

# Anfangspreise — Werbepreise — Preishöhe

Von Ferdinand M. Busse i. Fa. Max Busse (Berlin)

## I.

**Alles ändert sich im Laufe der Zeit. — Mangelnde Anpassung an veränderte Verhältnisse bedeutet Rückschritt!**

Nichts ist beständig, außer dem fortwährenden Wechsel und Wandel aller Dinge in dieser unvollkommenen Welt. Ein Auf und Ab und ein Durcheinander mannigfaltigster Ereignisse in der kurzen Zeitspanne zwischen Werden und Vergehen des einzelnen Menschen wie dem ganzer Völker. Nichts geschieht in genau gleicher Wiederholung, und nichts kreist ewig in derselben vorgeschriebenen Bahn. — Das sind Naturgesetze, die jeder kennt, und doch ist es gut, wenn wir immer wieder daran denken, damit wir nie vergessen, daß jedes Stillestehen einen Schritt rückwärts bedeutet, daß Rückschritt Vernichtung ist und daß allein ein dauerndes Einstellen auf die Forderungen der Gegenwart und ein unverdrossenes Vorwärtstreben den Kampf mit den vielen Schwierigkeiten im wirtschaftlichen Leben siegreich bestehen läßt. Es ist immerhin ein Trost, daß ein gütiges Geschick uns in diesem schweren Ringen Eigenschaften hilfreich zur Seite gestellt hat, die uns immer wieder mit Hoffnung und neuer Arbeitslust erfüllen, wenn einmal unsere Hände mutlos sinken, nämlich Tätigkeitsdrang und Freude am Schaffen.

Das Uhrmacherhandwerk mit seiner künstlerisch feinen und wissenschaftlich vertieften Arbeit bringt es mit sich, daß der Uhrmacher gern in beschauliches Nachdenken versinkt und beim Durchblättern der Erinnerungen und Erfahrungen vergangener Zeiten die Fragen einer neuen Zeit und ihre Beantwortung überhört. Deshalb ist es notwendig, kaufmännischen Geist an die Tür seiner Werkstatt klopfen zu lassen und ihm von Zeit zu Zeit immer wieder ein Werkzeug in die Hand zu drücken, mit dessen Hilfe er die Gegenwart meistern und die Bausteine für die Zukunft formen kann. Diesen Zwecken sollen die folgenden Ausführungen dienen; sie sind einem reichen Schatz von erprobten Erfahrungen entnommen und sollen Anregung und Antrieb für die Verbesserungen unserer Geschäfte und für die Vergrößerung unseres Umsatzes und unserer Verdienstmöglichkeiten geben.

Durch den großen Krieg und seine Folgen sind in der Wirtschaft, in unseren Anschauungen und in unserer ganzen Lebensführung so große Veränderungen vor sich gegangen, daß alle Erfahrungen — in früheren Zeiten gesammelt und für gut befunden — einer strengen Nachprüfung und einer sorgfältigen Anpassung an die geänderten Verhältnisse unterzogen werden müssen. Das hat mit Sucht nach Neuerungen oder pietätloser Abkehr von alljährwürdigen Überlieferungen nichts zu tun. Man darf nun einmal nicht auf bequemem Sessel in behaglicher Stube sitzenbleiben, während draußen die Zeit vorüberstürzt und alles Gewesene umstößt. Das ist früher immer schon so gewesen, es gilt heute in einer Zeit, in der alles Geschehen von einem nie dagewesenen Tempo erfaßt ist, doppelt und dreifach. Deshalb müssen wir die Augen weit offen halten, um zu sehen, was auf dem Markt vor sich geht.

