

Damit zieht man keine tüchtigen Männer gross, die etwas zu leisten vermögen. Wer etwas lernen will, um später im Leben vorwärts zu kommen, der muss auch den Mut haben, einmal ein Stündchen seiner Erholungszeit und auch seiner Nachtruhe zu opfern. „Vor die Tugend setzten die Götter den Schweiß!“ sagt ein alter griechischer Dichter und bringt damit treffend zum Ausdruck, dass es keine Errungenschaft gibt, um die nicht gerungen werden muss, dass es keine Erfolge gibt, die ohne Mühe und Fleiss herbeigeführt werden können. Die Genies, die, ohne etwas gelernt zu haben und ohne sich anstrengen zu müssen, alles in vollendeter Weise aus dem Aermel schütteln, sie gehören in das Reich der Fabel, in der Wirklichkeit bestehen sie nicht; hier erweist sich vielmehr jede grosse Leistung als das Resultat eines ebenso grossen Fleisses, sie riecht — um dem Ausdruck eines anderen griechischen Weisen heranzuziehen — nach der Oellampe, d. h. sie ist zustande gebracht worden unter Entsayungen und unter Verzicht auf mancherlei Annehmlichkeiten und Bequemlichkeiten des Lebens. Man braucht sich aber gar nicht in die Region der gottbegnadeten Talente zu versteigen, sondern wenn man im alltäglichen Leben um sich blickt, so wird man dieselbe Wahrnehmung machen können — wer nicht ernst und mit Ausdauer arbeitet, wer nicht als willensstark und widerstandsfähig sich erweist, der bringt es im Leben zu nichts, gleichviel wie hoch oder wie niedrig die Sphäre sein mag, in der er sich bewegt. Daran muss aber auch die junge Generation glauben und gewöhnt werden, sie kann es nicht in Anspruch nehmen, dass ihr die reifen Früchte des Lebens ohne Mühe in den Schoss fallen und sie soll hiernach auch gar nicht lüstern werden, denn gerade die Arbeit an und für sich hat, ohne Rücksicht auf das Ergebnis, das sie zu zeitigen vermag, auch ihren grossen sittlichen Wert, ist für sich schon ein Kulturfaktor, den man nicht missen und auch gar nicht wegdenken will. Jetzt gerade, wo so fürsorglich nach allen Seiten hin Vorkehrungen dafür getroffen worden sind, dass kein Missbrauch mit der Arbeitskraft der Angestellten stattfindet, gerade jetzt kann um so mehr von ihnen erwartet werden, dass sie dieses eng begrenzte Mass von Arbeitszeit und Arbeitskraft auch ungemindert in dem Betriebe ihres Prinzipals oder Lehrherrn selbst aufwenden und dass sie die Zeit für ihre Fortbildung in den Mussestunden und nicht in den eigentlichen Arbeitsstunden suchen.

Dr. jr. Biberfeld.

### Feste Preise.

[Nachdruck verboten.]

**M**ehr und mehr bürgert sich, namentlich in besseren Geschäften, die Gepflogenheit ein, jedes Feilschen und Handeln um den Kaufpreis auszuschliessen, sich also auf keinen Fall darauf einzulassen, dem Kunden die Ware zu einem niedrigeren Preise als dem ausgezeichneten und geforderten abzugeben. Diesen Geschäftsgrundsatz pflegt man dem Publikum durch Aufschriften mit dem Wortlaut „Feste Preise“ bekannt zu geben, und zwar indem man Plakate mit diesem Text an den geeigneten Stellen in dem Schaufenster oder in den Verkaufsräumen anbringt oder auch indem man in Zeitungsannoncen, auf Preiskatalogen und bei ähnlichen Gelegenheiten darauf hinweist. Ueber die Zweckmässigkeit einer solchen Einrichtung zu sprechen, erübrigt sich an dieser Stelle, man wird im allgemeinen sagen dürfen, dass die Einführung fester Preise und das Ausschliessen jeglichen Feilschens im Interesse beider Teile, des Geschäftsinhabers sowohl wie seiner Kundschaft, liegt und zwar vor allen Dingen schon, weil dadurch die Quelle zahlreicher Belästigungen und eines unendlichen Zeitverlustes verstopft wird.

Dass bei dieser Regel wie bei jeder anderen, die für das praktische Verhalten im Leben gilt, auch Ausnahmen vorkommen können, liegt auf der Hand. Es sind selbst in dem reellsten Geschäftsbetrieb, in dem der Grundsatz fester Preise streng massgebend ist, Fälle denkbar, in denen es angezeigt erscheint, hiervon abzuweichen, sei es aus eigener Entschliessung, sei es auf Bitten des Reflektanten, diesem bei der Preisbemessung entgegenzukommen. Es will z. B. jemand gewisse Gegenstände, die mit

5 Mk. ausgezeichnet sind, in zahlreichen Exemplaren für die Zwecke einer Wohltätigkeitsbescherung kaufen, es stehen ihm aber aus den angesammelten Fonds hinreichende Mittel nicht zur Verfügung, die Differenz beträgt etwa nur wenige Mark, dann könnte es als unfreundlich und hartherzig zugleich erscheinen, wenn sich der Verkäufer weigern würde, hier in eine Reduktion zu willigen.

