

Bibliothek der ◊ ◊ ◊
Unterhaltung
und des Wissens .

Mit Original-Beiträgen der
hervorragendsten Schriftsteller
und Gelehrten & sowie zahl-
reichen Illustrationen

Jahrgang 1907. Fünfter Band



Stuttgart, Berlin, Leipzig
Union Deutsche Verlagsgesellschaft

Feste Preise. — Es kommt die Weihnachtszeit mit ihren Einkäufen, jene Hochflut im Verkehr der großen Basare und Spezialgeschäfte, in der Millionen umgesetzt werden. Daß ein solches Riesengeschäft überhaupt möglich wird und sich außerdem mit bewundernswerter Präzision abspielt, ist zum großen Teil das Verdienst der Einrichtung in den großen Geschäften, daß jetzt jede Ware ihren festen Preis hat. Es braucht nicht mehr gemarktet, gefeilscht und gehandelt zu werden.

Es ist aber noch gar nicht so lange her, da litten wir auch in Deutschland an dieser Feilscherei, und man behauptet, es gäbe Personen weiblichen wie männlichen Geschlechts, denen beim Einkauf das Feilschen das Angenehmste wäre. In der Provinz, besonders dort, wo Landkundschaft vorhanden ist, geht es ja auch heute noch ohne Handeln und Feilschen nicht ab; aber auch in der Provinz fangen die großen Warenhäuser mit ihren festen Preisen in dieser Beziehung bereits an Wandel zu schaffen. In den großen Städten dagegen kommt es gar nicht mehr vor, daß man in einem Geschäft noch handeln kann. Tut man es dennoch, so wird man erstaunt angesehen, und der Schreiber dieser Zeilen war selbst Zeuge und selbst sehr erstaunt, als er vor kurzem in einem Berliner Geschäft einen Rumänier hörte, der die Hälfte des geforderten Preises bot und erklärte, er sei es nicht gewohnt, in einem Geschäft den Preis zu zahlen, den man von ihm fordere.

Die Geschäftsleitung geht eben mit der Preisfestsetzung bis an die äußerste Grenze der Möglichkeit; sie begnügt sich mit einem kleinen Verdienst, rechnet aber auf Massenumsatz und hat dadurch auch ihren Vorteil. Sie muß aber natürlich darauf rechnen, daß von den auf das Geringste berechneten Preisen nichts mehr abgeht.

Gern hat sich auch das Publikum an diese festen Preise gewöhnt; ja, es macht sich mehr und mehr im deutschen Publikum eine Neigung für Einheitspreise geltend. Die Basare, die alle möglichen Gegenstände führen, von denen jeder einzelne genau das

selbe — entweder drei Mark, eine Mark oder fünfzig Pfennig — kostet, machen große Umsätze. Das Publikum will eben wissen, was es auszugeben hat, wenn es in einen Laden hineingeht.

Es fiel früher den Geschäften gar nicht ein, die Waren, die sie im Schaufenster hatten, mit Preisen zu bezeichnen. Heute geschieht dies fast überall, denn man weiß, daß der Kunde um so leichter in den Laden tritt und etwas kauft, je sicherer er weiß, was er auszugeben hat. Der alte Grundsatz: Laßt den Kunden nur erst in den Laden kommen; wenn wir ihn haben, werden wir ihm schon etwas verkaufen — ist heutzutage nicht mehr anwendbar.

Wir sehen aber nicht nur auf dem Gebiete des Handels das System der festen Preise, sondern auch bei den Instituten, die dem Verkehr dienen und mit der Steigerung dieses Verkehrs in immer neuer Zahl entstehen. Noch vor zwanzig Jahren fand man in Deutschland kaum ein Hotel, in dem es einen festen Preis gab. Selbst wenn man den Preis des Zimmers vor der Benützung verabredete, wußte man doch nicht, was man zu zahlen hatte, denn es wurden dann noch Extraätze berechnet: für Bedienung, für Beleuchtung, für Heizung, und besonders die Berechnung für die Beleuchtung war der reine Hohn. Jetzt findet man in den meisten großen Hotels überall feste Preise, Bedienung, Beleuchtung und Heizung eingeschlossen, und gewöhnlich lautet die Aufschrift nur, daß man nichts außerdem zu zahlen hat als ein Entgelt für das Putzen der Stiefel und Gepäckbesorgung.

Die in der Schweiz zuerst eingeführten Pensionspreise, wonach man bei längerem Aufenthalte in einem Hotel einen bestimmten Preis für Wohnung und Mahlzeiten zu entrichten hat, trugen unzweifelhaft dazu bei, das Reisen zu fördern. Auch die Einführung der Gesellschaftsreisen, bei denen man für einen fest bestimmten Preis mit einem Schlage alles bezahlt: die Fahrt, die Unterkunft, die Führung und so weiter, hat dazu beigetragen, das Reisen zu fördern, und diese Gesellschaftsreisen vermehren sich nicht nur der Zahl nach, sondern sie dehnen sich auch räumlich immer weiter aus und erschließen Bezirke, die früher von Touristen kaum betreten wurden, wenn nicht den Reisenden außerordentliche Geldmittel zur Verfügung standen.

Auch die Taxameterdrohse ist eine solche Erscheinung des Strebens unserer Zeit nach festen Preisen. Der Einführung dieser Fahrpreisanzeiger widersetzten sich zuerst die Kutscher wie das Publikum. Heute hat man die Vorteile der Preisfestsetzung durch die Maschine längst erkannt. Fahrgast und Kutscher wissen, daß sie nicht in Streit geraten können, weil auf dem Zifferblatt des Fahrpreisanzeigers der feste Preis steht.

Der kolossale Erfolg, den die Automatengesellschaften mit ihren Apparaten und den Waren, die sie durch dieselben absetzen, erzielt haben, ist ebenfalls zum Teil auf den festen Preis zurückzuführen. Allerdings spielt ja h'er vor allem die Bequemlichkeit eine große Rolle. Aber auch der feste Preis, der Nickel, ist mit ein Grund, daß die Zahl der Käufer eine so außerordentlich große geworden ist und sich beständig vermehrt.

Selbst in den Restaurants, und gerade in den besten, führt sich der feste Einheitspreis immer mehr ein, und man findet in allen größeren Städten jene Restaurants, die nach dem sogenannten „Kempinskiplan“ arbeiten, bei dem jede Portion auch der verschiedensten Speisen einen bestimmten Preis kostet.

Auch wohl auf anderen Gebieten noch als auf den hier angeführten werden findige Unternehmer sicher noch große Erfolge haben, denen es gelingt, einen festen oder Einheitspreis auszuflügeln.

A. D. R.