



Jüdischer Geist im modernen Wirtschaftsleben/ von Werner Sombart

Im folgenden setze ich meine Studien über die Bedeutung der Juden für das moderne Wirtschaftsleben, die ich im Februarhefte begonnen habe, fort, — und setze sie doch auch nicht fort. Der Wunsch, den Lesern dieser Zeitschrift möglichst viele Seiten des großen Problems vor Augen zu führen, hat mich veranlaßt, die Untersuchungen über den Anteil der Juden am Ausbau der modernen Volkswirtschaft abzubereiten und lieber ein andres, wie mir scheint nicht minder reizvolles Kapitel zu behandeln: die Durchdringung des modernen Wirtschaftslebens mit jüdischem Geiste. Zwischen dem ersten und diesem Aufsatz wäre also die Darstellung dessen einzuschoben, was die Juden zu der eigentümlichen äußeren Gestaltung (der Organisation) des modernen Wirtschaftslebens beigetragen haben. Da hätte ich nachzuweisen, daß sie vor allem an dem entscheidend mitgewirkt haben, was ich die Kommerzialisierung unserer Volkswirtschaft nenne, wie sie namentlich durch die immer weiter fortschreitende Hegemonie der Börse herbeigeführt wird. Die Juden sind die Schöpfer der meisten Effekten, durch die die Kreditbeziehungen versachlicht worden sind (wie ich es nenne), sind die Väter der Börse, die Begründer der berufsmäßigen Effektenproduktion usw. Alles dies werde ich ausführlich in einem, dem Gegenstande gewidmeten Buche nachweisen, auf das ich wiederum den Leser vertrösten muß. Dieses Buch wird auch, wie ich noch einmal bemerke (zahlreiche, nicht immer höfliche Anfragen veranlassen mich dazu) das quellenmäßige Material zum Beweise meiner Behauptungen enthalten, mit dessen Mitteilung ich die Leser dieser Zeitschrift nicht ermüden wollte (und will). Wenn auch die hier veröffentlichten Abschnitte nur einen kleinen Bestandteil des ganzen Buches ausmachen, so hebe ich doch ausdrücklich hervor, daß sie in sich geschlossene und für sich allein durchaus verständliche Kapitel behandeln. Trotzdem möchte ich die herzliche Bitte aussprechen, mit der Bewertung und der Kritik meiner Untersuchungen warten zu wollen, bis das Buch vorliegt. (Dagegen würde ich briefliche Mitteilungen verbessernden oder ergänzenden Inhalts gern empfangen.)

Schon das, was über den Anteil der Juden an der Versachlichtung des modernen Wirtschaftslebens zu sagen war, hat durchscheinen lassen, daß der Juden Einfluß noch weiter reicht als bis zu den äußeren Geschäftsformen, die

sie ausgebildet haben. Denn der Börsenverkehr, wie er sich im Laufe der letzten Jahrhunderte entwickelt hat, ist schon gar nicht mehr bloß eine bestimmte Ordnung, eine bestimmte äußere Organisation der wirtschaftlichen Vorgänge: er wird in seiner Eigenart erst festgestellt, wenn wir ebenso den ihn beherrschenden Geist richtig einschätzen. Und das ist es, worauf ich nunmehr die Aufmerksamkeit des Lesers lenken möchte: auf die Tatsache, daß unsere Volkswirtschaft ihr Gepräge nicht nur insoweit von den Juden miterfahren hat, als wichtige Teile ihrer äußeren Struktur ihnen ihr Dasein verdanken, daß vielmehr auch das innere Getriebe des modernen Wirtschaftslebens, daß auch die Grundsätze der Wirtschaftsführung, daß das, was man den Geist des Wirtschaftslebens oder vielleicht noch treffender die Wirtschaftsgesinnung nennen kann, größtenteils auf jüdischen Einfluß sich zurückführen lassen.

Um dafür den Beweis der Richtigkeit zu erbringen, müssen wir teilweise andere Wege gehen als bisher. „Dokumentarisch“ läßt sich ein solcher Einfluß, wie er hier behauptet wird, natürlich nicht oder nur sehr unvollkommen nachweisen. Was uns vielmehr vor allem als Anhaltspunkt dienen muß, ist die „Stimmung“, die jeweils in den Kreisen herrschte, die den eigenartigen jüdischen Geist als etwas Fremdes zuerst und am deutlichsten wahrnehmen mußten. Das aber sind die nichtjüdischen Geschäftsleute oder aber deren Wortführer. Die Äußerungen dieser Elemente sind, bei aller Einseitigkeit und oft genug Gehässigkeit, doch die zuverlässigste Quelle, um das zu erkennen, was uns am Herzen liegt, weil sie die ganz neue Reaktion auf das anders geartete jüdische Wesen darstellen, dieses also gleichsam wie in einem Spiegel (der freilich oft genug nur ein Hohlspiegel war) auffangen. Natürlich müssen wir, wenn wir die Urteile der interessierten Zeitgenossen (die, wie sich denken läßt, in den Juden ihre schlimmsten Feinde erblickten) als Quelle für die Erkenntnis jüdischer Geschäftseigenart verwerten wollen, vor allem zwischen den Zeilen lesen und oft aus ganz anders gemeinten Äußerungen das Richtige herausdeuten. Das aber wird uns wesentlich erleichtert durch die fast schematische Gleichförmigkeit der Urteile, die offenbar nicht auf Entlehnung, sondern auf Gleichartigkeit oder Gleichheit der veranlassenden Umstände zurückzuführen ist und durch die natürlich die (wenn auch oft indirekte) Beweisraft der Äußerungen erheblich gesteigert wird.

Da ist denn nun vor allem festzustellen, daß überall, wo auch immer Juden als Konkurrenten auftreten, Klagen ertönen über ihren nachteiligen Einfluß auf die Lage der christlichen Geschäftsleute: Diese werden, heißt es in den Denk- und Bittschriften, in ihrer Existenz bedroht, die Juden bringen sie um ihren „Verdienst“, beeinträchtigen ihnen die „Nahrung“, weil die Kundschaft zu ihnen, den Juden, übergeht. Ein paar Auszüge aus Schriftstücken des siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts — also der Zeit, die für uns vor allem in Betracht kommt — wird das ersichtlich machen.

Deutschland. 1672 klagten die Stände der Mark Brandenburg, die Juden nähmen „den anderen Einwohnern des Landes . . die Nahrung vor dem Munde weg“. Fast wörtlich heißt es in dem Einbringen der Danziger Kaufmannschaft vom 19. März 1717: „Durch diese Beschädiger“ werde ihnen „das Brod von dem Munde weggerissen“. Die Bürger der Altstadt Magdeburg sträubten sich (1712. 1717) gegen die Zulassung der Juden: „weil der Stadt Wohlfahrt und der glückliche Success des Commercii darauf beruhet, daß keine . . Judenhandlung hier geduldet wird“. In einer Vorstellung Ettenheims (1740) an den Fürstbischof wird bemerkt, daß „bekanntermaßen die Juden gemeinem Wesen anders nicht als zum größten Schaden und Verderben gereichen“. Eine Auffassung, die zu dem Sprichwort verallgemeinert wurde:

„Alles verdirbt in der Stadt,
Wo es viele Juden hat.“

In der allgemeinen Einleitung des (preussischen) Edikts von 1750 heißt es: „Die so genandte Kauffleute in unsern Städten . ., so respectu der rechten en gros handelnden Kauffleute nur vor Krämer zu halten, Klagen . ., daß ihnen die handelnden Juden, welche mit ihnen gleichen Krahm führen, großen Abbruch thäten“. Wie denn die (christlichen) Kaufleute Nürnbergs mit ansehen mußten, daß ihre Kunden zu den Juden kaufen gingen. Als nämlich die Juden aus Nürnberg vertrieben waren (1499), siedelten sie sich vielfach in Fürth an. Die Nürnberger Bürger — die als Konsumenten natürlich ihren Vorteil suchten — erachteten es für ratsam, ihre Einkäufe fürderhin in Fürth zu machen. Und nun regnet es während des ganzen siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts unzählige Ratsverordnungen, die das Kaufen bei den Fürther Juden verbieten oder doch wenigstens einzuschränken suchen.

Daß alle Kaufmannsgilden (ebenso natürlich alle Handwerkerzünfte) noch während des ganzen achtzehnten Jahrhunderts den Juden die Aufnahme nicht gestatteten, ist bekannt.

England. Dieselbe feindselige Haltung der christlichen Geschäftsleute gegen die Juden während des siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts: „The Jews are a subtile people . . depriving the English merchant of that profit he would otherwise gain“; sie treiben ihre Geschäfte zum Nachtheile der englischen Kaufleute: „to the prejudice of the English Merchants“. Im Jahre 1753 ging bekanntlich ein Gesetz durch, das den Juden die Naturalisierung ermöglichen sollte. Aber der Unwille in der Bevölkerung gegen das verhasste Volk war so groß, daß das Gesetz im nächsten Jahre wieder kassiert werden mußte. Unter den Gründen, die gegen die Aufnahme der Juden in den englischen Untertanenverband geltend gemacht wurden, war nicht der letzte die Befürchtung, die Juden, die nach der Naturalisation das Land überschwemmen würden, würden die Engländer von ihren Plätzen verdrängen: „Oust the natives from their employment“.

Frankreich. Dieselben Klagen von Marseille bis Nantes. Eingabe der Kaufleute von Nantes (1752): „Le commerce prohibé de ces étrangers . . a causé et fait un tort considérable aux marchands de cette ville, de sorte que s'ils n'ont le bonheur de mériter l'autorité de ces Messieurs, ils seront dans la dure nécessité de ne pouvoir soutenir leur famille, ni s'acquitter de leur imposition.“ „Alle Welt läuft zu den jüdischen Kaufleuten“ klagen die christlichen Kaufleute von Toulouse im Jahre 1745. „Wir bitten Euch inständig, die Fortschritte dieser Nation aufzuhalten, die zweifellos den ganzen Handel des Languedoc zerstören müßte“ (Bouleverserait), heißt es in einer Eingabe der Handelskammer von Montpellier. Und die Kaufleutezunft in Paris vergleicht die Juden den Wespen, die sich in die Bienenstöcke nur eindringen, um die Bienen zu töten, ihnen den Leib zu öffnen und den darin aufgesammelten Honig aufzusaugen: „L'admission de cette espèce d'hommes ne peut être que très dangereuse. On peut les comparer à des guêpes qui ne s'introduisent dans les ruches que pour tuer les abeilles, leur ouvrir le ventre et en tirer le miel qui est dans leur entrailles: tels sont les juifs.“

„Qu'on juge par cette généralité et cette unanimité de la gravité de la question des juifs envisagée sous son aspect commerciale.“

In Schweden, in Polen: immer daselbe Lied.

Aber mit dieser bloßen Feststellung der Tatsache: daß die Juden die „Störer der Nahrung“ sind, ist uns noch nicht viel gedient. Wir möchten gern die Gründe kennen lernen, weswegen sie den christlichen Geschäftsleuten diese vernichtende Konkurrenz machen konnten. Denn offenbar erst wenn wir diesen Gründen nachspüren, kommen wir hinter die Eigenart des jüdischen Geschäftsgebarens, in der ja doch offenbar jene Gründe verborgen liegen müssen; enthüllen wir „les secrets du negoci“, von denen Savary in der unten zitierten Stelle spricht.

Wiederum befragen wir die unmittelbar betroffenen Zeitgenossen oder Leute, die den Dingen des täglichen Lebens nahe genug standen, um Bitterung zu haben. Und bekommen zunächst wieder eine ganz übereinstimmende Antwort: was die Juden so überlegen macht, ist ihre betrügerische Geschäftsführung. „Die Juden und Kommissarii haben ein Gesetz und Freiheit, welches heißt Lügen und Erügen, wenn es ihnen nur einträgt,“ meint Philander von Sittewald. Ebenso allgemein und selbstverständlich lautet das Urteil in dem schnurrigen Betrugslexikon, das der „Geheimrat und Amtmann“ Georg Paul Hönn zusammengestellt hat. Hier findet sich hinter dem Stichwort „Juden“ — als einziger Fall im ganzen Lexikon — das Einschiesfel: „Juden betrügen, wie insgemein, also insonderheit“ . . . Ähnlich ist der Artikel „Juden“ in der „Allgemeinen Schatzkammer der Kaufmannschaft“ gehalten.

Und das französische Gegenbild dazu: das Urteil Savarys: „les juifs ont

la réputation d'être très habiles dans le commerce; mais aussi ils sont soupçonnés de ne le pas faire avec toute la probité et la fidélité possible.“

Und diese ganz allgemeinen Urteile finden dann fast in jeder Eingabe christlicher Geschäftsleute ihre besondere Bestätigung für den Ort und die Branche, auf die sich die Eingabe gerade bezieht.

