

vermehrungen. Und ich denke, daß Selfridges, Harrods, Wertheim, Tietz, La Samaritaine und der Bon Marché sich mit ganz darwinscher Logik vom Einfachen zum Komplizierten entwickelt haben.

Wie in der Kunst, triumphiert auch dort der Individualismus. Die Schöpfung eines großen Magazins wird immer der Initiative eines energischen und beharrlichen Mannes verdankt.

Im Jahre 1852 war Boucicant Angestellter im „Petit Saint Thomas,“ einem heute verschwundenen Warenhaus, auf dessen Grundstück sich jetzt eine Bank befindet. Er assoziierte sich mit einem Herrn Videau, dem Besitzer eines kleinen Magazins an der Ecke der Rue de Sèvres und der Rue du Bac. Videau

wurde aufgesogen, — er bekam immerhin 1 500 000 Francs für seine Einlage — und Boucicant hinterließ seiner Witwe das blühende Warenhaus „*Au bon Marché*“.

Prinzipien: Alle Waren werden mit sichtbarer Preisauszeichnung vorgelegt, wenn die Waren bei der Lieferung nicht mehr gefallen, so werden sie zurückgenommen oder umgetauscht, der Eintritt ist frei, der Verkauf geschieht zu sehr kleinem Nutzen.

Solche Grundsätze werten alle Gesetze des Handels über den Haufen. Im Jahre 1869 mietete Cognacq zum Preise von 15 Francs täglich einen Laden in der



Francisca Stoecklin

Rue du Pont Neuf, bei den Bädern zur „*Samaritaine*“. Er gab seinem Warenhaus diesen Namen.

Prinzip: Die Ware auf Kredit verkaufen, die Angestellten an seinen Verdiensten interessieren.

Die Kunstsammlung Cognacq ist gegenwärtig die wichtigste in Paris, nicht nur in Werken des 18. Jahrhunderts, sondern auch in modernen. Das große Warenhaus ist für die modernen Frauen eine Art von Religion geworden, und mit dem fieberhaften Eifer der für den Wagen des Dschaggernat bestimmten Opfer stürzen sie, sich gegenseitig zermalmend und zertretend, an den Nouveautés- und Restetagen ins Warenhaus. Man glaubt nicht mehr an Gott, sondern an die Herren Tietz, Selfridge oder Bader. Eine bestimmte Geistesverfassung ist aus ihrer Serienarbeit entstanden. Der Geist der Uni-