



Die typische Entwicklung eines Warenhauses:

Der kleine Laden, mit dem Hermann Tietz in Gera im Jahre 1882 anfing

und mit reichlichem Mißtrauen bewaffnet, treten ein paar Frauen in den Laden, vor dem das merkwürdige Plakat hängt. Tatsächlich, an den Preisen, erklärt der Verkäufer, darf nicht gerüttelt werden. Aber das Erstaunen der Kunden ist noch größer über den niederen Preis, den man ihnen gleich von Anfang an macht. Die neuartige Geschäftsmethode spricht sich in den benachbarten Straßen schnell herum, und die Käufer merken bald, daß das System der festen Preise für sie eigentlich viel bequemer ist, sie brauchen sich beim Kaufen nicht erst mit Handeln und Feilschen aufzuhalten.

Der Inhaber dieses merkwürdigen Ladens, der den Namen „Au Bon Marché“ — „Zum billigen Einkauf“ — führt, versteht es aber auch noch auf eine andere Art, die Kundschaft anzulocken.



Fünf Jahre später: der erste Anbau



Das Stammhaus von Hermann Tietz, „neu renoviert“ mit dem Schild „Warenhaus“ zu Anfang der neunziger Jahre