Schaut man sich dann aber die Geschäftspraktiken im einzelnen an, die man den Juden zum Vorwurf machte, so findet man sehr bald, daß viele von ihnen mit Betrug — auch wenn man den Begriff sehr weit faßt etwa im Sinne einer absichtlichen Verletzung oder Unterdrückung der Wahrheit oder einer arglistigen auf Vermögensschädigung gerichteten Täuschung — kaum etwas zu tun haben. Die Bezeichnung „Betrug“ ist vielmehr offenbar dazu bestimmt, schlagwortartig die Tatsache zum Ausdruck zu bringen, daß die Juden bei ihrer Geschäftsführung auf die bestehenden Rechts- oder Sittennormen nicht immer Rücksicht zu nehmen pflegten. Was also die Handlungsweise der jüdischen Geschäftsleute kennzeichnete, war die Verletzung gewisser traditioneller Gepflogenheiten der christlichen Geschäftsleute, war die Gesetzesübertretung (in seltenen Fällen) und vor allem der Verstoß gegen die guten Sitten der Kaufmannschaft. Und wenn wir noch genauer hinschauen, wenn wir vor allem die einzelnen Verfehlungen, die den Juden vorgeworfen wurden, auf ihre grundsätzliche Bedeutung hin untersuchen, so werden wir alsobald gewahr, daß es sich bei dem Kampf zwischen jüdischen und christlichen Kaufleuten um den Kampf zweier Weltanschauungen oder doch wenigstens zweier grundsätzlich verschieden oder entgegengesetzt orientierter Wirtschaftsgesinnungen handelt. Um das zu verstehen, müssen wir uns aber vergegenwärtigen, welchen Geist das Wirtschaftsleben atmete, in das die jüdischen Elemente seit dem sechzehnten Jahrhundert wieder mehr eindrangen und zu dem sie sich offenbar in so schroffem Gegensatz brachten, daß man sie überall als die „Störer“ der Nahrung empfand.

Während der ganzen Zeit, die ich als die frühkapitalistische Epoche bezeichne, also auch in den Jahrhunderten, in denen sich das jüdische Wesen durchsetzte, herrscht noch dieselbe Grundauffassung in der Wirtschaftsführung vor, die während des Mittelalters gegolten hatte: die feudal-handwerksmäßige, die ihren äußeren Ausdruck in der ständischen Gliederung der Gesellschaft findet.

Danach — und das ist die tragende, alles übrige Denken und Tun bestimmende Idee — steht im Mittelpunkt der wirtschaftlichen Interessen der Mensch. Der Mensch als Gütererzeuger oder als Güterverbraucher bestimmt mit seinen Interessen das Verhalten der einzelnen wie der Gesamtheit, bestimmt die äußere Ordnung des wirtschaftlichen Prozesses ebenso wie die Gestaltung des geschäftlichen Lebens in der Praxis. Alle Maßnahmen der Gesamtheit wie des Einzelnen, die auf die Regelung wirtschaftlicher Vorgänge abzielen, sind personal orientiert. Die Grundstimmung aller an der Wirtschaft Beteiligten trägt eine

persönliche Färbung. Was freilich nicht dahin zu verstehen ist, als ob das einzelne Wirtschaftssubjekt frei hätte schalten und walten können. Vielmehr war das Individuum wie bekannt in seinem Tun und Lassen an feste objektive Normen gebunden, aber diese Normen selbst, das ist hier das entscheidende, waren aus rein personalem Geiste geboren: Güter werden erzeugt und gehandelt, damit die Konsumenten gut und reichlich ihren Bedarf an Gebrauchsgütern decken können, aber auch die Produzenten und Händler ihr gutes und reichliches Auskommen finden: beides so wie es das Herkommen mit sich brachte. Man könnte auch sagen: Der wirtschaftliche Prozeß wurde noch unter wesentlich naturalem Gesichtspunkte betrachtet, das heißt: die Kategorie des qualitativ bestimmten Gebrauchsgutes stand noch im Mittelpunkte der Bewertung.

Produzent und Händler sollen durch ihre recht und schlecht geübte Tätigkeit ihr standesgemäßes Auskommen finden: diese Idee der Nahrung beherrscht noch durchaus die Anschauungen der meisten Wirtschaftssubjekte während der frühkapitalistischen Epoche, auch dort wo sie schon in kapitalistischen Formen ihr Geschäft betreiben und findet demgemäß in den schriftlich fixierten Ordnungen seine äußere Anerkennung und in den Schriften über Handel und Wandel seine theoretische Begründung: „Abfall der Nahrung oder Verfall der Nahrung ist, wenn einer in einen solchen Zustand versetzt wird, daß er weniger einnimmt, als zu seinem ehrlichen Auskommen oder auch zur Befriedigung seiner Gläubiger nötig“.

Das schrankenlose, unbegrenzte Streben nach Gewinn galt noch während dieser ganzen Zeit bei den meisten Wirtschaftssubjekten als unstatthaft, als „unchristlich“, wie denn der Geist der alten thomistischen Wirtschaftsphilosophie noch immer wenigstens offiziell die Gemüter beherrschte. „So Du . . . eine Ware allein hast, kannst Du wol einen ehrlichen Profit suchen; doch also, daß es christlich sey und Dein Gewissen kein Verlust erleide oder Du an Deiner Seele schaden nimmst.“ Hier wie in allen Wechselfällen des Wirtschaftslebens blieb das religiöse oder sittliche Gebot doch immer das oberste; von einer Herauslösung der ökonomischen Welt aus dem religiös-sittlichen Gesamtverbande war noch keine Rede. Jede einzelne Handlung reffortierte noch unmittelbar von der obersten ethischen Instanz: dem göttlichen Willen. Und dieser war — soweit mittelalterlicher Geist herrschend geblieben war — wie allgemein bekannt der mammonistischen Auffassung der Dinge im strengsten Sinne abhold, also daß alles christliche Erwerbsleben alten Stils schon aus diesem Grunde immer ethisch temperiert blieb. Produzent und Händler sollen ihr Auskommen finden: dieser leitende Gedanke mußte vor allem zu einer Abgrenzung bestimmter Tätigkeitskreise für die gesamte Händlerschaft eines Landes, eines Ortes ebenso wie für das einzelne Wirtschaftssubjekt an seinem Platze führen. Das was für das Mittelalter gesagt ist, gilt bis an die Schwelle des neunzehnten Jahrhunderts

für alle wirtschaftsrechtliche Auffassung: daß sich mit einem Rechte stets eine bestimmte Machtsphäre verband, daß nicht durch den Hinweis auf allgemeine Berechtigungen, sondern durch die Zuteilung einer bestimmten Machtsphäre die Stellung des Individuums begründet wurde.

Darum sorgte die Gemeinschaft (die sich für den einzelnen noch immer verantwortlich fühlt) zunächst dafür, daß die Gesamtheit ihre Produzenten und Händler ein hinreichend großes Gebiet für fruchtbare Tätigkeit hätten: der Grundgedanke aller merkantilistischen Politik, die (wie hier nicht im einzelnen nachgewiesen werden kann) die geradlinige Fortsetzung der mittelalterlich-städtischen Wirtschaftspolitik war. Der Tätigkeitsbereich, den die Angehörigen eines Staates benötigen, ist mit Gewalt, wenn erforderlich, zu erobern und zu verteidigen. Alle merkantilistische Handels- und Kolonialpolitik ruht noch, wie bekannt, auf diesem Grundgedanken. Ausdehnung der Handelsbeziehungen und damit Erweiterung des Absatzgebietes für den einheimischen Produzenten ist danach durchaus und ausschließlich ein kriegerisches Problem, ein Problem höchster Machtentfaltung. Wo überhaupt ein Wettbewerb stattfindet — und das war nur der Fall außerhalb der Landesgrenze — wird der Erfolg entschieden durch die höchste kriegerische, nicht kommerzielle Tüchtigkeit.

Dagegen ist im Innern des Landes jeder Wettbewerb etwa der einzelnen Wirtschaften untereinander grundsätzlich ausgeschlossen. Der einzelne erhält sein Tätigkeitsgebiet: darauf kann er schalten und walten wie es Sitte und Überlieferung vorschreiben, aber er soll sein Auge nicht auf seines Nachbarn Reich lenken, wo dieser wie er seines Daseins Kreise in ungestörter Ruhe vollendet. So erhielt der Pflanzbauer seine Hufe: soviel Land und Weide und Wald, als er zum Betriebe seiner Landwirtschaft und zum Unterhalt seiner Familie bedurfte. Von dieser bäuerlichen Besitz- und Wirtschaftseinheit sind dann alle späteren Anschauungen abgeleitet, auch die, die Gewerbe und Handel gestalteten. Immer schwebte die bäuerliche Nahrung als Idealgebilde vor: wie der Bauer sollten auch der gewerbliche Produzent und der Händler seinen umfriedeten Bezirk haben, innerhalb dessen er seines Amtes walten konnte. Was für den Bauern sein Landlos, das war für den Städter die Kundschaft: sie, die Abnehmerin seiner Erzeugnisse, war gleich wie die Scholle für den Bauern die Quelle seines Unterhalts. Sie mußte eine bestimmte Größe haben, damit ein Geschäft in traditionellem Umfang von dem Absatz an sie bestehen konnte. Sie sollte dem einzelnen Wirtschaftssubjekt gesichert bleiben, damit er stets sein Auskommen habe: auf dieses Ziel sind eine Menge wirtschaftspolitische Maßregeln gerichtet; dieses Ziel verfolgt vor allem auch die kaufmännische Moral. Recht und Sitte während dieser ganzen Zeit noch ebenso wie im Mittelalter verfolgen gleichermaßen den Zweck, den einzelnen Produzenten und Händler gegen Übergriffe seines Nachbarn in seinen Tätigkeitskreis, also in seine Kundschaft zu sichern.

Wo die Sicherung des Geschäftszweiges gegen die Übergriffe aus einem anderen Geschäftszweige in Frage kam, sorgte ja die Zunftordnung für Aufrechterhaltung des Besitzstandes, ebenso in zahlreichen Fällen durch Schließung der Zunft, wo der Besitzstand eines Gewerbes als Ganzen in Frage stand. Den einzelnen Geschäftsinhaber gegen seinen Kollegen zu schützen, war vornehmlich die kaufmännische Sitte berufen, die uns hier ganz besonders angeht, weil in ihr die Wirtschaftsgesinnung am unverfälschtesten zum Ausdruck kommt.

Die Geschäftsmoral gebot nun aber mit aller Entschiedenheit, ruhig in seinem Laden der Kundschaft zu harren, die aller Voraussicht nach sich einstellen mußte. So schließt Defoe (der oder dessen Fortsetzer in der ersten Hälfte des achtzehnten Jahrhunderts das berühmte Kaufmannsbuch geschrieben) seinen Sermon: „and then with God's blessing and his own case, he may expect his share of trade with his neighbours“. Das ist ganz und gar „handwerksmäßig“ gedacht: er mag — der Kaufmann — ruhig abwarten, daß ihm sein Anteil am Gesamt-handel zufalle. Auch der Meßbesucher (im achtzehnten Jahrhundert) „wartet Tag und Nacht seines Gewölbs wohl ab“.

Auf das strengste verpönt war aller „Kundenfang“: es galt als „unchristlich“, als unsittlich, seinen Nachbarn die Käufer abspenstig zu machen. Unter den „Regeln der Kaufleute, die mit Waren handeln“, befindet sich eine, die lautet: „Wende keinem seine Kunden oder Handelsmann, weder münd- noch schriftlich ab; und thue einem andern auch nicht, was Du wilt, daß Dir nicht geschehe“. Diesen Grundsatz schärfen denn auch die Kaufmannsordnungen immer wieder von neuem ein: in der „Maynzhischen Policing-Ordnung“ (achtzehntes Jahrhundert) heißt es „daß niemand den andern vom Kauff abtreiben oder mit höherem Bieten denselben eine Ware verteuern soll, bey Verlust der gekauften Ware; niemand (sollte) sich in des andern Handel eindringen oder seinen eigenen so stark führen, daß andere Bürger darüber zu Grunde gehen“. Die Sächsischen Kramer-Ordnungen von 1672, 1682, 1692 bestimmen in Artikel 18: „Soll kein Cramer dem andern seine Kaufleute von seinen Buden oder Cram Läden abrufen noch mit Wincken oder andern Geberden und Zeichen vom Kauf abhalten weniger die Kaufleute für eines andern Buden oder Gewölben mahnen, ob sie ihm gleich mit Schulden verhaftet seyn“.

