Zeitschrift: Illustrierte schweizerische Handwerker-Zeitung : unabhängiges

Geschäftsblatt der gesamten Meisterschaft aller Handwerke und

Gewerbe

Herausgeber: Meisterschaft aller Handwerke und Gewerbe

Band: 30 (1914)

Heft: 41

Artikel: Soll der Geschäftsmann, um neue Kunden zu gewinnen, billiger liefern?

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-580733

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 27.10.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Mr. 41

Soll der Geschäftsmann, um neue Kunden zu gewinnen, billiger liefern?

Biele Händler und Handwerker haben allerhand Gepflogenheiten, die sie sür ihr Geschäft von Vorteil halten und die es auch dei oberslächlicher Beurteilung wirklich scheinen. Geht man aber einer solchen Gepflogenheit weiter nach und denkt darüber eingehender als die meisten Geschäftsleute leider tun, so kommt man oft auf ein entgegengesetzes Ergebnis. Das auf den ersten Blick vorteilhaft scheinende Handeln ist in Wirklichkeit alles andere als dies, sondern schadenbringend, oft noch dazu auch moralisch nicht ganz einwandsrei.

Hierzu gehört auch, daß selbst Geschäfte und Handwerker, die sonst ganz normale Preise nehmen, um Kunden
neu zu gewinnen, den Preise bedeutend billiger stellen.
Man rechnet damit, daß dieser Gewinnausfall und gar
bare Verluste bei der ersten Lieserung durch das ständige Bestellen oder durch eine große Nachbestellung seitens
der dadurch neu gewonnenen Kunden wieder ausgeglichen
wird, eine Rechnung, die ja ganz richtig wäre, wenn —,
nun, wenn sie eben stimmte. Und das ist nicht der Fall.

Das billige Liefern von Ware und Arbeiten geschieht junachft gang allgemein, indem ein Geschäft, das fich eben neu gegründet hat, ober aber auch in anderen Fällen, etwa bei Geschäftsübernahme eine Zeit lang mit beson-bers billigen "Einführungspreisen" arbeitet, um sich einen guten Rundenftamm zu verschaffen. Wir wollen hierbei von den Fällen absehen, in denen diese "Einführungspreise" nur ein Mantelchen für Schleuderei oder gar für regelrechte Beirugerei find, wie fie von gewiffen Leuten, die bald wieder unter Hinterlassung von großen Schulden, aber mit dem Erlös der verschleuberten Waren und Arbeiten in ber Tasche verduften, in Szene gesetzt werden. Noch häufiger aber als allgemein zu besonders billigen "Einführungspreifen" wird in einzelnen Fällen einzelnen Runden gegenüber bei ber erften Lieferung ein besonders billiger Breis für Waren usw. eingeräumt, um den noch neuen Runden als dauernden zu gewinnen. Roch mehr als bei fertiger Bare geschieht dies bei Arbeitsleiftungen ober besonders angefertigten Baren, bei denen die Breife ja nicht genau feftstehen.

Ift dies nun richtig?

Wir wollen zunächft einmal die rein geschäftliche Seite eines solchen Handelns betrachten, also untersuchen, ob diese "Einführungspreise", eine allgemein und öffentlich oder einzeln bei Gelegenheit durchgeführt, dem Geschäfte

wirtschaftliche Borteile bringen.

Die normalen Preise müssen bekanntlich so beschaffen sein, daß sie nicht nur den Erstehungspreis oder die Herstellungskoften eindringen, sondern auch einen entsprechenden Anteil der Generalunkosten decken und schließlich noch einen entsprechenden Reinverdienst, von dem wir leben müssen, abwersen. Welcht nun der Händler oder Handwerker von diesem normalen Preise ab, verstauft er also unter normalen Preisen, so verzichtet er teilmeise oder ann gut seinen in den meisten Källen gar

teilweise oder ganz auf seinen in den meisten Fällen gar nicht hohen Keinverdienst, ja nicht selten verschluckt der Nachlaß auch noch teilweise den Anteil an den Generalunkosten. Wenn eben ein Händler oder Handwerker eine Ware oder eine Arbeit statt für 15 Franken für 12 liesert, so hat er einen baren Ausfall von 3 Franken. Wenn er einen solchen Nachlaß einem einzelnen Kunden gewährt, so muß dieser später, durch das Entgegenkommen angespornt, zu normalem Preise so viele Ware mehr, als ohne den bei dem

ersten Kauf gewährten Nachlaß, bei dem betreffenden

Geschäftsmanne kaufen, daß dieser mindestens 3 Franken mehr Reinverdienst (nicht Bruttoverdienst!) hat. Run erst

erleibet der Geschäftsmann keinen Schaden durch den zuerst gewährten Nachlaß. Und erst wenn der Kunde noch mehr kauft, hat der Lieserant Nugen, aber immer nur dann, wenn der Kunde wirklich durch den ersten billigen Preis ein dauernder geworden ist.