Solche und ähnliche Rücksichten tausenderlei Art und in tausenderlei Form sind denkbar und auch geboten. Nun könnte man einwenden, dass dies ja schliesslich jeder Geschäftsmann mit sich allein abzumachen habe, ob er sich in allen Fällen zu dem von ihm selbst proklamierten Grundsatz fester Preise bekennen will oder ob er gelegentlich oder vielleicht überall, wo sich Anlass bietet, davon abzuweichen geneigt ist. Mancher teilt dem Publikum, dass er „Feste Preise“ habe und kein Feilschen dulde, vielleicht nur mit, um die Kauflustigen vom Handeln abzuschrecken; wo es ihm aber nicht gelingt, da lässt er sich in ein langes Debattieren und Paktieren ganz gern ein und findet sich am Ende auch wohl bereit, einen mehr oder minder erheblichen Bruchteil von dem anfänglich geforderten Preise nachzulassen. Das alles, so könnte man einwenden, ist seine Sache und geht andern nichts an. Das ist aber keineswegs der Fall, denn ein solches Verhalten würde eine Ausschreitung im Reklamewesen und damit also eine unzulässige Form des Wettbewerbs bedeuten, von der jedoch sogleich bemerkt werden mag, dass sie kaum im Wege des Strafverfahrens, wohl aber sicherlich mit einer Klage auf Unterlassung und unter Umständen sogar auf Schadenersatz angegriffen werden kann.

Das Gesetz des unlauteren Wettbewerbs zählt zu den verbotswidrigen Formen der Reklame vor allen Dingen jedes Angebot einer Ware oder einer Leistung, das sich an das grosse Publikum richtet und das Angaben tatsächlicher Art macht, die geeignet sind, „über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Preisbemessung von Waren oder gewerblichen Leistungen“ den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen, während sie selbst mit den Tatsachen in Widerspruch stehen. Prüfen wir daraufhin nun eine solche Ankündigung, dass feste Preise im Betriebe bestehen, und setzen wir dabei den Fall, dass in Wirklichkeit der Geschäftsinhaber auch ganz gern mit sich handeln lässt, so wird folgendes zu sagen sein: Das Publikum selbst, so sehr es auch namentlich in Deutschland und vor allen Dingen in gewissen Gesellschaftskreisen dazu geneigt sein mag, kleine Vorteile beim Handeln um den Kaufpreis herauszuschlagen, so hat es doch ein lebhaft entwickeltes Gefühl dafür, dass gerade solche Geschäfte und Werkstätten, in denen man sich auf kein Feilschen einlässt, viel reellere sind, man hat die Ueberzeugung, dass hier, wie man sich auszudrücken pflegt, nichts vorgeschlagen wird, sondern dass die ein für allemal massgebenden Preise im Einklang stehen mit dem Werte der Ware. Deshalb zieht auch der vernünftige Konsument ein solches Geschäft dem anderen, wo er halbe Tage lang um Grosehen und Pfennige feilschen darf, vor.

Versichert nun also der Geschäftsinhaber in öffentlichen Ankündigungen, dass bei ihm feste Preise bestehen, so erweckt er bei dem Publikum den Anschein eines besonders günstigen Angebots im Verhältnisse zu anderen Läden und Werkstätten, in denen man nach Belieben handeln kann, wo feste Preise nicht eingeführt sind. Wenn es nun aber bei ihm ungeachtet dessen zur Regel geworden ist, dass er handeln lässt, wenn er also etwa jedem Kunden, der nicht den geforderten Kaufpreis zu zahlen geneigt ist, sondern einen niedrigeren vorschlägt, erklären wollte: er lasse sich zwar sonst auf derartige Erörterungen nicht ein, aber ausnahmsweise und nur weil er es mit einem so geschätzten Kunden zu tun habe, weiche er von seinem Prinzip ab; wenn also — wie gesagt — sich dieses Manöver überall wiederholen würde, wo sich Gelegenheit dazu bietet, so müsste man sagen, dass jener Grundsatz nur zum Schein aufgestellt worden ist, um dem ganzen Geschäft den Anstrich einer besonderen Reellität und Solidität zu verleihen, während in Wirklichkeit nach einem ganz anderen Prinzip verfahren wird, indem man zu jedem nur annehmbaren Preise, den der Käufer bietet, die Ware losschlägt. Der einzelne Kunde lässt sich durch solche Redensarten vielfach