Ganz folgerichtig waren dann aber auch alle Praktiken im einzelnen verpönt, die darauf hinausliefen, seine Kundschaft zu vergrößern.

Noch während der ersten Hälfte des achtzehnten Jahrhunderts gilt es selbst in London als unschicklich, wenn ein Kaufmann seinen Laden prächtig ausstattet und durch geschmackvolle oder sonstwie reizvolle Auslagen Käufer anzulocken trachtet. Der schon erwähnte Defoe nicht nur, sondern auch noch die späteren Herausgeber seines Werks (beispielsweise der fünften Auflage von 1745) entrüsten sich über solcherlei unlautern Wettbewerb, dessen bisher freilich — wie sie mit einiger

Befriedigung feststellen — nur einige Konditoren und toy-men sich schuldig gemacht hätten.

Zu den unerlaubten Dingen gehört auf lange Zeit noch während der frühkapitalistischen Periode, soviel ich sehe (Holland, über das ich nicht genau unterrichtet bin, ausgenommen: hier scheint schon im siebzehnten Jahrhundert das Eis gebrochen zu sein) bis tief in das achtzehnte Jahrhundert hinein die Geschäftsanzeige, zumal in der Form der Anpreisung.

Die Geschäftsanzeige kommt in Holland nach der Mitte, in England gegen Ende des siebzehnten Jahrhunderts, in Frankreich noch viel später überhaupt erst in Aufnahme. Die im Jahre 1667 begründete Ghentische Post-Tijdingen brachte in ihrer Nummer vom 3. Oktober desselben Jahres die erste Anzeige. Die Londoner Annoncenblätter der 1660er Jahre enthalten überhaupt noch keine Geschäftsanzeigen: selbst der große Brand veranlaßte kein einziges Geschäft, auch nur seine neue Adresse bekannt zu geben. Einigermassen gewöhnt sich die Geschäftswelt daran, nachdem sie vorher schon vereinzelt Zettel auf der Straße hatte verteilen lassen, die Zeitung als Insertionsorgan zu betrachten, seit Begründung der „Collection for the Improvement of Husbandry and trade“ durch John Houghton im Jahre 1682. Zwei Menschenalter später schreibt Postlethwayt: das Annoncieren in den Zeitungen sei jetzt mehr in Aufnahme gekommen. Noch vor wenigen Jahren (a few years since) hätten Geschäftsleute von Ansehen es für gemein und schimpflich (mean and disgraceful) erachtet, sich mittels einer öffentlichen Anzeige an das Publikum zu wenden; jetzt (1751) sei es anders geworden; jetzt hielten selbst sehr kreditwürdige Personen die Zeitungsannonce für die einfachste und billigste Methode, dem ganzen Lande zur Kenntnis zu bringen, was sie etwa anzubieten hätten.

In Frankreich war man um dieselbe Zeit offenbar noch nicht soweit. Savary verzeichnet in seinem Dictionnaire unter dem Stichwort „Réclame“: „terme d'imprimerie; c'est le premier mot d'un cahier d'un livre“ usw.; und unter dem „affiche“: terme de maîtres pescheurs; „afficher“: terme de cordonnier usw. Erst im Supplement (1732) trägt er unter dem Stichwort „Affiche“ (das also offenbar noch ein wenig gebräuchliches Wort war, das einem national-ökonomischen Fachlexikographen entgehen konnte) nach: „Placard attaché en lieu public pour rendre une chose notoir à tout le monde“. Aber unter den Dingen, die mittels öffentlichen Anschlags „aller Welt“ bekannt gemacht werden, zählt er nur auf: Verkauf von Schiffen; Abfahrt von Schiffen; Ankündigung angekommener Schiffsladungen durch die großen Kompagnien, wenn sie öffentlich verkauft werden sollten; Errichtung neuer Fabriken; Wohnungswechsel. Die Geschäftsanzeige fehlt. Sie fehlt aber auch als Annonce in den Zeitungen bis in die zweite Hälfte des achtzehnten Jahrhunderts hinein: so enthält beispielsweise die erste Nummer des berühmten Annoncenblatts „Les Petites Affiches“,

die am 13. Mai 1751 erschien, keine einzige wirkliche Geschäftsanzeige. Also selbst die ganz simple Geschäftsanzeige: „ich verkaufe (verfertige) da und da die und die Waren“ bürgert sich in England erst während der ersten Hälfte des achtzehnten Jahrhunderts, in Frankreich noch später ein (in Deutschland haben wir in einzelnen Städten: Hamburg vereinzelte Fälle der Geschäftsanzeige aus dem Anfang des achtzehnten Jahrhunderts; nur Bücher wurden allgemein viel früher angezeigt, bildeten aber durch die Natur ihres Vertriebes eine leicht erklärliche Ausnahme). Als durchaus verwerflich galt aber offenbar noch lange Zeit, während welcher die Geschäftsanzeige schon bestand, die Geschäftsreklame, das heißt die Anpreisung, der Hinweis auf besondere Vorzüge, die ein Geschäft etwa vor andren aufzuweisen sich anmaßte. Als den höchsten Grad kaufmännischer Unanständigkeit aber betrachtete man die Ankündigung: daß man billigere Preise nehme als die Konkurrenz.

Das „Unterbieten“, das „underselling“ galt in jeder Gestalt als unschicklich: „Seinem Neben-Bürger zu Schaden zu verkauffen, und allzusehr zu schleudern, bringt keinen Segen“.

Als eine geradezu schmutzige Praktik aber galt der öffentliche Hinweis darauf. In der fünften Auflage des Complete English Trademan (1745) findet sich eine Anmerkung der Herausgeber folgenden Inhalts: Seit unser Autor schrieb (Defoe starb 1731) ist die Unsitte des Unterbietens so schamlos entwickelt (this underselling practice is grown to such a shameful height), daß Privatpersonen öffentlich bekanntmachen: daß sie ihre Waren billiger als die übrige Kaufmannschaft abgeben (that particular persons publickly advertise that they undersell the rest of the trade). Und gleich dabei die aus der herrschenden Wirtschaftsgesinnung folgerichtig sich ergebende Erklärung für die Entrüstung, mit der auf die genannte Unsitte hingewiesen wird: Wir haben Händler gekannt, die ihre Waren zu Preisen ausbieten, bei denen ein solider Kaufmann nicht bestehen kann (we have had grocers advertising their under-selling one another, at a rate a fair trader cannot sell for and live): Das alte Nahrungsideal! Das übliche Auskommen fest gegeben; das Ausmaß des Absatzes fest gegeben; also dürfen die Preise, zu denen die einzelnen Waren verkauft werden, nicht unter eine bestimmte Mindesthöhe sinken.

Ein besonders wertvolles Dokument besitzen wir für Frankreich, sogar aus der zweiten Hälfte des achtzehnten Jahrhunderts, woraus mit aller Deutlichkeit hervorgeht, wie unerhört die Preisunterbietung und deren öffentliche Bekanntmachung damals selbst in Paris noch waren. Es heißt darin (einer Ordonnanz des Jahres 1761), daß derartige Manipulationen nur als die letzte Verzweiflungstat eines unsoliden Geschäftsmannes angesehen werden müssen. Die Ordonnanz verbietet auf das strengste allen Engros- und en détail-Kaufleuten in Paris und seinen Vororten, „daß einer hinter dem andern herlaufe“ um ihren

Waren Absatz zu verschaffen; insbesondere aber Zettel zu verteilen, um darauf auf ihre Waren hinzuweisen. Die Begründung dieser Verordnung ist so bezeichnend für den Geist, der damals noch die maßgebenden Kreise beherrschte, daß ich die wichtigsten Stellen daraus wiederum im Wortlaut mitteilen muß. Es heißt da: „Quelques marchands de cette ville — Paris — ont affecté depuis quelque temps de faire répandre dans le public des billets en leur nom, pour annoncer la vente de leurs étoffes et autres marchandises, à un prix qu'ils exposent être inférieur à celui que les dites marchandises ont coutume d'être vendues par les autres marchands: qu'une pareille contrevention qui est presque toujours la dernière ressource d'un négociant infidèle, ne peut être trop sévèrement reprimée“.

Über dem Produzenten und Händler wurde nun aber auch der Konsument nicht vergessen. Ja in gewissem Sinne blieb dieser die Hauptperson, da ja noch die naive Anschauung nicht ganz aus der Welt verschwunden war: daß Gütererzeugung und Güterhandel am Ende für den Güterverzehr, um diesen gut zu gestalten, da seien.

Die naturale Orientierung, wie ich es nannte, waltete auch hier noch ob: Gebrauchsgüterbeschaffung ist noch immer Zweck aller wirtschaftlichen Tätigkeit, noch ist nicht die reine Warenproduktion deren Inhalt geworden. Daher denn vor allem während der ganzen frühkapitalistischen Epochen immer noch das Bestreben deutlich zu Tage tritt: gute Waren herzustellen; Waren, die das sind was sie scheinen: also auch echte Waren. Von diesem Bestreben sind alle die unzähligen Reglementationen der Warenerzeugung getragen, die gerade das siebzehnte und achtzehnte Jahrhundert wie keine Zeit zuvor ausfüllen. Nur daß der Staat jetzt die Kontrolle in die Hand nahm und an seinen Amtsstellen die Waren der obrigkeitlichen Schau unterwarf.

Diese staatliche Fürsorge für ordentliche Ware, könnte man nur freilich sagen, sei gerade ein Beweis dafür, daß die Wirtschaftsgesinnung der Zeit nicht mehr auf Herstellung guter Gebrauchsgüter gerichtet gewesen sei. Der Einwand wäre aber unberechtigt. Die staatliche Kontrolle sollte doch nur die Vergehen einzelner weniger gewissenhafter Produzenten unmöglich machen. Im allgemeinen war noch die Absicht vorhanden, gute und echte Waren zu liefern; die Absicht, die allem echten Handwerk eigen ist und die auch die frühkapitalistische Industrie zum guten Teile übernommen hatte.

Wie langsam sich der rein kapitalistische Grundsatz durchsetzte: daß allein der Tauschwert der Waren für den Unternehmer entscheidend, daß also das kapitalistische Interesse indifferent gegenüber der Gebrauchsgütereigenschaft sei, vermögen wir beispielsweise aus den Meinungskämpfen zu ersehen, die in England noch während des achtzehnten Jahrhunderts deswegen ausgefochten wurden. Offenbar stand Jos. Child, wie in so vielen Dingen, im Gegensatz zu der großen

Mehrzahl seiner Zeitgenossen und wohl auch seiner Berufskollegen, wenn er dafür eintrat, daß es der Einsicht des Unternehmers zu überlassen sei, welche Art Waren und von welcher Güte er sie auf den Markt bringen wolle. Wie seltsam mutet es uns heute an, wenn Child noch für das Recht des Fabrikanten auf Schundwarenproduktion kämpft! „Wenn wir“, ruft er aus, „den Weltmarkterobern wollen, müssen wir es den Holländern nachmachen, die die schlechteste Ware ebenso wie die beste produzieren, damit wir in den Stand gesetzt werden, alle Märkte und alle Geschmäcker zufriedenzustellen!“

Durchaus organisch gliedert sich in diese Vorstellungswelt die Idee vom gerechten Preise ein, die offenbar auch noch tief in das frühkapitalistische Zeitalter hinein ihre Geltung bewahrt. Der Preis ist nicht ein Ding, mit dem das einzelne Wirtschaftssubjekt nach Belieben schalten und walten kann. Auch die Preisbildung unterliegt den obersten Religions- und Sittengesetzen wie jeder wirtschaftliche Vorgang. Sie soll so gestaltet werden, daß dem Wohle des Produzenten, wie des Händlers, wie des Konsumenten damit gedient werde. Und wie das geschehe, darüber entscheidet nicht das Gutdünken des einzelnen, sondern entscheiden objektive Normen. Woher diese zu entnehmen seien: diese Frage wurde freilich im Laufe der Jahrhunderte verschieden beantwortet. Der mittelalterlichen Anschauung, wie sie in voller Reinheit etwa noch Luther vertritt, entsprach es ja, die Höhe des Preises nach den Kosten und der Arbeit zu bestimmen, die dem Produzenten (Händler) erwachsen waren: der Preis, würden wir sagen, wurde nach den Produktionskosten bemessen. Während sich unter dem Einfluß des wachsenden Verkehrs, deutlich wahrnehmbar wohl seit dem sechzehnten Jahrhundert, eine Verschiebung in den Ansichten vom gerechten Preise vollzieht, die mehr und mehr die preisbildende Kraft des Marktes anerkennen müssen. Saravia della Calle, der mir für die Entwicklung der Preislehre eine entscheidenden Bedeutung zu haben scheint, leitet das *justum pretium* schon ganz ab aus dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage (würden wir sagen). Aber was das Wichtige ist: so oder so: der Preis bleibt immer ein dem willkürlichen Eingriff des einzelnen entzogenes nach objektiven Normen sich für jedes Wirtschaftssubjekt verbindlich durchsetzendes Gebilde. Das ist auch noch durchaus die Anschauung der Schriftsteller des siebzehnten Jahrhunderts: der Scaccia, Straccha, Turri usw. Und zwar ist das objektiv-zwingende in der Preisbildung eine ethische (nicht wie später eine „naturgesetzliche“) Potenz: der Einzelne soll den Preis nicht willkürlich bemessen (während es später höchstens hieß: er kann ihn nicht willkürlich bemessen).