In wie viel Fällen ist benn das der Fall? Gewiß wird uns mancher Händler und Handwerker, der mit solchen "Einführungspreisen" einzelne neue Kunden heranzuziehen versucht, einwenden, daß er auf diese Weise manche ständige Kunden gewonnen habe. Nun, das sind auch vielsach Selbsitäuschungen; wer sagt denn, daß diese

auch vielsach Selbsttäuschungen; wer sagt denn, daß diese Kunden nicht aus anderen Gründen ihren Lieferanten gewechselt haben; wer sagt denn, daß sie nicht, wenn sie

neu hinzugezogen sind, auch so wie so gekommen wären. Und dann, selbst wenn der eine oder andere wirklich durch die bei der ersten Lieserung zugestandene Bergünstigung als tüchtiger Kunde gewonnen ist, der nachher immer normale Preise bezahlt hat, wie viele stehen denn diesem einen gegensüber, bei denen der Nachlaß, "um ins Geschäft zu kommen", nichts gefruchtet hat? in denen der Kunde einmal vielleicht wiedergekommen ist und dann nicht mehr. Erst wenn man die nutlosen Aussälle durch Nachlaß in Betracht zieht, bekommt man ein richtiges Bild und kommt stets zu der Ansicht, daß die "Einssührungspreise" keinen Nutzen, sondern Schaden bringen.

Was aber für einzeln gewährte Nachlässe gilt, ist erst recht auf allgemein bekanntgemachte "Einführungspreise" anzuwenden. Wenn der Geschäftsmann zur Einsührung 1000 Stück einer Ware etwa 3 Franken billiger abgibt, wodurch er nicht nur nichts rein verdient, sondern auch

meist noch, in Anbetracht der Generalunkosten Geld zusezen wird, so hat er einen Auskall von 3000 Franken. Diese 3000 Franken müssen wieder, und zwar ausdrücklich als Frucht der "Einsührungspreise", mehr rein verdient werden! Erst dann hat er keinen Schaden durch die "Einsührungspreise" oder auch noch keinen Nutzen. Da sieht denn die Sache doch anders aus, als mancher sie sich vorstellt.

Daß aber die "Einführungspreise", allgemein oder einzeln, unzweckmäßig und schädlich find, ergibt sich auch, wenn man noch teine praktischen Erfahrungen darin gesammelt hat, aus folgender überlegung. Zuerst wird

sammelt hat, aus folgender Aberlegung. Zuerst wird also dem neuen Kunden ein Nachlaß gewährt, damit er wiederkommen soll. Selbstverständlich nimmt der Kunde den Nachlaß gerne an und ist ob der billigen Lieserung zufrieden. Er wird auch im allgemeinen bei dem nächsten Bedarf zu dem gleichen händler oder Handwerker wiederkommen, d. h. unter der Voraussetzung, daß die erst gekauften Waren wirklich gut und preiswert waren. Was nun? Der Kunde

foll doch jett, darauf beruht doch die Rechnung der "Einführungspreise", normale Preise zahlen, und diese mird ber Kunde, verwöhnt durch die erste billige Lieferung, fämtlich zu hoch finden. Das ift boch allzu natürlich. Und die Folge? Der Kunde wird vielleicht, auch nur Der Kunde wird vielleicht, auch nur vielleicht, diesmal noch etwas bestellen, aber höchst mahr= scheinlich nicht wiederkommen, weil die Preise, wie er glaubt, aufgeschlagen haben. Die Bersicherung bes Geschäftsmannes bei ber erften Lieferung, daß er baran nichts verdiene, wird wenig Glauben beigemeffen. Man halt den Gefchaftsmann nicht für fo dumm, als er es in dem Falle ift. Und wenn das Bublitum wirtlich glaubt, daß an der erften Lieferung nichts verdient wird, bann wird es, wenn es einigermaßen geiftig hoch fteht, fich sagen, daß der erste Ausfall doch durch die später gelieferten Waren oder Arbeiten wettgemacht werden muß, daß dazu übernormale Preise erforderlich find. Und dieses Bublitum wird von vorneherein den "Ginführungspreifen" mit Mißtrauen begegnen, sie zwar vielleicht ausnuten,

