den Rock vom Nagel. Und ein paar Sekunden, nachdem die Kundin den Auftrag fertig erteilt hatte, sprang der Ausläufer bereits mit den Waren die Strasse hinauf.

Ich meinerseits hielt die Kundin am Telefon, bis ich die Worte hörte: «Nur einen Augenblick, bitte, Herr Walgreen, es läutet jemand.»

Dann lachte ich und wartete. In einer Minute kam die Frau zurück:

«Aber, Herr Walgreen, das ist ja der Auftrag, den ich soeben erteilte. Wie in aller Welt ist diese schnelle Bedienung menschenmöglich? Das ist ja grossartig. Es kann ja nicht mehr als eine halbe Minute verflossen sein, seitdem ich Sie anrief. Das muss ich heute abend meinem Mann erzählen.»

Mit der Zeit kamen die Leute vom ganzen Quartier, um bei uns zu kaufen, zum ärgerlichen Erstaunen von näher gelegenen Drogerien. Und bald kamen Drogisten aus andern Teilen der Stadt, um herauszufinden, worauf mein Erfolg beruhe. Sie können sich vorstellen, welchen Eindruck das auf mich machte. Ich sah die Sache wirken in meinem eigenen kleinen Laden. Meine Idee stimmte. Und ich bewies es. Bereits fühlte ich die Wirkung. Aber selbstverständlich lehnte ich mich nun nicht in meinen Stuhl zurück, sondern sass nur auf dem Rand, immer bereit, aufzuspringen und etwas zu verbessern.»

Eines Tages kam ein ehemaliger Chef von Walgreen, der nicht weit weg von ihm mit Erfolg eine Drogerie betrieb, in den Laden. Er hatte von dem wundervollen Zustellungsdienst gehört und wie Walgreen prosperierte. Er war ein paarmal draussen vorbeispaziert und schliesslich kam er hinein: «Kaufen Sie meinen Laden!» sagte er zu dem erstaunten Musterdrogisten. «Sie werden mit zwei Läden mehr verdienen als mit einem. Ich bin sicher, Sie

können mit meinem Laden Geld machen, wie ich selber damit Geld gemacht habe. Ich will mich vom Geschäft zurückziehen und Sie scheinen mir der Mann, welcher mit meinem Geschäfte am meisten anfangen kann.»

So kam es, dass Walgreen einen zweiten Laden kaufte. Der Kaufpreis betrug 15,000 Dollars. 5000 Dollars waren anzuzahlen, jedes Jahr war eine weitere Rate von 3500 Dollars fällig. Um die Anzahlung zu machen, musste er wieder Geld entleihen, aber diesmal fand er, dass jedermann bereit war, ihm Geld zu leihen.

Inzwischen hatte er eine Tatsache vergessen, die er früher genau gewusst hatte: Nämlich, dass in Chicago viel zu viel Drogerien sind. «Auch jetzt noch sind in Chicago viel zu viel Drogerien», wird er Ihnen heute schmunzelnd bestätigen, wenn er Ihnen mitteilt, dass er in den nächsten Wochen fünf oder sieben neue Filialen in Chicago eröffnet. «Es gibt zu viel Drogerien, aber nicht genug Walgreen-Drogerien, das ist, was ich lernte, sobald ich meinen zweiten Laden kaufte.»

Das nächste wichtige Ereignis kam ein Jahr oder zwei später. Walgreen bemerkte im Haus gegenüber seinem Laden ein Plakat «Zu vermieten».

«Hoffentlich», dachte er, «kommt nicht eine Konkurrenz dorthin, denn dann hätten wir an Stelle einer Drogerie, welche verdient, deren zwei, welche mit Verlust schaffen.»

«Wissen Sie, jedesmal wenn jemand den Laden vis-à-vis ansehen kam, bekam ich Magenschmerzen», gibt Walgreen heute zu. Und es verging kein Tag, dass mir nicht zwei oder drei Kunden erzählten:

«Wissen Sie schon, wer in den Laden gegenüber kommt? Eine andere Drogerie.»

Das gab mir auf die Nerven, denn ich brauchte jeden Rappen, den meine beiden Läden abwarfen, zur Bestreitung der Ratenzahlung des zweiten Geschäftes.