Die Gesamtstimmung, die sich aus der Befolgung all dieser einzelnen Grundsätze ergab, war denn wohl das ganze frühkapitalistische Zeitalter hindurch die eines genügsamen Sichauslebens. Der Grundzug war noch die Stabilität, der Traditionalismus. Der einzelne Mensch, auch wenn er Geschäfte betrieb, hatte sich noch nicht im Lärm und Trubel dieser Geschäfte verloren. Er war noch Herr

seiner Selbst. Er hatte sich auch noch die Würde des selbständigen Mannes bewahrt, der sich nicht wegwirft um eines Profites willen. Überall im Handel und Verkehr herrscht noch ein persönlicher Stolz. Der Kaufmann — kann man es in einem Worte zusammenfassen — hat noch Haltung. In der Provinz natürlich mehr als in den großen Städten, den Zentren des sich entwickelnden kapitalistischen Lebens. Den „stolzen und hochgemuten Ton des Provinzkaufmanns“ (ton fier et haut des negocians provinciaux) hebt ein guter Beobachter seiner Zeit mit Nachdruck hervor. Wir sehen den Kaufmann alten Stils deutlich vor uns: wie er ein wenig steif und ungelent in Kniehosen und langem Rock, mit der Perücke angetan würdevoll daherschreitet: gewohnt, seine Geschäfte ohne viel Nachdenken und ohne viel Eifer zu vollbringen. Im gewohnten Kreise seine gewohnte Kundschaft in gewohnter Weise bedienend. Ohne Überstürzung, ohne Hast.

Was heute als das beste Wahrzeichen eines blühenden Geschäftslebens gilt: daß alle Welt rennt und hastet: das sah man noch Ende des achtzehnten Jahrhunderts als den Ausfluß des Müßiggangs an, während gerade der Mann, der in Geschäften befangen war, gemessenen Schrittes einherging. Als der schon genannte Schriftsteller Mercier 1788 Grimold de la Reynière um sein Urteil über die Kaufleute und Industriellen von Lyon ersuchte, machte dieser die unendlich wertvolle, die Zeitumstände wie mit einem grellen Schlaglicht beleuchtende, Feststellung: „In Paris rennt man, hat man's eilig, weil man dort nichts zu tun hat; hier (in Lyon, dem Zentrum der Seidenindustrie und einer blühenden Handelsstadt) geht man ruhigen Schritt, weil man beschäftigt ist“ (A Paris on court, on se presse parce qu'on y est oisif; ici l'on marche posément, parce que l'on y est occupé).

In dieses Bild paßt auch vortrefflich der fromme Non-con-formist, der Quäker, der Methodist hinein, den wir ja gern als einen der frühesten Träger der kapitalistischen Idee ansehen. Aber würdevoll, voller Haltung schreitet er seines Weges dahin. Wie das innere Leben so sollte auch das äußere Verhalten wohl abgemessen sein. „Walk with a sober pace, not tinkling with your feet“ sagt ein Gebot der puritanischen Sitte. „The believer hath or at least ought to have and if he be like himself, will have, a well ordred walk and will be in his carriage stately and princelly.“

Und gegen diese festgefügte Welt nun rannten die Juden Sturm. Gegen diese Wirtschaftsordnung und Wirtschaftsgesinnung sehen wir sie auf Schritt und Tritt verstoßen. Denn daß den Klagen der christlichen Geschäftsleute, die uns als die wichtigste Quelle dienen, greifbare Tatsachen zugrunde lagen, ergibt sich wie schon an anderer Stelle hervorgehoben wurde nicht nur aus der Übereinstimmung aller Zeugnisse, sondern auch aus der Art und Weise, wie die Klagen substantiiert waren.

Waren denn nun aber die Juden die einzigen, die wider Recht und Sitten verstießen? War es berechtigt, den „Judenkommerz“ vom andern Handel und Wandel grundsätzlich dadurch zu unterscheiden, daß man jenen als „unsolide“ zu Lug und Trug und zu Verstößen gegen Gesetz und Ordnung eher geneigt, diesen aber als abhold allen unrechtmäßigen Tun kennzeichnete? Ganz gewiß war auch die Geschäftsgebahrung der christlichen Produzenten und Händler nicht frei von Vergehungen gegen die Vorschriften des Rechtes und der guten Sitte. Die Tendenz dazu liegt in der menschlichen Natur begründet und daß das Zeitalter, das wir im Auge haben, durchschnittlich pflichttreuere Menschen erzeugt hätte als andere, wird man bei einiger Kenntnis der Dinge nicht behaupten wollen. Schon die erdrückende Fülle von Geboten und Verboten, unter der das Wirtschaftsleben jener Zeit stand, läßt darauf schließen, daß die Neigung, Unrecht zu tun, bei den Geschäftsleuten nicht gering war. Aber wir haben auch sonst eine Menge von Zeugnissen, aus denen wir entnehmen können, daß die kaufmännische Moral keineswegs eine besonders hohe war.

Wenn man das schon erwähnte „Betrugslexikon“ durchblättert, das im Anfang des achtzehnten Jahrhunderts erschien und das zu seiner Zeit ein sehr gelesenes Buch war (es erlebte in wenigen Jahren mehrere Auflagen), so kann einem himmelangst werden. Die ganze Welt, will es dann scheinen, ist ein einziger großer Betrug. Aber wenn man auch in Rücksicht zieht, daß der Eindruck durch die Zusammenstellung so vieler Betrugsmöglichkeiten auf kleinem Raume besonders stark wird: die Überzeugung, daß in jener Zeit allerwegen tüchtig beschummelt würde, wird man aus der Lektüre dieses seltsamen Buches doch mitnehmen. Und sie wird gekräftigt durch so manches andere Zeugnis. Der Verfasser der Allgemeinen Schatzkammer der Kaufmannschaft (1742) meint zum Beispiel: „so sind heutigen Tages gar wenig Waren zu finden, welche nicht einer Verfälschung sollten unterworfen sein“. Verschiedene Reichsabschiede (wie der von 1497), Polizeiordnungen (wie die Augsburger von 1548), Kauffmannsordnung (wie die Lübeckische von 1607) befassen sich ausdrücklich mit dem Verbot der Warenverfälschung. Und wie es mit der Gütererzeugung nicht immer gut bestellt war, so war der Schwindel auch in der allgemeinen Geschäftsführung keine Seltenheit. Der betrügerische Bankerott muß für die Leute des siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts ein ganz besonders häufiges und schwer zu lösendes Problem gebildet haben. Immerfort hören wir klagen über sein häufiges Vorkommen. Die laxen Geschäftsmoral der englischen Kaufleute während des siebzehnten Jahrhunderts war berüchtigt. Fälschungen und Betrügereien werden: „the besetting sins of English tradesmen“ genannt.

„Unsere Landleute“, sagt ein Schriftsteller des siebzehnten Jahrhunderts, „geben durch ihr ungeheures Aufschlagen auf die Preise aller Welt zu verstehen, daß sie jedermann betrügen würden, wenn es in ihrer Macht stände“ (by their infinite

over-asking for commodities proclaim to the world that they would cheat all if it were in their power).

Was also war denn nun das spezifisch jüdische? Und darf man überhaupt eine besonders jüdische Eigenart in dem Verhalten gegenüber den bestehenden Ordnungen annehmen? Ich glaube ja und glaube, diese spezifisch jüdische „Gesetzesübertretung“ äußert sich vor allem darin, daß es sich bei den Verstößen der Juden gegen Recht und Sitte gar nicht handelt um die vereinzelte Unmoral eines einzelnen Sünders, sondern daß diese Verstöße der Ausfluß der für die Juden gültigen allgemeinen Geschäftsmoral waren, daß in ihnen also nur die von der Gesamtheit der jüdischen Geschäftsleute gebilligte Geschäftspraxis zum Ausdruck kommt. Wir müssen aus der allgemeinen und fortgesetzten Übung bestimmter Gebräuche den Schluß ziehen, daß die Juden diese ordnungswidrige Handlungsweise gar nicht als unsittlich und somit unerlaubt empfunden, sondern bei ihrem Tun das Bewußtsein hatten, die richtige Moral, das „richtige Recht“ gegenüber einer unsinnigen Recht- und Sittenordnung zu vertreten. Natürlich gilt das nicht für diejenigen Fälle, in denen es sich um Kapitalvergehen gegen das Eigentum überhaupt handelte. Man muß, wie kaum besonders hervorgehoben zu werden braucht, unterscheiden zwischen den Geboten und Verboten, die sich aus der Institution beispielsweise des Eigentums (das Gesagte gilt natürlich für alle Rechtsgebiete gleichmäßig) als solchen und denen, die sich aus bestimmten Formen und Handhabungen des Eigentumsrechts ergeben. Verstöße gegen jene werden so lange allgemein als rechtswidrig und strafbar gelten, als die Institution des Eigentums überhaupt besteht; Verstöße gegen diese werden eine verschiedene Beurteilung erfahren, je nach den im Laufe der Zeit sich wandelnden Anschauungen von der Art und Weise, wie man das Eigentum gebrauchen dürfe. (Wucherverbot! Privilegierungen usw.)

In dem eigentümlichen Geschäftsgebahren der Juden gingen Verfehlungen beider Art durcheinander. Offenbar haben die Juden in früherer Zeit sich auch solcher Vergehen häufig schuldig gemacht, die als unrechtmäßige in dem höheren allgemeinen Sinne anzusehen waren: wenn sie zum Beispiel (was man ihnen allerorten auch wieder vorwarf) sich der Hehlerei schuldig machten und mit notorischer Diebesware Handel trieben. Und diese Art im engeren Sinne verbrecherischer Praktiken erfreute sich auch bei der Judenschaft keineswegs einer allgemeinen Billigung. Hier werden die „anständigen“ Elemente sich ebenso in ihrer Auffassung von den skrupellosen unterschieden haben, wie innerhalb der christlichen Welt. Oder die Neigung zu solcherart Verfehlungen beschränkte sich auf bestimmte Gruppen des jüdischen Volks, die dann ganz oder teilweise als verdächtig angesehen wurden und zu deren Auffassung von Recht und Unrecht die Moral der übrigen Judenschaft ebenso in einen Gegensatz trat wie die der Christen.

Für das tatsächliche Vorhandensein eines solchen Gegensatzes zwischen verschiedenen Bestandteilen des jüdischen Volkes haben wir interessante Belege aus der Geschichte der hamburgischen Judenschaft. Hier übernimmt im siebzehnten Jahrhundert die Portugiesengemeinde der Behörde gegenüber eine gewisse Verantwortung für das geschäftliche Gebahren der neu eingewanderten deutschen Juden. Gleich nach ihrem Erscheinen mußten sich die „Ledescos“ der portugiesischen Nation gegenüber verpflichten, keine gestohlenen Sachen zu kaufen und sonst keine unehrenhafte Geschäfte zu treiben. Schon im nächsten Jahre wurden die Älten der Ledescos vor den Mahamad (den Gemeindevorstand der Sephardim) berufen und verwahrt, weil einzelne von ihnen gegen die obige Verpflichtung gehandelt hätten; ein anderes Mal desgleichen, weil sie geraubte Sachen von Soldaten gekauft hatten usw.

Will man also die Verstöße der Juden gegen Recht und Sitte, wie man sie ihnen während der ganzen frühkapitalistischen Epoche zum Vorwurf machte und wie sie zweifellos stattfanden, als Ausfluß einer von der Judenschaft allgemein gebilligten Geschäftsmoral, somit als die spezifisch jüdische Geschäftspraxis ansehen, so wird man solche kapitale Vergehen gegen die Strafgesetze, die von einem großen Teile der Judenschaft gemißbilligt wurden, ausscheiden (oder ihnen jedenfalls eine besondere Würdigung zuteil werden lassen) müssen und wird sich zu beschränken haben auf eine Namhaftmachung derjenigen Rechtsbeugungen und vor allen Sittenverletzungen, für die wir den consensus omnium innerhalb der jüdischen Geschäftswelt voraussetzen, und von denen wir sonach auf das Vorhandensein einer besonderen jüdischen Wirtschaftsgesinnung schließen dürfen.

