

sein wird, auf den Markt bringen, erübrigt sich aufzuzählen, aber eine Abteilung soll herausgegriffen werden, weil gerade ihr Umfang im allgemeinen weniger bekannt ist. Tietz ist in Berlin zweifellos der größte Käufer am Viehmarkte und seine wöchentlichen Schlachtungen betragen 1000 bis 1500 Schweine, 100 bis 120 Kälber und ungefähr 100 Rinder. Die Lebensmittelabteilung der Firma Tietz zeigt, daß es auch in Deutschland Männer und Firmen gibt, welche die in England allgemein bekannte strenge Auffassung vom „service“ haben. Es ist zweifellos, daß angesichts der enormen Mengen Lebensmittel, welche Tietz in den Verkehr bringt, diese Abteilung finanziell günstig abschneidet, gleichzeitig aber wirkt sie, eben infolge ihrer Größe und Ausdehnung, preisregulierend und bietet ein interessantes Beispiel dafür, wie ein privatwirtschaftliches Unternehmen, auf den eigenen Vorteil bedacht, trotzdem gemeinwirtschaftlich arbeiten kann. Die jeden Freitag in der Tagespresse erscheinenden Anzeigen der Lebensmittelabteilung bilden quasi den Kurszettel der Hausfrau, wie es in gewissem Sinne auch die Annoncen der anderen Abteilungen, namentlich der Gebrauchs- und Haushaltsartikel, sind.

Die außerordentliche Geschicklichkeit der Pariser Verkäuferin, die, sei es bei Maquet oder im „Bon Marché“, nie zu viel, aber es dann sicherlich in einer Form sagt, daß der zögernde Kunde zum Kaufen veranlaßt wird, weil sie nie zuredet und die Ware nicht anpreist, sondern deren Güte und Billigkeit nur andeutet, andererseits der relative Mangel an geschickten Verkäuferinnen in Berlin bewog die Inhaber der Firma Tietz, eine Verkäuferinnenschule zu gründen, die ursprünglich zwei, heute gegen hundert Klassen besitzt. Ich glaube nicht, daß eine bessere Vereinigung von Theorie und Praxis in irgendeiner Lehranstalt gefunden werden kann, als in dieser aus privater Initiative geschaffenen Schule, deren Schülerinnen von dem Besuche der städtischen Pflichtschule befreit sind. Der Unterricht ist unentgeltlich, die Lehrmittel werden von der Firma gestellt und alles für den Schulbetrieb Notwendige steht Lehrern und Schülern zur Verfügung.

Die von Doktrinären und Theoretikern gebrachten Einwände gegen das Warenhaus bestehen in der Hauptsache darin, daß die Spesen so hohe seien, daß daher die Ware teurer oder qualitativ minderwertiger sein müsse. Ich sehe ganz davon ab, daß durch die Kapitalkraft und den auf große Mengen eingestellten Betrieb des Warenhauses der Einkauf günstiger getätigt werden kann, denn einerseits kann das Warenhaus den Fabrikanten vorfinanzieren und ihn in die Lage versetzen, z. B. bei günstigem Kurse ein großes Quantum Baumwolle zu kaufen, andererseits ist der Preis naturgemäß ein anderer, wenn von einer Sorte 25 oder 2500 Stück gekauft und prompt bezahlt werden. Wie gesagt, diese Binsenwahrheiten wollte ich gar nicht näher anführen, aber die Behauptung, daß das Warenhaus besonders große Spesen habe, zu widerlegen versuchen. Die Firma Tietz kostet eine Kilowattstunde sechs Pfennig, der Preis, den das Nichtwarenhaus zu bezahlen hat, beträgt das Dreifache. Die Insertionsspesen sind verhältnismäßig auch kleiner: Die Firma Tietz kündigt beispielsweise in einer Anzeige 40 Artikel an; die Spesen dieser Annonce, auf die einzelnen (40) Artikel verteilt, sind natürlich geringer als die im gleichen Formate erscheinende des Kaufmannes, der nur einige wenige Artikel anzubieten