Um schliesslich das Risiko auszuschalten, eröffnete Walgreen einen Laden ein paar hundert Meter weiter weg an der Michigan Avenue. Das war nicht ungefährlich, denn dadurch verschuldete er sich noch mehr, aber er fand heraus, dass er auf diese Weise mit einem kleineren Inventar pro Laden auskam, da die Waren zwischen den drei Läden ausgewechselt werden konnten.

Die gefürchtete Konkurrenz vis-à-vis kam nicht. Man richtete dort ein Restaurant ein.

Und mit den drei Läden ging auch der Gewinn in die Höhe, ganz abgesehen von dem Vergnügen, das Walgreen hatte, einem grösseren Betrieb vorzustehen.

Wie er nun sah, dass seine Einnahmen immer anwuchsen, konnte er einen immer grösseren Teil des Reingewinnes darauf verwenden, sich auszudehnen. Als er konstatierte, wie rasch der dritte Laden Fortschritte machte, eröffnete er einen vierten und dann einen fünften und sechsten Laden. 1912 hatte er zwei Filialen, 1913 fünf, Ende 1916 bereits neun, 1918 vierzehn, 1920 dreiundzwanzig, 1922 neunundzwanzig, 1924 neunundvierzig, 1925 über neunzig.

Die Walgreen Company ist heute das am schnellsten wachsende Geschäft seiner Art. Sein Umsatz verdoppelt sich mindestens alle zwei Jahre.

Wenn man Charles R. Walgreen in seinem luxuriösen Bureau gegenüber sitzt, kann man sich kaum vorstellen, dass der gleiche Mann einmal ein bescheidener Ausenquartier-Drogist war, unzufrieden und mutlos.

Das ganze Milieu machte seinen Anfang irgendwie unwirklich. Die Bureaus der Gesellschaft atmen geradezu Erfolg. Die Atmosphäre ist geladen mit Geschäftigkeit, Aktivität, Fortschritt.

«Der ganze Grund meines Erfolges», sagt C. R. Walgreen, «kommt durch meine geänderte Einstellung. Von dem Moment an, wo ich mit vollem Herzen bei der Sache war, kam ich vorwärts. Die meisten Leute, welche es zu nichts bringen, verhalten sich genau gleich wie ich mich am Anfang verhalten habe. Sie sehen keine Möglichkeit, vorwärts zu kommen, und so sagen sie, es verlohne sich doch nicht. Sie kommen nicht vorwärts, weil sie immer auf der Suche sind nach etwas, das mehr Chancen bietet.»

«Ich komme von Zeit zu Zeit mit einem Mann zusammen, der in den alten Tagen in der Nähe von mir einen kleinen Laden besass. Wir hatten ungefähr die gleichen Ansichten, obschon er selbst eine Spezereihandlung hatte und keine Drogerie. Er war auch einer von denen, die immer suchten, sich zu verbessern. Und wie er eine Möglichkeit hatte, die scheinbar mehr Chancen bot, als sein eigenes Geschäft, nahm er sie an. Der Erfolg blieb aus und er wechselte wieder. So probierte er dies und das und eines Tages kam er auch zu mir, um mir irgendeinen Artikel zu verkaufen, dessen Vertretung er momentan innehatte.

Ich sah gleich, dass es ihm nicht gerade glänzend ging und fragte ihn, warum er nicht wieder zum Spezereigeschäft zurückkehre.

«O, in jener Branche ist nichts mehr zu holen», versicherte er mir. «Es gab schon zu viele Spezereihandlungen in Chicago, als ich noch meinen Laden hatte, und heute ist es mit den vielen Kettenläden noch schlechter geworden.»

«Das ist alles schön und gut», argumentierte ich, «aber Sie kennen nun einmal das Spezereigewerbe. Es gibt doch eine grosse Anzahl von Spezereihändlern, welche schön Geld verdienen. Ich kenne einen Laden, nicht weit von hier, der für 2000 Dollars käuflich ist, und zwar ein Laden, der mit Erfolg arbeitet. Der Inhaber erzählte mir vor einiger Zeit, dass er sich aus Altersrücksichten zurückzuziehen wünsche. Es liesse sich sicher etwas damit machen.»

«Es ist nicht, dass ich das bare Geld nicht aufbringen könnte, aber mit einem solchen kleinen Laden hat man heute keine Chance mehr.»