Und was sehen wir da?

Deutlich hebt sich vor unsern Augen der Jude zunächst einmal ab als der sagen wir reinere Geschäftsmann, als der in Geschäften Nur-Geschäftsmann, als derjenige, der im Geiste echt kapitalistischer Wirtschaft allen naturalen Zwecken gegenüber den Primat des Erwerbzzwecks anerkennt. Er gilt in den Zeiten unvollkommen entwickelter kapitalistischer Wirtschaft gleichsam als der Vertreter der ausschließlich auf Geldgewinn gerichteten Wirtschaftsgesinnung. Nicht daß er „wucherte“ unterschied ihn von den Christen, nicht daß er Gewinn erstrebte, nicht daß er Reichtümer aufhäufte, sondern daß er all das nicht heimlich, sondern ganz offen tat und sich zu all diesen Dingen offen bekannte. Von christlichen „Wucherern“ wissen die Sebastian Brandt und Geyler von Kaisersberg weit schlimmere Dinge zu berichten und daß sie's ärger trieben als die Juden. Und was das Schlimmste ist, weshalb man „zu halten vil erger weder kein Juden“ sollte, ist das, daß sie ihr schmutziges Gewerbe mit heuchlerischer Christenmiene betreiben. „Denn ein Jud setzt sein Seel öffentlich darauff, und schemt sich solcher nicht, aber dise Wucherhels richten solcher alles auff under dem schein des Christlichen nammens.“

In einem Berichte des Rev. Johannes Megalopolis vom 18. März 1655 heißt es von den Juden: . . these people have no other god but the unrighteous mammon and no other aim than to get possession of Christian property . . they . . look at everything for their profit: ihr einziger Gott der Mammon; ihr einziger Zweck: Profit zu machen! „Man nennt einen echten Juden einen wucherischen oder allzu interessierten Kaufmann, der übervorteilt und diejenigen schindet, die mit ihm zu tun haben:“ „un marchand usurier ou trop intéressé qui surfait et qui rançonne ceux qui ont affaire à lui“, meint der den Juden wohlwollende Savary und er fügt hinzu: „Man sagt: Einer ist in die Hände der Juden gefallen, wenn die, mit denen man Geschäfte zu machen hat, hart, zäh und genau sind“ (durs, tenaces et difficiles). Das Wort: „in Geldsachen hört die Gemütlichkeit auf“ ist zwar von einem sehr christlichen Kaufmann geprägt worden. Der Grundsatz selber aber ist unzweifelhaft zuerst mit Entschiedenheit und Offenheit von jüdischen Geschäftsleuten vertreten worden.

Aus diesem ethisch nicht mehr temperierten Gewinnstreben ergeben sich nun all die einzelnen Geschäftsmaximen und Geschäftspraktiken, die man an den Juden tadelte, ganz von selbst. Gleich ihre Eigenart oder wie die Vertreter der alten ständigen Wirtschaftsordnung sagten: ihre Unart, keine von Gesetz oder Satzung den einzelnen Berufszweigen oder Gewerbearten gezogene Schranke zu achten. Eine immer wiederholte Klage der christlichen Produzenten und Händler an allen Orten, wo Juden neben ihnen wirtschafteten, ist die: die Juden begnügen sich nicht mit einer Beschäftigung; sie greifen unausgesezt in alle andere Branchen hinüber und stören so die zünftlerische Ordnung; sie möchten am liebsten den ganzen Handel und alle Produktion an sich reißen; sie sind von einer unerträglichen Expansionsstendenz beherrscht. „Die Juden streben nach der Vernichtung aller englischen Kaufleute dadurch, daß sie allen Handel an sich bringen“ (by drawing all trade towards themselves), heißt es in einem Berichte aus dem Jahre 1655. „Die Juden sind ein scharfsinniges Volk, das in alle Arten von Geschäften seine Nase steckt“ (prying into all kinds of Trade), faßt Child das Urteil seiner Zeitgenossen zusammen.

Zahlreich sind die Beschwerden der deutschen Zünfte über die Juden: daß sie sich nicht um die zunftmäßige Abgrenzung der Gewerbe und Handelsbetriebe kümmern. 1685 klagt der Rat von Frankfurt a. M.: die Juden griffen in jede Art von Handlung ein, so in die Leinen- und Seidenkrämerei, in den Materialwaren- und Buchhandel usw.; Beschwerde der Stadt Frankfurt a. O. (siebzehntes Jahrhundert): die Juden handeln mit fremden Worten zum Schaden der Posamentierer und so fort. Eine Neigung zur Universalität der Branchen hatten die Juden frühzeitig schon dadurch, daß sich in ihren Läden allerhand verfallene Pfände verschiedenartigster Natur (neben dem schon erwähnten Beutegut usw.) zum Verkauf aufhäuften, die ohne jeden inneren

Zusammenhang rein durch den Zufall hier zusammengeführt waren und nun natürlich in die Kompetenzkreise der verschiedensten Produzenten und Händler hineinragten. Diese Trödeläden — das Urbild des modernen Warenhauses — spotteten jeder zunftmäßigen Gliederung und bedeuteten durch ihr bloßes Dasein eine beständige Auflehnung gegen die bestehende Ordnung von Handel und Gewerbe. Wir haben (schon aus dem fünfzehnten Jahrhundert, später haben sich diese Verhältnisse sicher nur noch eigenartiger in derselben Richtung weiter entwickelt) eine sehr anschauliche Beschreibung eines solchen „Altwarenhauses“, als dem Sitz des Judenkommerzes in einem Regensburger Lied.

„Hunger und Not und großen Zwang
 Das leidet der arme Handelsmann.
 Es war kein Handwerk allzu schlecht
 Dem der Jud nie großen Schaden brächt.
 So einer ein Kleid kaufen wollt,
 Gar bald zu den Juden trollt,
 Silbergeschirr, Zinn, Leinwand, Barett
 Und was man sonst im Haus nit hätt,
 Das fand er bei den Juden zuhand,
 Es war ihn alles gesetzt zu Pfand.
 Denn was man stahl und raubt mit Gewalt,
 Das hat alles da sein Aufenthalt . .

.
 Mäntel und Hosen und mancherlei
 Das find man bei dem Juden feil;
 Der Handwerksmann konnt' nichts verkaufen
 Es war alles zum Juden laufen.“

Hängt mit dieser Nichtachtung aller ständischen Gliederung und also einer Durchsetzung der rein geschäftlichen Zwecke allen Schranken zum Trotz die Tatsache zusammen, daß wir die Juden auch als Rebellen gegenüber dem merkantilistischen Staat antreffen? Daß sie auch hier ohne Rücksicht auf die der merkantilistischen Handelspolitik zu Grunde liegenden nationalwirtschaftlichen Ideen die freie Handelsbewegung durchzusetzen trachteten? „Juden Kommerz,“ wurde zum Beispiel der Frankfurter Handel im achtzehnten Jahrhundert genannt, weil es wesentlich Einfuhrhandel war, „welches wenige deutsche Hände nützlich beschäftigt und größtenteils auf der inländischen Verzehrung beruht.“ Das selbe verdammende Urteil hören wir von jenseits des Rheins: „presque toutes les marchandises qu'ils apportent sont étrangères.“

Achteten die Juden in der Verfolgung ihrer Geschäftsinteressen nicht die Schranken, die zwischen den Staaten aufgerichtet waren, nicht die gesetzlichen Scheidewände, die die einzelnen Gewerbe voneinander trennten, so nahmen sie auf

die Umfriedungen, die namentlich durch die Sitte aber auch durch gesetzliche Verbote für die einzelnen Geschäfte der Produzenten und Händler geschaffen waren, noch viel weniger Rücksicht. Wir sehen, daß es ein oberster Grundsatz aller handwerksmäßigen und auch noch zum guten Teil der frühkapitalistischen Wirtschaftsverfassung war: dem Nachbarn seine Kunden nicht abspenstig zu machen. Und gerade gegen diesen Grundsatz sehen wir die Juden immerfort verstoßen. Überall lauern sie Verkäufern oder Käufern auf, statt, wie es der kaufmännische Anstand heischte, ihrer im Gemölbe zu harren. Eine Beschwerde des Kaufherrn Gewerkes in Königsberg i. Pr. vom Jahre 1703 beklagt: „daß die Juden Hirsch und Moses mit ihrem Anhange es ihnen im Ein- und Verkauf des rohen und aufgearbeiteten Pelzwerkes zuvortäten, wodurch ihnen großer Schaden erwachse“.

Die Juweliere, Gold- und Silberarbeiter in Frankfurt a. M. beschwerten sich (1685), daß sie all' ihr altes Bruchgold und Silber von den Juden kaufen müßten, da diese es durch ihre unzähligen Spione den Christen immer vor der Nase wegfischten. Die Kaufmannschaft derselben Stadt hatte sich wenige Jahre vorher in einer Beschwerde an den Rat ganz allgemein darüber beklagt, daß die Juden „die Geschäfte der christlichen Kaufleute ausspähen“.

Noch ein paar Jahre früher (1647) hatten schon die christlichen Schneidermeister der Stadt Frankfurt a. M. petitioniert, man solle den Juden den Verkauf neuer Kleider verbieten: „bitterlich zu beweinen sei, daß die Juden . . die Freiheit hätten, fremden Personen höheren und niederen Standes, sobald sie nach Frankfurt kämen, auf allen Straßen mit allerhand Waren, Tüchern wie die Kamele und Esel beladen, entgegen zu laufen und uns so um unser tägliches Brot zu bringen“. Und ganz ähnlich hatten sich schon im Jahre 1635 die Seiden- und Gewandkrämer in einer Eingabe also geäußert: „Außerhalb der (Juden-)Gasse terminieren sie in die Stadt und in die Gasthöfe oder wo sie sonst Gelegenheit finden, heimlich und öffentlich laufen sie den Soldaten, Offizieren und Obristen, wenn diese in die Stadt kommen, ganze Gassen lang entgegen. Etliche Meister des Schneiderhandwerks haben sie in ihr Konsortium gezogen, denen sie bei Truppendurchzügen (während welcher die Judengasse geschlossen bleiben mußte) die Häuser und Läden voll Kleider stecken und dieselben verparthieren lassen“.

Dasselbe Bild in andern Landen.

1672 klagten die Stände der Mark Brandenburg: die Juden „liefen auf den Dörfern und in den Städten herum hausieren und drängten den Leuten ihre Waren . . auf“.

Sehr eingehend begründet ist eine Beschwerde der Stadt Frankfurt a. D. aus derselben Zeit, worin ebenfalls den Juden vorgeworfen wird: sie liefen den Kunden nach: den Reisenden in die Hotels, dem Adel auf die Schlösser, den Studenten auf ihre Buden: „weil die Juden nicht damit content seyn, daß sie

allerhand Waaren in den Gemöblen gleich uns öffentlich feil haben, besonderen es hat ein jeder von ihnen gewisse emissarios, die da nicht allein in der Stadt von Hause zu Hause, absonderlich da etwa reisende Leute einkehren, und auff den Stuben bei den Studenten allerhand Waaren an seidnen Stoffen, weißen Cattonen, Nettel-Lüchern, Spigen, Leinewandten und anderen Galanterien feil bieten, besondern auch von Dorffe zu Dorffe auff dem Lande bei denen von Adel . . . herumvagieren . . .“ „sie seynd auch gewohnt, in den Messen alle Birthshäuser täglich zu durchwandern, alle Käuffer an sich zu locken“ . . . Und so fort. Wie der Jude immer nach neuen Kunden ausspäht, schildert uns ein gut unterrichteter Schriftsteller aus dem Anfange des neunzehnten Jahrhunderts, der als jüdische Gewohnheit bezeichnet „das mit der Agentschaft in Verbindung stehende stetes Besuchen und aufdringendes Frequentieren aller und jeder öffentlichen Orter, nur durch die hier so wohlfeil zu erlangende Lektüre der zahlreichen öffentlichen Blätter zu aller und jeder Kundschaft zu gelangen, besonders was Ankunft der Fremden betrifft, um jedes Gespräch erlauschend, zu Kunde zu kommen, welche Häuser etwa von Unglücksfällen bedroht werden, um mit solchen Kaufkontrakte, Zessionsanträge usw. abschließen und unternehmen zu können.“