aber nicht "so dumm sein", später die "normalen" Preise zu zahlen. Wie manche Kunden wollen auch bei späterer Bestellung oder späterem Kause immer wieder unter Hinweis auf den ersten Kaus, bedeutende Nachlässe haben, bei denen der Händler oder Handwerker nicht bestehen kann. Was nügen denn solche Kunden? Zum Vergnügen hat man nicht sein Geschäft. Und die Preise aus Handeln einzurichten, das ist eines reellen Geschäftsmannes unwürdig. Manche glauben auch der Versicherung des Kunden, daß man "später noch mehr kause, wenn man billig bedient werde". Das sind leere Redensarten, durch die ein Händler oder Handewerter sich nicht beeinflußen lassen soll, zuerst verhältnismäßig billig zu liesern, wenn er nicht den billigen Preis auch später beibehalten will.

Auch moralische Bebenken stehen den billigen "Einführungspreisen" entgegen. Denn die, welche später zu "normalen" Preisen kausen oder bestellen, tun dies nur im Bertrauen darauf, daß auch die normalen Preise niedriger als anderweitig sind. Dieses Bertrauen wird aber dann ausgenutzt. Das ist doch nicht zu billigen. Auch ist es unschön, seinen Wettbewerbern, durch eine einmalige billige Lieserung, worauf später normale Preise

verlangt werden, Kunden abzujagen. Da der Kunde dadurch, wie erörtert, in der Regel doch kein dauernder wird, so hat man zwar seinem Wettbewerber einen Schaden zugefügt, ohne daß man selbst dadurch Nugen hat. Vollends zu verwersen ist es aber, wenn man später gar, um den ersten Nachlaß wieder einzuholen, übernormale Preise nimmt.

Das ist schon unredlich. Um ins "Geschäft" zu kommen, um neue Kunden für dauernd zu gewinnen, hat man andere Wege; neben richtiger Reklame dienen hierzu: Gute Ware, wohlseile, gleichbleibende Preise, ausmerksame und zuverlässige Bedienung, beste Ordnung im Geschäft und Fernhalten jeden Benehmens, das irgendwie nicht einwandsrei ist. Und wenn man glaubt, einzelnen Kunden im Preise etwas entgegenkommen zu müssen, die nicht gerechter, daß man seine alten treuen Kunden, die nicht den Sirenenklängen gewisser Geschäfte zum Opfer gefallen sind, sondern die nur dem redlichen Gewerbetreibenden ihren Berdienst zukommen lassen, in besonderen Fällen einen Nachlaß gewähre, als jenen Eintagsstlegen, die gierig jedweden Vorteil, wenn auch nur vermeintstichen, ausnutzen wollen und die dem Geschäftsmann sein gutes Recht, nämlich einen angemessenn Verdienst, nicht aönnen?

Eleftrische Badeformen.

In unserer Zeit hat wohl keine Energiesorm so mannigsaltige und so ersolgreiche Anwendung in der Heilunde gesunden, wie die Elektrizität, und keine öffentliche Badeanstalt kann den Anspruch auf vollendete moderne Ausstattung erheben, wenn sie nicht auch einige elektrische Badesormen veradreicht. Wir rechnen hierher auch die elektrischen Lichtbäder, obwohl es sich bei ihnen nicht um eine Applikation der Energiesorm Elektrizität handelt, auch nicht um eine solche der Lichtenerzte, sonsdern in überragendem Maße um Einwirkung von Wärmestrahlen. Indes war das elektrische Lichtbad in seiner heutigen Vollendung erst auf Grund der elektrotechnischen Fortschritte ermöglicht und diese Tatsache gibt ein Recht, auch die elektrischen Lichtbäder hierher zu rechnen.