Ich verlor allmählich meine Geduld. «Hören Sie», sagte ich, «halten Sie sich nicht für intelligenter als der Mann, welcher Ihnen Ihr erstes Geschäft abgekauft hat?»

«Selbstverständlich.»

«Wissen Sie nicht, dass der gleiche Mann gegenwärtig vier Spezereiläden besitzt und ein Vermögen von 100,000 Dollars versteuert?»

«Doch, aber er hatte eben Glück.»

«Sie würden genau das gleiche Glück gehabt haben, hätten Sie den Laden behalten und wirklich darin gearbeitet. Ich habe Sie immer für einen besseren Kaufmann gehalten als mich selbst und ich sehe nicht ein, warum Sie nicht ein grösseres Spezereigeschäft hätten aufbauen können, als unsere Drogerie darstellt. Die Leute kaufen mehr Lebensmittel als Drogeriewaren.»

«Unsinn», entgegnete er etwas aufgebracht, «Sie haben eben auch Glück gehabt.»

Was soll man an einen Mann mit solchen Vorurteilen noch weitere Worte verlieren? Es ist einfach eine Tatsache, jeder Mensch hat in dem Geschäft, wo er ist, genau so viele Chancen, wie ich hatte. Die «grosse Gelegenheit» liegt für den durchschnittlichen Mann nirgends anders als mitten in seinem regulären Lebensweg.

«Ist das nicht etwas übertrieben?» wandte ich ein. «Der durchschnittliche

Mann hat doch kaum genug Fähigkeiten, um eine grosse Unternehmung aufzubauen.»

«Selbstverständlich hat er das», sagte Walgreen. «Jeder Mensch mit normalem Charakter und normalen Lebensgewohnheiten kann ein solches Ziel erreichen. Er braucht nur zu sich zu sagen (und daran zu glauben): Meine Branche bietet für mich am meisten Möglichkeiten, weil ich sie am besten kenne. Wenn er das glaubt und auf dieser Basis arbeitet, hat er sicher Erfolg. Aber es ist merkwürdig, die Branche, die man nicht kennt, sieht immer viel verlockender aus.

Nach meiner Erfahrung gilt folgende Regel: Konzentriere deine geschäftliche Aktivität ausschliesslich auf dein Geschäft. Es bringt dir auf die Länge mehr ein als noch so viele Nebenerwerbstätigkeiten. Jeden Rappen, den ich verdient habe, habe ich in meinem eigenen Geschäft verdient. Ich habe ausgezeichnete Gelegenheiten abgewiesen, nur weil sie ausserhalb meiner Branche lagen. Es ist genau gleich, wie mit einem Reisenden. Der Reisende, oder der Vertreter, der sich nicht auf etwas konzentriert, sondern diese und jene Seitenlinie mitnimmt, verdient bestimmt auf die Länge weniger, als wenn er sich auf etwas konzentriert.

Das soll natürlich nicht heissen, dass man im Leben nicht noch andere Interessen als Geschäftsinteressen haben darf. Ich meine damit nur: Die Geschäftsinteressen soll man nicht zersplittern. Ich selbst bin durchaus nicht ein übermässiger Arbeiter. Meine Gesundheit erlaubt mir z. B. keine lange Arbeitszeit. Ich nehme auch oft Ferien und gönne mir überhaupt dieses und jenes Vergnügen.»

Wenn Walgreen begann, seine Läden auszudehnen, nahm er sich vor, gleichzeitig in jedem einzelnen Laden den Umsatz zu erhöhen, gemäss seinem Prinzip, dass es vor allem darauf ankommt, die nächstliegende Gelegenheit zu ergreifen. Er begnügte sich also nicht damit, immer neue Filialen zu eröffnen, sondern erzog die Leiter und Verkäufer gleichzeitig dazu, im Durchschnitt jedem einzelnen Kunden mehr zu verkaufen. Im Jahre 1914 betrug der durchschnittliche Jahresumsatz in jedem Laden 25,000 Dollars. Das entsprach ungefähr dem, was von einer Drogerie erwartet wird. Durch intensive Arbeit gelang es ihm, diese Zahl im Jahr 1916 auf 30,000 Dollars, im Jahr 1918 auf 43,000 Dollars und 1920 auf

67,000 Dollars zu erhöhen. Aber er war immer noch nicht zufrieden. Um den Umsatz noch mehr zu steigern, begann er, im Jahr 1921 Zeitungsreklame zu machen, und zwar, trotz den Einwendungen seiner Freunde, in sehr grossem Umfang.