Was hier ein raffiniertes System von Kundschaftereien bewirken sollte: eines Kunden habhaft zu werden, vollzog sich in den Straßen, wo die jüdischen Altwarenhändler ihre Geschäfte hatten, auf naiv-ursprüngliche Weise durch unmittelbare körperliche Nötigung. Ganz so, wie wir es noch täglich in unsern Großstädten beobachten können, wo das, was der Breslauer die „Armelausreißgeschäfte“ nennt, in Blüte steht. Von diesen Blüten des allerneusten Kapitalismus hatte ich früher einmal gesprochen und hatte, um das Bild, das ich von ihnen entwarf, anschaulicher zu machen, Männer mit fingierten jüdischen Namen in die Türen der Läden gestellt. Man hat diese dichterische Freiheit, die ich mir nahm, übelwollend als antisemitische Tendenz ausgelegt. Als Antwort auf diese Beschuldigung kann ich heute die geschichtliche Tatsache feststellen, daß in Wirklichkeit jene „Armelausreißgeschäfte“ eine Schöpfung jüdischen Geschäftsgeistes sind. Wir erfahren von ihrer Existenz in dem Paris des achtzehnten Jahrhunderts, wo sie von den Fripiers, den Altwarenhändlern betrieben wurden, die nach Aussage eines Zeitgenossen zum größten Teile Juden waren. Die Schilderung, die uns Mercier von ihnen und ihren Praktiken entwirft, ist zu hübsch, um sie nicht im Wortlaut hier wiederzugeben. „Des courtards de boutiques désœuvrés vous appellent assez incivilement; et quand l'un d'eux vous a invité, tous ces boutiquiers recommencent sur votre route l'assommante invitation. La femme, la fille, la servante; le chien, tous vous aboyent aux oreilles; . . . Quelquefois ces drôles-là saisissent en honnête homme par le bras ou par les épaules et le forcent d'entrer malgré lui; ils se font un passe-tems de ce jeu indécent . . .“

Daß der Kundenfang zu einem System erst in der Reklame ausgebildet ist, ist bekannt. Die „assommante* invitation“, die wir eben von dem kleinen Tripiier ausgehen sahen, ist heute die Aufgabe der tausendfältigen Geschäftsreklame geworden. Haben wir die Juden als die Väter des Kundenfangs kennen gelernt, so müßten wir sie folgerichtig auch als die Väter der modernen Reklame begrüßen dürfen. Ich bin jedoch nicht in der Lage, für diesen Zusammenhang hinreichende Beweise beizubringen. Hier müßten erst einmal die ältesten Zeitungen auf die Namen der Inserenten hin durchgesehen werden, um sich ein Urteil bilden zu können. Für die Geschichte der Reklame besitzen wir einstweilen (soviel ich sehe) überhaupt noch keine Vorarbeiten. Was man leidlich genau untersucht hat, ist immer nur die Geschichte der Annonce (der einfachen Geschäftsanzeige) gewesen, die sich wahrscheinlich erst spät, wohl kaum wesentlich vor dem neunzehnten Jahrhundert zur Geschäftsanpreisung (der Reklame) auswächst. Was ich an vereinzelt Belegen kenne, aus denen auf die Ausbildung der Reklame durch die Juden geschlossen werden kann, ist folgendes:

1. Die erste bekannte Reklame im Text der Zeitung, die man in das Jahr 1753 nach Holland verlegt, rührt von einem Augenheilkünstler namens Baazer her;

2. eine sehr alte (ob die älteste weiß ich nicht) Reklame in den Vereinigten Staaten erschien am 17. August 1761 im New York Mercury und hatte folgenden Wortlaut: „To be sold by Hayman Levy in Bayard Street, Camp Equipages of all sorts, best soldiers english shoes . . and everything that goes to make up the pomp and circumstance of glorious war“.

3. Die Juden sind die Väter der modernen Zeitungspressen, also des eigentlichen Organs der Reklame; insbesondere haben sie die billige Sous-Presse begründet. Polydore Millaud ist der Begründer des Petit Journal, das mit seinem billigen Preise bekanntlich zum Vorbilde aller späteren Zeitungen geworden ist.

Über Adressen ermitteln, ankommenden Fremden auf den Leib rücken, seinen Kram anpreisen: das alles ist doch nur die eine Seite des Kundenfangs. Man könnte alle diese Tricks zusammenfassen unter der Bezeichnung des äußerlichen Kundenfangs und könnte ihnen dann als innerlichen Kundenfang alle jene Machenschaften gegenüberstellen, die die Darbietung der Ware selbst so zu gestalten bestimmt sind, daß die Käufer angelockt werden. Kulanz im weitesten Sinn habe ich früher einmal diese auf Zufriedenstellung und Gewinnung der Kundschaft abzielende Politik des Geschäftsmanns genannt. Und bei der Ausbildung dieser Seite unseres Wirtschaftslebens sehen wir nun abermals die Juden in ganz hervorragendem Maße beteiligt. Ja, es läßt sich fast im

*) Assommant: fatigant, ennuyeux à l'excès nach — Pierre Larousse!

einzelnen „quellenmäßig“ nachweisen, daß sie gegenüber der herrschenden Anschauung den Grundsatz zuerst und mit Entschiedenheit vertreten: der einzelne Geschäftsmann habe das Recht (und die Pflicht), sein Angebot so zu gestalten, daß er einen möglichst großen Teil der vorhandenen Kundschaft an sich fessele oder aber durch Schaffung neuer Bedürfnisse die Abnehmerschaft vergrößere.

Inmitten einer auf gute Leistungen Wert legenden Wirtschaftsverfassung konnte nur das einzig wirksame Mittel, jenen Zweck zu erreichen, die Unterbietung im Preise sein. Und dieses Mittels sehen wir nun den Juden sich mit Vorliebe bedienen. Und das vor allem war es, was ihn in den Kreisen der christlichen Kaufleute, die ihrer ganzen Wirtschaftsgestimmung gemäß auf Preise halten mußten, so grundverhaßt machte. Der Jude schleudert, der Jude verdirbt die Preise. Der Jude lockt die Kunden durch seine billigen Preise an. Das ist das Lied, das, wo immer Juden Geschäfte machen, während des siebenzehnten und achtzehnten Jahrhunderts in allen Tonarten gesungen wird.

Aus der erdrückenden Fülle von Beweismaterial will ich nur folgende Belege beibringen:

Als, wie schon erwähnt, in England 1753 der Sturm gegen die Juden losbrach, war einer der gewichtigsten Gründe, die man gegen ihre Zulassung als Staatsbürger geltend machte; daß sie bei völliger Freiheit die Einheimischen um ihre Nahrung bringen würden, da sie sie unterböten (*undersell them*).

In Frankreich: „*les étoffes . . . que portent les Juifs dans les foires . . . valent mieux par les prix aux quels ils les vendent que celles qu'on trouve dans les boutiques des marchands*“, antwortet der Intendant von Languedoc den sich beschwerenden Kaufleuten von Montpellier 31. Mai 1740. Während die Kaufleute von Nantes (*merciers et quincailliers*) der Meinung sind: „*le public sous l'apparence du bon marché est toujours le dupe*“ beim Kauf von Judenwaren, aber daß sie billiger sind, wird ausdrücklich hervorgehoben.

Dieselbe Feststellung machen die Pariser Kaufleute in einer Klageschrift: daß die Juden alle Waren „*à un prix beaucoup au dessous de celui des fabriques*“ (also sogar: erheblich billiger als die Fabriken!) verkaufen.

In einer Eingabe der Bronzewarenhändler von Paris heißt es von einem Juden aus Fürth, Abraham Dulman: „*il rend ces mêmes bronzes au des sous de la valeur de ce qu'on les vend dans le pays*“: er verkauft dieselben Bronzen billiger, als „*man*“(!) sie sonst hierzulande zu verkaufen pflegt.

Und die Zunftmeister der Lyoner Seidenweber schreiben in einem Beschluß vom 22. Oktober 1760 die ungünstige Konjunktur den Juden zur Last, die mit den Waren geschleudert und dadurch sich zu Herren des Seidenhandels in allen Provinzen gemacht hätten: „*cette nation . . . les (les étoffes) donnant à vil prix, s'est rendu par ce moyen maîtresse du commerce de toutes les provinces*“.

Als im Jahre 1815 im schwedischen Reichstage darüber debattiert wurde, ob man den Juden allen Handel frei geben solle, war ebenfalls, wie ein paar Menschenalter vorher in England, einer der Hauptgründe, die dagegen geltend gemacht wurden: sie drückten die Preise.

Auf die Klagen der christlichen Kaufleute Polens erwidern die Juden: wenn sie, die christlichen Geschäftsleute, die Waren ebenso billig verkauften wie sie, die Juden, würden sie ebensoviele Kunden haben.

Genau auf denselben Ton gestimmt sind die häufigen Beschwerden der Kaufleute (und Fabrikanten) in Deutschland, von denen ich schon öfters Proben mitgeteilt habe.

Klagen der Stände der Mark Brandenburg vom Jahre 1672; Bericht der Kriegs- und Domänenkammer über den wirtschaftlichen Niedergang des Herzogtums Magdeburg vom Jahre 1710: „Es ist hiernächst bekannt, daß allhier und an andern Orten dieses Herzogtums verschiedene Juden geschildert werden, deren Anzahl sich hin und wieder sehr vermehret, dadurch dann dem Publico auf verschiedene Weise ebenfalls nicht wenig präjudiciert wird, angesehen dergleichen Leute . . sich mit Kaufen und Verkaufen ernähren und oftmals . . Sachen . . wohlfeiler verkaufen, darunter dann die Kaufleute notwendig leiden müssen“ . .

Diese Beobachtung wird in ihrer Richtigkeit bestätigt durch die Begründung, mit der das allgemeine (preussische) Edikt von 1750 erlassen wird: „Die . . Kauffleute in unsern Städten . . klagen, daß ihnen die handelnden Juden, welche mit ihnen gleichen Krahm führen, großen Abbruch thäten, weil sie ihre Waaren gemeiniglich wohlfeiler verkaufen“.

Die Klagen setzen sich bis in das neunzehnte Jahrhundert fort. So heißt es in einer „Supplik der Augsburger Großhändler gegen die Zulassung der Juden“ (1803): „Die Juden wüßten eigentlich aus der allgemeinen Not ihren Vorteil zu ziehen; sie drückten dem Dürftigen, der Geld brauche, die Waaren zu Schundpreisen ab, und verderbten durch wolfeilen Wiederverkauf den ordentlichen Handel“.

(Daß noch heutigen Tages in zahlreichen Industriezweigen die christlichen Fabrikanten und Kaufleute das „Schleudern“ wie es die Juden belieben, als eine schwere Schädigung ihres Gewerbes empfinden, ist ein offenes Geheimnis und wird sogar oft genug öffentlich ausgesprochen. Ich komme auf diesen Punkt noch zu sprechen.)

Daß übrigens die Juden in allen Fällen als diejenigen gelten, die eine Sache billiger als die andern machten, dafür spricht ein Zeugnis aus der Finanzgeschichte. Als die österreichische Regierung im Anfang des achtzehnten Jahrhunderts wieder einmal eine Anleihe (wie meist in Holland) aufnehmen wollte, wurde mit Reskript vom 9. Dezember 1701 der Hofkammerrat Baron Pechmann

beauftragt, sich unter der Hand zu erkundigen, ob nicht auf das Pfandobjekt des Ertrages der ungarischen Kupferbergwerke ein höherer Betrag aufgenommen werden könne. Und zwar soll er bei den portugiesischen Juden in Holland anfragen, da die übrigen Untertanen der Generalstaaten außer der allgemeinen Garantie immer zugleich eine effektive Spezialhypothek verlangten.

Und nun steckten die Neunmalweisen ihre Köpfe zusammen und fragten einander — in den Werkstätten, in den Gewölben, Sonntag nachmittags auf dem Spaziergang vor dem Tor, abends beim Schoppen, wenn der fremde Geschäftsfreund daher gereist war: immer und immer wieder, mit bohrender Hartnäckigkeit — wie geht es zu, wie in aller Welt ist es möglich, daß der Jude seine schmutzige Praktik der Unterbietung durchführen kann? Was ist der Grund seiner billigen Preise?

Je nach dem größeren oder geringeren Maß von Urteilsfähigkeit, je nach der größeren oder geringeren Unbefangenheit des einzelnen fiel natürlich die Antwort auf diese Frage recht verschieden aus. Und wir stehen vor einer Fülle von Erklärungsversuchen, die wir nun nicht ebenso wie etwa die Behauptung, daß die Juden die Preise drückten (an deren Richtigkeit angesichts der Übereinstimmung so vieler ganz voneinander unabhängiger Aussagen zu zweifeln keinerlei Grund vorliegt) ganz einfach als bare Münze nehmen dürfen, sondern die wir auf ihre größere oder geringere Glaubwürdigkeit hin erst im einzelnen prüfen müssen. Wobei immer im Auge zu behalten ist, daß uns die Gründe für die billigen Preise der Judenwaren hier einstweilen immer nur insoweit interessieren als wir aus ihnen eine grundsätzlich eigenartige Geschäftspraxis ableiten oder aus ihnen auf eine grundsätzlich eigenartige Geschäftsmoral schließen können.