Bum näheren Verständnis der elektrischen Badeformen mussen wir zunächst etwas auf die Stromarten eingehen, die zu den verschiedenen Applikationen angewendet werden. Wir wissen, wenn zwei Körper von verschiedenen Temperaturen durch einen für Wärme

gangbaren Weg verbunden werden, so fließt von bem Buntte höherer Temperatur Barme nach dem Buntte niedrigerer Temperatur, es fließt fozusagen ein Aus. gleichungsftrom von dem einen Bunkt nach dem andern. Ganz ahnlich vollzieht fich der Borgang bei der Energie. form Glektrizität. Wenn wir hier zwei Punkte von versichtebener "elektrischer Temperatur", ober wie man hier zu sagen pflegt, von verschiebener "elektrischer Wertig. teit" ober von verschiedenem "elettrischem Botential" burch einen für die Glettrizität gangbaren Weg (Lelter) verbindet, jo fließt von dem Bunkt höheren elektrischen Botentials Elektrizität nach dem Bunkt niedrigeren elektrischen Potentials. Der Potentialunterschied, den man mit elektrischer Spannung bezeichnet, sucht fich zu nivellieren. Wir fonnen uns nun gut benten, daß der Unterschied der Potentiale der beiden Bunkte oder die dadurch bedingte elektrische Spannung, d. i. also das Streben nach einem Ausgleich der Unterschiede durch irgend einen Umftand konstant bleibt; in diesem Falle fließt dann ein ftandiger Ausgleichungsstrom vom Bunkt des höheren Botentials nach dem Bunkte des niedrigeren Botentials, es entfteht ber elettrifche Strom. Die Starte eines folden Stromes hangt, wie ohne wetteres einleuchtet, von ber Große bes Unterschiedes ber beiben Botentiale und von der Qualität des Weges ab. Je größer der Potentials unterschied und die dadurch bedingte Spannung ift, je weniger Widerstand der Weg dem Durchgang der Elektrizität bietet, desto größer ist die Stärke des Stromes. Die Stromftarke mißt man bekanntlich nach Ampère, die Spannung nach Bolt, den Biderstand des Weges nach Ohm. Schalten wir nun in den eben erklärten Strom bei geringer Spannung und bei geringer Stromftatte ben menschlichen Körper ein, so passiert ber Strom ben Rorper ftets in gleicher Richtung und in gleicher Starte; er tritt vom fogen. Plus-Bol her in den Körper ein und tritt nach dem Minus-Bol zu aus. Man nennt diese Stromverabreichung Galvanisation; es handelt sich babei um Gleich strom von geringer Stärke. Er übt eine milbe, beruhigende Wirkung aus.

Wir können uns aber nun auch benken, daß die Potentiale beider Puntte nicht konftant bleiben, sondern sich ständig ändern; damit wird dann auch der Strom ein unkonsequenter, er wird — ber Weg und damit ber Widerstand bleibt ja ftets dasselbe - ein bald ftarker, bald schwächer fließender. Vom Bunkte höheren Potentials wird nach dem Bunkte niedrigeren Potentials ein Strom fließen, der bald zu einem Waximum anschwillt, um bald darauf wieder zu einem Minimum abzuschwellen. Immer aber soll der eine Punkt das höhere Potential besitzen, die Stromrichtung bleibt alsdann ftets dieselbe. Schaltet man jest ben menfchlichen Rörper in ben Stromweg ein, so wird ber Rorper von Stromimpulsen, von Stromwellen durchflutet, die vom Maximum zum Minimum ab-, vom Minimum zum Maximum anschwellen; ftandig jagen sich Wellenberg und Wellental. Dieser Strom heißt faradischer Gleichftrom. Run tann man fich aber auch noch welter benten, daß die Boten, tiale der beiden Bunkte so ftart wechseln, daß bald ber eine bald der andere Punkt das höhere Potential befitt. Auch in diesem Fall wird ein pulsierender Strom mit Maximum und Minimum entstehen, aber er wird nicht wie vorher gleiche Richtung behalten, sondern er fließt ftändig hin und her, Wogen vergleichbar, die von einem Geftade an das andere geworfen werden. Wir haben hier den faradischen Wechselftrom oder den Sinusoidalstrom. Schalten wir hier den mensch-lichen Körper in den Stromweg ein, so tritt der Strom an einer Glettrode ein und eine elettrifche Belle, gum Bellenberg anschwellend, geht im Bellental an der andern Elektrode zum Körper hinaus; mahrend aber im vorigen