

## Warenhaus und Uhrenhandel

Von Ferdinand M. Busse

Wir wissen, daß einstweilen an die Auflösung der Warenhäuser aus sehr wohl verständlichen Gründen nicht gedacht werden kann, und daß es deshalb ganz zwecklos wäre, jetzt immer wieder dahingehende Forderungen zu stellen. Damit müssen wir uns zunächst abfinden, und es fragt sich nun, was von unserer Seite aus geschehen muß, um den Wirtschaftsführern des Staates zu beweisen, daß der Einzelhandel im fachmännisch geführten Spezialgeschäft eine wesentlich bessere Warenverteilungsstelle bietet als der Massenwarevertrieb, und daß ferner diese Leistung des Facheinzelhandels nur dann voll erreicht werden kann, wenn seine freie und nutzbringende Entfaltung nicht durch Geschäftsmethoden andersgearteter Handelsunternehmungen, zu denen außer den Waren- und Kaufhäusern der größte Teil der Nichtfachgeschäfte gerechnet werden muß, in schädlichster Weise behindert oder auch ganz unmöglich gemacht wird.

### *Fortgesetzte Preisunterbietung — das Lockmittel des Warenhauses*

Das Warenhaus, d. h. ein Verkaufsunternehmen, das die verschiedenartigsten und oft ganz artfremde Waren zusammenballt, um sie in möglichst großen Mengen abzusetzen, und das Abweichen dieser Handelsform von der des Spezialgeschäftes, das unter Leitung eines handwerklich ausgebildeten Fachmannes artgleiche Waren vertriebt, wäre niemals ein Gegenstand so großen Hasses geworden, wenn es erstens einem Bedürfnis entsprochen und zweitens diese Funktion erfüllt hätte, ohne Anwendung eines Preiskampfes, der in rücksichtslosester Weise mit großer kapitalistischer Überlegenheit dem Fachgeschäft gegenüber durchgeführt wurde.

Die Gemischtwarenhandlung auf dem Lande entspricht zweifellos einem Bedürfnis der Warenverteilung und -beschaffung, weil eine Spezialisierung nur in Städten mit regem Geschäftsverkehr infolge größerer Bevölkerungsdichte möglich ist. Die Errichtung von Fachgeschäften hatte bereits vor der Eröffnung der ersten Warenhäuser zu einer großen Zahl spezialisierter Verkaufsstellen geführt, die in bester Weise geeignet waren, die Kaufwünsche der städtischen und ländlichen Bevölkerung zu erfüllen.

Wenn trotzdem die Warenhäuser emporwuchsen, so mußte das seine ganz besonderen Gründe haben, die festzustellen und zu untersuchen notwendig ist, damit der Fachhandel Fehler, die bei ihm liegen, erkennt und Waffen in allen den Fällen findet, bei denen das Warenhaus mit nicht immer einwandfreien Mitteln den Fachhandel beiseite gedrängt hat, um seine Funktion zu übernehmen. Der von kaufmännisch nicht geschulten Handwerkern ausgeübte Fachhandel hat es ohne Zweifel in mancher Beziehung, besonders aber im Kundendienst, fehlen lassen, andererseits aber hat das Warenhaus von Anfang an nicht in ideellem Sinne mit dem lauterem Mittel besserer Leistung die Käufermassen an sich zu ziehen gesucht, sondern ganz bewußt mit dem Lockmittel fortgesetzter Preisunterbietung. Dadurch hat es das Preisniveau hochwertiger Ware, wie es die guten Uhren nun einmal sind, allmählich gesenkt, den Begriff dauerhafter Qualität verwischt, den ärmeren Mitmenschen zur Erwerbung billigen Schunds und zu nutzloser Verwendung seiner Spargroschen verleitet und den Fachhandel durchweg und ohne Ausnahme zu einem Abwehrkampf veranlaßt, der sich der gleichen schädlichen Geschäftsmethoden, wenn auch wider Willen, zu bedienen gezwungen sah.