Die Erklärung, die uns vielleicht am häufigsten begegnet, ist die mit Hilfe der „notorischen“ Unrechlichkeit der Juden. Man argumentiert so: Da die Juden dieselben Spesen haben, da die Herstellungskosten der Waren dieselben sind, so kann, wenn trotzdem ein geringerer Preis gefordert wird, dies nicht mit rechten Dingen zugehen. Die Juden müssen auf unrechtmäßige Weise in den Besitz der Waren gekommen sein. Es muß sich um Diebswaren handeln oder um Räubergut. Der schlechte Ruf, in dem, wie wir schon sahen, die Juden vielfach standen, machte diese Erklärung um so wahrscheinlicher, wie denn wohl zweifellos umgekehrt die Preisunterbietung oft genug als Bestätigung für die Richtigkeit jenes Verdachtes der Hehlerei hat dienen müssen. Ich verzichte darauf, einzelne Belege für das Vorkommen dieser wie gesagt sehr häufigen Begründung beizubringen (fast jede der öfters genannten Beschwerden macht sie sich zu eigen), um so leichter, als diese Erklärung die alleruninteressanteste ist. Zweifellos ist sie in vielen Fällen die richtige gewesen (Vorgänge, wie die in Hamburg im siebzehnten Jahrhundert bestätigen das, ganz abgesehen davon, daß die Wahrscheinlichkeit dafür spricht). Aber wenn wirklich kein anderer Grund dafür

vorläge, daß die Juden die Preise drückten als der, daß sie gestohlenen und geraubtes Gut in den Handel brachten, dann wäre über die ganze Sache kein Wort zu verlieren. Dann hätte diese Praktik überhaupt nicht die große Bedeutung gewinnen können, die sie doch offenbar besitzt.

Man mußte sich denn auch in der That entschließen — selbst in den verbissensten Zünftlerkreisen — nach andern Gründen Ausschau zu halten, die die niedrigen Judenpreise verständlich machten. Man fand sie zunächst in nächster Nähe jener ersten Gruppe von Gründen: zwar nicht in offenbar unrechtmäßigen, verbrecherischen Handlungen aber doch in Praktiken, die nicht ganz sauber waren. Dahin gehören z. B. Handel mit verbotenen Waren (wie Kriegskontrebande usw.); Handel mit verpfändeten Waren; Handel mit konfiszierten Waren (Zollkontrebande); Handel mit Waren, die man „von Schulden Gedrängeten, welche selbige um ein Spottgeld verkaufen müssen“ erworben oder „dem Dürftigen, der Geld brauchte . . . zu Schandpreisen abgedrückt“ hatte; Handel mit alter verlegener Ware, die sie „aus gerichtlichen Ausrufen oder Auctionibus“ billig erstanden haben; Handel mit Waren, die von einem Bankerotteur billig losgeschlagen waren: „en favorisant les banqueroutiers qui leur vendent ces marchandises à moitié perte“; Handel in der stillschweigenden Absicht, selbst Bankrott zu machen; Handel aus reglementswidrig hergestellten Waren: „fabriquées dans le royaume en contrevention des reglements“. Wie weit es sich bei diesen und ähnlichen Praktiken, diesen „miserables moyens des juifs“, wie es in einer Rundgebung der Meßer Kaufleute heißt, um vereinzelte und allzurash verallgemeinerte Fälle, wie weit um weit verbreitete Gepflogenheit der jüdischen Geschäftsleute gehandelt hat, wird sich schwer feststellen lassen, ist für das, was uns interessiert, aber auch nur von untergeordneter Bedeutung. Daß alle derartige Anschuldigungen aus der Luft gegriffen wären, ist nicht anzunehmen; und wichtig ist vor allem, daß die Anwendung solcher Mittel den Juden zugetraut und geradezu als ihnen eigen betrachtet wurde. Wenn wir auch nur einen ganz geringen Teil der damit ausgesprochenen Beschuldigungen als der Wirklichkeit entsprechend in Rechnung stellen wollen, so bleibt immerhin ein gewisser symptomatischer Wert dieser Feststellungen übrig, die zur Ergänzung anders woher gewonnener Einsichten zu dienen berufen sein können. Ich werde erst später die Nutzenanwendung dieser Erwägungen machen können.

Einstweilen fahren wir fort in der Aufzählung der Gründe, die man zur Erklärung der billigen Preise, zu denen die Juden ihre Waren feilboten, geltend zu machen wußte.

Da stoßen wir nun wiederum außerordentlich häufig auf die Behauptung: Die von den Juden gehandelten oder fabrizierten Waren seien minderwertig an Qualität. Diese Anklage (die die Behauptung im Sinne der damals herrschenden Wirtschaftsgesinnung unzweifelhaft war) kehrt so oft unter den

verschiedensten Umständen wieder, daß wir nicht daran zweifeln dürfen, sie sei zum guten Teil begründet gewesen.

Der schon erwähnte Bericht der Kriegs- und Domänenkammer über den wirtschaftlichen Niedergang des Herzogtums Magdeburg spricht von den „oftmals gestohlenen oder sonst verdorbenen Sachen“, die die Juden an sich bringen, um sie wohlfeil zu verkaufen. Die ebenfalls erwähnten Klagen der Stände der Mark Brandenburg meinen, daß die von Juden gehandelten Waren „größtenteils alt und verlegen“ seien. Das öfters von mir als eine zuverlässige Bezugsquelle herangezogene Kaufmannslexikon spricht dieselbe Ansicht aus: daß die Juden mit verdorbenen Waren handeln, „die sie doch so stattlich wieder aufzuputzen, umzufärben, ihnen von außen eine gute Lage oder Ansehn, schönen Einband und Aufzierung, neuen Geruch und Geschmack zu geben wissen, daß der beste Kenner oftmals damit betrogen wird.“

Fast wörtlich wird dasselbe gesagt in der uns auch schon bekannten Denkschrift der Kaufleute von Nantes: trotz ihrer Billigkeit seien die von Juden feilgebotenen Waren teuer: es seien eine Menge havarierter Waren, aus der Mode gekommener Gegenstände und andere darunter, die für den Gebrauch überhaupt nicht mehr geeignet seien. Seidenstrümpfe beispielsweise ließen sie wieder auffärben, unter den Kalanden durchgehen, um sie als neu zu verkaufen: tragen könne man sie aber höchstens ein einziges Mal.

In einem Bericht der böhmischen Statthalterei vom Jahre 1705 heißt es: „Die Juden bringen Handwerk, Handel und Wandel an sich, lassen selbst aber, wegen ihrer meist untüchtigen Manufakturen und verdorbenen Waren keinen einträglichen Handel nach auswärts aufkommen“.

Die Lyoner Seidenweber klagen (18. sc.), daß durch die Juden die Seidenindustrie ruiniert werde, da sie um billig verkaufen zu können, nur minderwertige Ware herstellen lassen: „cette nation . . ne fait fabriquer que des étoffes inférieures et de mauvaise qualité“.

Das ebenfalls schon öfters herangezogene Gutachten Wegelins im schwedischen Reichstage (1815) meint: Die Kattundruckerei hätten die Juden freilich allein betrieben, allein durch eine schlechte Ware — den sog. Judenkatun — verdorben.

Auch hier ist der Prozeß, der wie aus den obigen Klagen zu entnehmen ist, in der frühkapitalistischen Epoche begann, heute noch längst nicht zum Abschluß gekommen. Jene Klage christlicher Fabrikanten: Die Juden drückten die Preise, von denen oben die Rede war, findet ihre natürliche Ergänzung in der andern: Die Juden drückten eben, weil sie Billigkeit um jeden Preis erstrebten, die Qualität herab.

Man wird nicht weit von der Wahrheit bleiben, wenn man alle diese Beobachtungen zu dem Urteil zusammenfaßt: Die Juden sind auch die Väter des Surrogats im allerweitesten Verstande.

Endlich gehört in diesen Zusammenhang noch die hie und da erhobene Anschuldigung hinein: die Juden könnten deshalb soviel billiger verkaufen, als die Christen, weil sie quantitativ nicht vollgewichtige oder vollbemessene Ware lieferten: in Avignon beispielsweise sollen sie billigere Wollwaren liefern, weil ihre Waren ein geringeres Gewicht haben. Im Bereiche der Fürther Spiegelindustrie heißen „Judenspiegel“ solche kleineren Maßes.

Was uns nun aber hier interessiert, und weshalb ich diese einzelnen Tatsachen aufgezählt habe, ist die Frage: ob und bejahendenfalls inwiefern diese verschiedenen Praktiken, mittelst deren die Juden die Preise herabzudrücken versuchten, auf bestimmte allgemeine Geschäftsgrundsätze sich zurückführen lassen, die wir etwa dann mit der von uns gesuchten jüdisch eigenartigen Wirtschaftsgesinnung in Zusammenhang bringen könnten. Da scheint mir nun, daß das, was sich aus den verschiedenen Praktiken ergibt, sich etwa fassen lasse als eine gewisse Indifferenz gegenüber den Mitteln, die man zur Erreichung des geschäftlichen Endzwecks anwenden muß. Sowohl die Rücksichtnahme auf fremde personale Werte als auch der Respekt vor der gesetzlichen und gesellschaftlichen Ordnung, als endlich auch das Festhalten an der naturalen Orientierung bei der Güterbeschaffung verlieren an Stärke und die ausschließlich tauschwertorientierte, rein chrematistische Auffassung von der Aufgabe des Geschäftsmannes gewinnt die Oberhand. Das was ich an anderer Stelle die dem Kapitalismus innewohnende Tendenz zum rücksichtslosen Erwerb genannt habe, sehen wir hier in ihren ersten Anfängen und zwar noch in dem Stadium einer erst personal zufälligen Bestimmtheit.

Aber mit der bisherigen Aufzählung der von den Juden behufs Verbilligung der Warenpreise angewandten Mittel haben wir keineswegs alle tatsächlich von ihnen benutzten Mittel erschöpft. Solche von ebenfalls grundsätzlicher Bedeutung sind noch namhaft zu machen. Nur liegen sie freilich in wesentlich anderer Richtung als die früher besprochenen. Das was sie von diesen vornehmlich unterscheidet, ist der Umstand, daß sie Mittel sind, die eine wirkliche Sachverbilligung herbeizuführen vermögen, während die bisher aufgezählten Praktiken doch entweder überhaupt nur eine Scheinverbilligung hervorrufen konnten oder aber die Verbilligung für den Käufer durch Schädigung anderer Personen möglich machten.

Anders steht es mit den jetzt noch zu erwähnenden Verbilligungsmethoden. Sie stimmen alle darin überein, daß sie die Herstellungskosten der Waren verringern helfen. Und zwar entweder durch Herabminderung der eigenen Ansprüche des Produzenten oder Händlers (subjektive „Kosten“) oder durch Verringerung des Aufwandes an Kosten, die der verkaufende Produzent oder Händler zu zahlen hat: sei es wiederum, daß er die an der Produktion beteiligten Personen (Arbeiter) niedriger entlohnt, sei es, daß er die Herstellungs- oder Absatzmethoden produktiver, also billiger gestaltet.

Daß alle diese Methoden zur Verbilligung der Warenpreise von den Juden —

und zwar offenbar von ihnen zuerst — angewandt sind, dafür besitzen wir wiederum zahlreiche Belege.

Der Jude kann billigere Waren liefern, weil er weniger Ansprüche macht als der christliche Kaufmann oder Gewerbetreibende: das sagen vorurteilslose Beobachter häufig aus, müssen aber auch die Interessenten selbst gelegentlich zugeben.

Die Juden verkaufen die Waren billiger, „darunter dann die Kaufleute notwendig leiden müssen, indem diese mehr verzehren als ein Jude und also sich mit dem Verkauf ihrer Waren einigermaßen nach ihrem Zustande richten müssen“. (Das alte Nahrungsideal in seiner ganzen Prosigkeit!) „Der Jude begnügt sich mit einem kleineren Gewinn als der Christ.“ Wenn die christlichen Kaufleute nicht so verschwenderisch lebten, würden sie ihre Waren ebenso billig verkaufen können, wie die Juden, sagen die polnischen Juden zu den christlichen Polen.

„Sie sind ein an Mangel gewöhntes Volk, leben elend und können sich deshalb mit weniger Profit begnügen als die Engländer“, meint Child; sie unterbieten uns wegen ihrer außerordentlichen Bedürfnislosigkeit (by the exercise of extreme frugality), hieß es Mitte des achtzehnten Jahrhunderts in England.