Wir müssen die Ansprüche und Wünsche des kaufwilligen Publikums mit äußerster Aufmerksamkeit zu ergründen suchen, um sie zu erfüllen, und wir müssen die Maßnahmen unserer Konkurrenz, durch die sie sich auf die Forderungen der Käufer einstellt, mit schärfster Wachsamkeit verfolgen. Wenn wir im Wettrennen um die Mark des Käufers nicht zurückbleiben wollen, müssen wir uns vor allem all der Mittel bedienen, die unsere Ware dem Käufer so begehrenswert wie nur irgend möglich machen. Das ist gar nicht so schwer; denn wir brauchen uns ja nur

die Methoden erfolgreicher Geschäfte, soweit sie für uns verwendbar sind, zunutze zu machen, um schnell den richtigen Weg zu finden. Daß alle Werbemittel, die gegen den vom ehrbaren Kaufmann gewissenhaft gehüteten Begriff von Treu und Glauben verstoßen, abgelehnt werden müssen, versteht sich von selbst.

## II.

**Was sind Anfangspreise und wodurch dienen sie der Kundenwerbung?**

Anfangspreise sind Niedrigstpreise, zu denen gewisse Waren in jeder Warengruppe für geringe Qualitätsansprüche, aber doch noch mit genügender Brauchbarkeit hergestellt und verkauft werden können. Sie sind ein ausgezeichnetes Mittel zur Kundenwerbung, weil sie einen Maßstab für die Grenzen geben, innerhalb derer ein Kaufwunsch erfüllt werden kann. Wenn wir unseren lieben Mitmenschen verstehen wollen und wenn wir ergründen wollen, was für Gedankengänge sich in ihm zwischen Kaufwunsch und Kaufentschluß abspielen, so empfiehlt es sich, in uns selbst hineinzuhorchen. Erblicken wir ein reizvolles Angebot einer Ware, entsteht in uns der Wunsch, sie zu besitzen. Von diesem Wunsch bis zur Überlegung, ob unsere Geldmittel die Erfüllung zulassen, ist nur ein kurzer Weg. Der Entschluß zum Kaufe wird gefördert, wenn wir die Anfangspreise, in der die gewünschte Ware zu haben ist, ersehen können. Deshalb muß ich, wenn ich einen Käufer gewinnen will, einen Maßstab geben, der ihn von vornherein errechnen läßt, ob er einen Gegenstand, den er für sich braucht oder verschenken möchte, überhaupt zu erwerben in der Lage ist und welche Qualitätsansprüche er zu machen berechtigt ist, wenn er einen höheren Preis als den ihm bekanntgegebenen anzulegen bereit ist. Der Endpreis spielt für diese Beurteilung gar keine Rolle; denn ihm sind ja keine Grenzen gesetzt, und jeder weiß, daß er jede Art Ware in einer Ausführung und in einer Preislage bekommen kann, die sich dann nur noch nach dem aufgewendeten Luxus, aber nicht mehr allein nach der Qualität richtet.

Den Anfangspreis also muß ich nicht schüchtern, als ob ich dafür eigentlich gar nicht gern verkaufe oder kein gutes Gewissen in bezug auf die Brauchbarkeit der mit ihm angebotenen Ware hätte, sondern groß und deutlich herausstellen. Es hat sich in der Praxis als unzweckmäßig erwiesen, eine hochwertige Ware anzubieten und dann erst darauf hinzuweisen, daß man natürlich auch noch andere Ware zu niedrigerem Preise, und zwar von soundso viel Mark an, bieten könne. Das sagt dem Kunden gar nichts.

Aber richtig ist es, ihm ohne viele Umschweife sofort zu zeigen: „Sieh einmal, das ist die Ware, die ich Dir in der vorliegenden einfachen Ausführung zu diesem Preise verkaufen kann! Dieser Preis ist der Anfangspreis. In der nächsten Preislage hat die Ware dagegen die und die Vorzüge usw.“ — Ich hoffe, den Unterschied in der Behandlung des Kunden sichtbar gemacht zu haben, und ich glaube, daß man mir die Richtigkeit dieser Anwendung von Anfangspreisen zugeben wird.

## III.

**Niedrig gehaltene Anfangspreise wollen wir Werbepreise nennen, weil sie ein besonders vorzügliches Werbemittel sein können**

Wenn Anfangspreise unter starker Verkürzung der Gewinnspanne von Hersteller, Zwischenhändler und Einzelhändler so niedrig wie nur irgend möglich gehalten werden, können sie zu einem vorzüglichem Werbemittel werden, falls der beabsichtigte Zweck nicht dazu verführt,