« Die Opposition, auf die ich stiess », sagte Walgreen, « war ausserordentlich. Die Idee, die grossen Tageszeitungen zu verwenden für Aussenquartier-Drogerien schien den Leuten lachhaft. Im Jahre 1922 stieg der durchschnittliche Umsatz von 67,000 Dollars auf 85,000 Dollars. Im Jahre 1924 erreichte er 115,000 Dollars. Da wir inzwischen die Zahl unserer Läden verdoppelt hatten, so bedeutete das eine Umsatzvermehrung um das Vierfache in vier Jahren. Die Walgreenläden steigerten ihren Umsatz von 17,500 Dollars im Jahre 1914 auf 10 Millionen im Jahr 1925. »

« Aber », protestierte Walgreen, « ich habe das Geschäft nicht deshalb immer mehr vergrössert, um mehr Geld zu machen, ich ziehe übrigens gar kein Geld aus dem Geschäft heraus, aller Reingewinn wird sofort wieder zu Vergrösserungen verwendet. Meine Familie lebt sehr bescheiden, wir geben nicht mehr Geld aus als die Fami-

lien unserer höhern Angestellten. Wir ziehen ein ruhiges, gemütliches Leben einem grossartigen Betriebe vor. Der Hauptgrund, warum wir das Geschäft immer ausdehnen, ist der, dass wir Stellen für unsere jungen Leute schaffen müssen. Wir müssen deshalb immer wieder neue Läden eröffnen, um Plätze zu schaffen für diejenigen Angestellten, welche in unserem Betrieb nachgewachsen sind. »

« Wie kann jemand am besten vorwärts kommen? » fragte ich.

« Ich kann nur immer dasselbe sagen », antwortete Walgreen. « In dem Moment, wo ich mir ein definitives Ziel gesteckt hatte und in dieser Richtung arbeitete, hatte ich Erfolg. Als ich noch meinen Laden hatte in den alten Tagen, wusste ich nicht, was ich wollte, und deshalb stagnierte alles. In dem Moment, wo ich mir ernstlich ein bestimmtes Ziel vornahm, kam ich vorwärts. Nachher war die Sache einfach. Ich hatte nur von Zeit zu Zeit meine Augen auf ein etwas entfernteres Ziel zu richten. Natürlich, das Endziel erreiche ich nie, aber das Schöne im Leben ist ja auch nicht der Sieg, sondern der Kampf. »

Schlusswort der Redaktion

Die Lebensgeschichte von Charles Walgreen stammt aus dem « American Magazine » (Crowell Publishing Company at Springfield, Ohio, U. S. A.). Wie kommen wir dazu, sie für den « Schweizer-Spiegel » zu übersetzen und abzu- drucken? Nicht um amerikanische Ver- hältnisse zu spiegeln. Der Grund ist: Wir möchten unsere Leser anregen, uns ähnliche Beiträge zu liefern.

Man sollte meinen, es sei selbstver- ständlich, dass die meisten Menschen lieber von ihren Erfolgen als von ihren Misserfolgen sprechen. In der Schweiz scheint das nicht zuzutreffen. Scheu vor Publizität, falsche Bescheidenheit und andere Hemmungen führen zu der merk-

würdigen Tatsache, dass es für uns immer noch leichter ist — und es ist schon schwer genug — die Geschichte eines verpfuschten Lebens zu erhalten als die eines erfolgreichen.

Es gibt in der Schweiz vielleicht so viele Selfmademen wie in den U. S. A., aber wir hören nichts von ihnen. Wir sehen nicht die geringste unserer Auf- gaben darin, die pessimistische Atmo- sphäre, welche bei uns herrscht, etwas aufzuhellen. Lebens- oder Geschäfts- geschichten erfolgreicher Schweizer könnten dazu beitragen. Arbeiten Sie mit! Senden Sie uns die Ihre, oder set- zen Sie sich doch deswegen mit uns in Verbindung.