„Je suis persuadé,“ redet der Intendant des Languedoc die ewig klagenden Kaufleute von Montpellier an, „que le commerce des Juifs dans les foires . . . fait moins de tort aux marchands de Montpellier que leur peu d'attention pour le service du public et leurs volontés déterminées pour de trop grands profits.“

Aber sie haben einen Trick herausgefunden, sagen andere (und das waren offenbar die Hellsehenden), mittelst dessen es ihnen gelingt, trotz eines geringeren Aufschlages auf die Waren, doch einen ebenso hohen (oder höheren) Profit zu machen als ihre christlichen Konkurrenten: sie beschleunigen den Umsatz. Noch im Anfang des neunzehnten Jahrhunderts gilt es als eine jüdische, von der Gegenpartei nicht zu befolgende Handelsmaxime: „öfterer Umsatz mit geringen Prozenten ist ungleich einträglicher als seltener Umsatz mit höherem Gewinn“.

Die Juden, die Väter dieses Grundsatzes, der ganz und gar gegen alle auf dem Prinzip der Nahrung aufgebaute Wirtschaftsgesinnung sich auflehnt: Kleiner Nutzen, großer Umsatz!

Der Aufschlag, der Profit (wie schon vorher der Preis) aus der Dämmerung des Traditionalismus herausgeholt und zum Gegenstande höchstpersönlich-zweckmäßigster Gestaltung gemacht! Das war die große, verblüffende Neuerung, die wieder von den Juden kam. Jüdisch war es, die Höhe des Aufschlags (Profits) nach Gutdünken zu bestimmen, jüdisch willkürlich festzusetzen, ob überhaupt ein Profit gemacht oder ob etwa eine Zeitlang ohne Profit gearbeitet werden sollte, um nachher desto mehr zu verdienen. Ebenfalls noch im Anfang des neunzehnten Jahrhunderts berichtet uns ein guter Beobachter von folgendem Sachverhalt als von einer verwerflichen jüdischen Praktik (allerdings mit Bezug auf

Deutschland, das natürlich hinter den westlichen Ländern ökonomisch zurückgeblieben war): „Es wird ein Kapital zusammengeschoffen (ein Behikel, welches desto leichter werden muß, je höher der Vermögensstand der Juden steigt, vom merkantilischen Gemeingeist usw. unterstützt); anfangs wird mit wenigen Prozenten, oft sogar selbst mit Verlust gearbeitet. Ist nun dies oder jenes Geschäft völlig zu Grunde gerichtet, ist erst ein sicheres Monopol erlangt, so geschieht die Steigerung der Preise auf eine willkürliche Art“ usw.

Endlich wäre dann noch der ebenfalls an den Juden öfters bemerkten Eigenart Erwähnung zu tun: bei der Herstellung der Güter möglichst billig zu verfahren: sei es dadurch, daß man die billigsten Arbeitskräfte aufsucht, sei es dadurch, daß man sich vollkommenerer Produktionsmethoden bedient.

Daß die Juden billigere Waren liefern können, weil sie niedrigere Arbeitslöhne bezahlen, wird öfters hervorgehoben: Wollfabrikanten in Avignon (1850), Kaufleute von Montpellier, Rat der Stadt Frankfurt a. D.

Das Gemeinsame aller dieser zuletzt genannten Praktiken ist natürlich, was die Zeitgenossen nicht sehen konnten, dies: daß die Juden sich wohl am frühesten wichtiger Zweige der kapitalistischen Industrie bemächtigt haben, namentlich dort wo diese als Hausindustrie sich in Anlehnung an den Handel entwickelt hat. Der Anteil der Juden an der Entstehung beispielsweise (und namentlich) der kapitalistischen Textilindustrie ist viel größer als man bisher angenommen hat. Aber diese Zusammenhänge hier weiter zu verfolgen, liegt nicht in meiner Absicht, weil ich in diesen Betätigungen der Juden nichts typisch jüdisches sehe. Es sei denn, was für die hier entwickelte Gedankenfolge von Belang ist: daß sie mit Bewußtsein aus rationalen Erwägungen sich der neuen Formen der Produktion ebenso zuerst bedienten, wie der neuen Formen des Handels.

Und dabei wäre nun noch einer Eigenart jüdischer Geschäftsführung zu gedenken, von der wir zwar in den Berichten aus der frühkapitalistischen Epoche nichts vermeldet finden, vielleicht weil sie sich erst später deutlicher ausgeprägt hat, die aber demselben Geiste entstammt wie all die bisher betrachteten Züge ihrer Geschäftsführung: ich meine das bewußte Sinnen auf immer neue Kunstgriffe, durch die etwa die Kundschaft gewonnen werden könnte: es mag sich um neue Gruppierung der Waren, um neue Zahlungsmodalitäten, um neue Branchenkombinationen, um neue Formen der Darbietung von Diensten: kurz um irgend eine Neugestaltung des Geschäftslebens handeln, die Käufer anlockt. Es wäre eine reizvolle Aufgabe, einmal alle die „Neuerungen“ zusammenzustellen, die Handel und Wandel (technische Neuerungen kommen fast gar nicht in Betracht) den Juden verdanken. Ich will nur auf ein paar solcher kommerzieller Erfindungen (wie man sagen könnte) hinweisen, von denen wir jetzt schon feststellen können, daß sie jüdischen Ursprungs sind (ich zweifele nicht, daß sie sich leicht vermehren ließen, wobei unentschieden bleiben mag, ob die schöpferische

Idee selbst oder nur deren geschäftliche Ausnützung jüdischen Hirnen entstammt). Die schon erwähnten mannigfachen Methoden, billig „verlegene“ oder alte Waren einzukaufen und sie billig zu verkaufen war natürlich ursprünglich auch eine „ingeniöse Idee“, auf die erst einmal einer kommen mußte; der Handel mit Resten und ähnlichem gehört alles hierher; wie weit die Idee des Warenhauses jüdischen Ursprungs ist, müßte „quellenmäßig“ noch genauer festgestellt werden. (Jedenfalls waren, wie wir schon sahen, die Juden als Pfandleiher die ersten, in deren Läden sich Gegenstände heterogenster Art zusammenfanden. Und in dieser krassen Gegenüberstellung von Artikeln, die möglichst verschiedenen Branchen angehören und auch möglichst verschiedenen Gebrauchszwecken dienen, liegt doch wohl eines der charakteristischen Merkmale des modernen Warenhauses. Eine vollendete Indifferenz des Geschäftsleiters gegenüber dem Sachhalte seiner Tätigkeit, die dadurch ganz und gar zu einer nurkommerziellen werden kann, macht somit die Eigenart des Warenhausbesitzers aus und sie ist [wie sich aus der eigentümlichen Stellung der Juden zur Industrie schon ergibt] eine jüdischem Wesen adäquate Erscheinung. Daß heutigentags in den Vereinigten Staaten ebenso wie in Deutschland die Warenhäuser fast durchgängig, in Frankreich großen Teils, in jüdischen Händen sind, ist bekannt.)

Eine bedeutsame Neuerung der Detailhandelsorganisation war seiner Zeit die Einführung der Ratenzahlung bei Abnahme von größeren Posten oder kostspieligen Gegenständen. Wenigstens für Deutschland läßt sich nun feststellen, daß die Väter des „Abzahlungsgeschäftes“ Juden waren. In einer Schrift aus dem Anfang des neunzehnten Jahrhunderts lesen wir: „Es gibt eine Art Krämer unter den Juden, die dem gemeinen Manne unentbehrlich, der Handlung aber äußerst nützlich sind. Es sind nämlich Leute, die dem gemeinen Mann Kleider oder Stoffe dazu verkaufen und sie nach und nach in kleinen Abträgen bezahlt nehmen.“

Eine ganze Menge von Neuerungen in der Ausgestaltung der „Gast- und Schankwirtschaft“ sind ebenfalls jüdischen Ursprungs: Das erste Kaffeehaus in England (also wohl das erste überhaupt?) ist von einem Juden, namens Jacobs im Jahre 1650 oder 1651 in Oxford eröffnet worden (erst 1652 erhält London sein erstes Kaffeehaus). Eine ganz neue Ära des Restaurationswesens ist bekanntlich durch die Juden Kempinsky, Alschinger eröffnet worden: Standardisierung des Konsums und der Preise ist hier das tragende, neue Prinzip.

Das wichtige Institut der berufsmäßigen Kreditvermittlung ist (sicher in Deutschland) von jüdischen Geschäftsmännern ins Leben gerufen.

Was uns aber an all diesen Neuschöpfungen an dieser Stelle interessiert, ist nicht die darin etwa zutage tretende spezifische Begabung (von der ich früher schon gesprochen und von der später noch einmal in anderem Zusammenhange zu reden sein wird) sondern allein die in ihnen sich ausprägende eigentümliche Wirtschaftsgesinnung: der Wille zum neuen Trick. Und deshalb auch habe ich davon in diesem Kapitel gesprochen, das ja vom jüdischen Geist, von der jüdischen Geschäftsmoral, von

der spezifisch jüdischen Wirtschaftsgesinnung handelte. Wir sind nun am Ende dieses Abschnittes und schauen einen Augenblick auf die durchwanderte Wegstrecke zurück. Was wir deutlich vor uns sahen, war der schroffe Gegensatz, in dem während der ganzen frühkapitalistischen Epoche jüdische und nichtjüdische Wirtschaftsgesinnung sich gegenüberstehen. Die herrschende Wirtschaftsgesinnung habe ich in ihren Grundgedanken zu erfassen versucht: Traditionalismus, Nahrungsideal, Idee der ständischen Gliederung und Stabilität sind ihre wichtigsten Bestandteile. Was aber ist nun das grundsätzlich Neue in der Betrachtungsweise, die wir als die spezifisch jüdische kennen lernten? Wir können es in einem einzigen inhaltschweren Worte zusammenfassen: es ist der „moderne“ Geist, wie er heute die Wirtschaftssubjekte durchgehend beherrscht. Wenn wir das „Sündenregister“ überblicken, das man während des siebzehnten und achtzehnten Jahrhunderts den Juden vorhält, so nehmen wir sehr bald wahr, daß (abgesehen von den grundsätzlich nicht in Betracht kommenden verbrecherischen Manipulationen) es nichts enthält, was der moderne Geschäftsmann nicht für das selbstverständlich Richtige erachtete, was nicht das tägliche Brot in jeder modernen Geschäftsführung bildete. Was der Jude durch all die Jahrhunderte gegenüber den herrschenden Anschauungen vertritt, ist die grundsätzlich individualistische Auffassung von der Wirtschaft: daß die Wirkungssphäre des einzelnen Wirtschaftssubjektes nach oben und nach unten hin durch keine objektive Sägung irgendwie begrenzt sei, weder was die Größe des Absatzes, noch was die Gliederung nach Berufen betrifft; daß jedes Wirtschaftssubjekt jederzeit sich seine Position neu erobern und jederzeit sie gegen Angriffe verteidigen müsse; daß es aber auch das Recht habe, sich auf Kosten anderer einen so breiten Spielraum zu erkämpfen als es in seiner Macht liegt; daß die Kampfesmittel wesentlich in der geistigen Sphäre liegen, List, Schlaueit, Verschlagenheit seien; daß andere Rücksichten als die auf das Strafgesetzbuch im wirtschaftlichen Konkurrenzkampfe nicht zu nehmen seien; daß alle wirtschaftlichen Vorgänge nach eigenem Gutdünken so zweckmäßig wie möglich von dem einzelnen gestaltet werden müssen. Was sich hiermit siegreich durchgesetzt hat, sind wie man sieht, nichts anderes als die Ideen des „Freihandels“, der „freien Konkurrenz“, ist der ökonomische Rationalismus, ist der reine kapitalistische Geist, ist eben die moderne Wirtschaftsgesinnung, bei deren Ausbildung die Juden eine große, wenn nicht die entscheidende Rolle gespielt haben. Denn sie sind es gewesen, die von außen her in einen anders gearteten Ideenkreis hinein diese Anschauungen trugen.

Mit dieser Erwähnung aber sind wir vor ein neues Problem gestellt; vor die Frage: wie erklärt sich diese schon vor dem Kapitalismus vorhandene Disposition der Juden für kapitalistisches Wesen; eine Frage, die wir dahin erweitern müssen: was ist es überhaupt, das die Juden befähigt hat, einen so entscheidenden Einfluß auf den Gang des modernen Wirtschaftslebens auszuüben, wie wir ihn nun im Verlaufe der vorstehenden Untersuchungen haben feststellen können.