### *Wir wollen uns frei machen von den Methoden der Warenhäuser*

Und von diesen Methoden wollen wir uns wieder als ehrliche Kaufleute und ehrbare Handwerker frei machen! Wir können es nur, wenn wir das bekämpfen, was wir auf Grund unserer im Handwerk erworbenen Fachkenntnisse als schädlich für das Volksganze erkannt haben. Wir wehren uns hier nicht gegen den lüchtigen Konkurrenten, der sein Geschäft besser als wir zu betreiben versteht, weil er persönlich mehr kann und weiß und gelernt hat, sondern gegen Methoden, die auf die leider nie ausrottbare Torheit der Menschen eingestellt sind, alles so billig wie möglich ohne Rücksicht auf Dauerhaftigkeit einkaufen zu wollen. Wenn sich dann noch imponierende Größe und glänzender Schein, geschickte Ausstellung und gewandtes Eingehen auf die Kaufwünsche des Publikums mit einer Riesenreklame verbindet, die immer und immer wieder nur den niedrigsten Lockpreis in den Vordergrund stellt, kann man sich nicht wundern, wenn die Masse der oft doch recht urteilslosen Käufer in die großen Warenhäuser strömt, wenn der Handel unaufhaltsam in eine Hand zu gleiten droht unter Vernichtung vieler kleiner selbständiger Existenzen.

Daß der scheinbar niedrige Preis der Waren vom Warenhaus nicht gemacht wird, um der Bevölkerung billig Ware zuzuführen, also aus gemeinnützigen Gründen, sondern nur zum Zwecke der Unterbietung und Lahmlegung des konkurrierenden Fachhandels und der dadurch erzielten eigennützigen Vergrößerung, kann nur dem unbekannt sein, der die Entwicklung der Warenhäuser nicht miterlebt oder ihre wirtschaftsschädlichen Tendenzen nicht richtig erfaßt hat. Diese wurden, als die Warenhäuser vor 30–40 Jahren entstanden, wohl erkannt, man maß ihnen leider aber keine übergroße Bedeutung bei, weil die aufsteigende Linie der Wirtschaft jedem auch neben den Warenhäusern sein Auskommen gab.

Ein Vorfall, der bezeichnend hierfür und für die Methoden des Warenhauses ist, mag als Beispiel angeführt werden. Eines der jetzt größten Warenhäuser bot eines Tages einen in Berlin sehr bekannten und gern getrunkenen Likör zu einem Preise an, der weit unter dem sonst üblichen Flaschenpreise lag. Der Umsatz war ein sehr großer, weil sich sehr bald herumgesprochen hatte, daß man da und da den Likör billiger kaufen könne als irgendwoanders; bis dann schließlich gemerkt wurde, daß die Flaschen kleiner als sonst waren, und daß der Preis infolgedessen eigentlich, dem angemessen, ganz normal war. Das war eine bewußte Täuschung, und der Fall hat damals viel Staub aufgewirbelt, ohne aus dem angeführten Grunde von irgendeinem Einfluß auf rechtzeitige Gegenmaßnahmen zu sein.

Im Laufe der Jahre jedoch haben die Warenhäuser sich zu einer offensichtlichen Gefahr für die Erhaltung eines gesunden, im Mittelstand verankerten Fachhandels und zu Riesenunternehmungen ausgewachsen, die in der Wirtschaft eine so große Rolle spielen, daß man sie aus wirtschaftspolitischen Gründen finanziell hat stützen müssen, damit sie nicht bei dem ziemlich plötzlich einsetzenden Rückgang ihrer Umsätze umkippten und Tausende von Existenzen in ihrer Angestelltenschaft brotlos wurden. Dadurch wird die erwünschte Rückentwicklung der Warenhäuser aber nicht aufgehalten werden! Das Tempo, in dem diese Rückentwicklung vor sich gehen wird, hängt ganz davon ab, wie weit die Führer der Verbände es verstehen werden, ihre Mitglieder zu