



Budapester Billigkeitswelle

(Budapester Brief an die „Freie Presse“)

Wenn der Schein nicht so trügerisch wäre, könnte man Budapest schon bald als ein Konsumenten-Paradies bezeichnen. Die Wirtschaftskrise hat nämlich zu einem erbitterten Kampf um den Kunden geführt, der solcherart zum lachenden Dritten wird. Da aber alles seine Grenzen hat, dürfte eines Tages der Rückschlag nicht ausbleiben, nachdem zahlreiche Existenzen auf der Walstatt gelitten sein werden.

Zuerst setzte die Klage darüber ein, daß die Kleinhandelspreise sich auf keine Weise dem Sinken der Großhandelspreise anpassen wollen. Die Beschuldigten verteidigten sich und erbrachten rechenkünftlerisch den Beweis, daß sie eigentlich „draufzahlen“. Der Volkszorn richtete sich schließlich vor allem gegen die Bäcker, und als ein Journalist, der einen Bäcker als Wucherer bezeichnet hatte, freigesprochen worden war, schien der Bann gebrochen. Ein erschrockener Bäcker ging mit den Preisen herunter und wich auch vor der Drohung seiner Gewerbestgenossenschaft nicht zurück, daß er ausgesperrt und außerdem wegen unlauteren Wettbewerbs angezeigt werde. Hingegen kam es zu einer Palastrevolution und die um das Abströmen der Kunden besorgten Bäcker stürzten den Vorstand und gingen selbst mit den Preisen herunter. Es war übrigens höchste Zeit, denn die Landwirte Transdanubiens gingen bereits geschlossen zur Verwertung ihrer Produkte über, unter Ausschaltung des Zwischenhandels. Es wurden 24 eigene Verkaufslokale errichtet und 124 Lokale wurden einbezogen. Dort überall wird billiges Landbrot verkauft, und zwar z. B. Brot für 30 Heller, für das die Bäcker noch kurz vorher 44 Heller pro Kilo verlangt hatten. Diese Verkaufsläden führen außerdem auch billige Milch, billiges Mehl, billiges Holz, billigen

Budapestre vonatkozó újságcikkek

Szerző: Müller, Rudolf
Cím: Budapester Billigkeitswelle

Forrás: Freie Presse

Wien

1930. XII. 20.

(Hely)

(Idő)

(Köt. v. füz.)

(Oldal)

Osztályozás

Tárgy

381.6

Hely

Idő

„1930“

Személy

Helv. cím

Wein, billige Butter, billige Eier, so daß die diesbezüglichen „mehr oder minder verkappten“ Ringe zur Ausbeutung der Konsumenten l. o. geschlagen wurden.

Die Preisermäßigung der Bäcker fand bei den Cafetiers Nachahmung, denn die geschlossene Preisphalanx wurde durchbrochen und nun steht ein Wettlauf unten ein. Aus dem Café Palermo, dessen Inhaber sich erschöpfen hatte, weil die sonnigen Gestade leer standen, wurde ein „Café Eden“ und ein Konsumenten-Paradies. Mit größten Luxus ausgestattet wurde das Café Eden eröffnet. Es verlautbarte, daß ein komplettes Frühstück mit Gebäck das in gleichrangigen Kaffeehäusern P. 1,50 kostet, für 80 Heller zu haben sei. Für ein erstklassiges Menü: Vorspeise nach Wahl, Braten nach Wahl, Mehlspeise oder Torte oder Käse oder schwarzer Kaffee und zwei Dezl hochklassiger Wein wird P. 2.— verlangt. Ein Massensturm setzte ein und von früh bis abend sind alle Tische besetzt, um so mehr als sich bei jedem Tisch auch mehrere Radiokopfhörer befinden. Die übrigen Cafetiers sind entsetzt und anstatt wie früher zur Gewerbestgenossenschaft zu laufen und zu erzwingen, daß die Gratisbeigabe auch nur eine Flasche Sodawasser verboten werde, machen sie das Beispiel Edens nach, oder kündigung Preisherabsetzungen um 10—20 Prozent an. Ein anderer Cafetier versuchte es anders und machte aus seinem Café Bizanz, das zwar keinen bizantnischen Stil, hingegen

eine Nachahmung der blauen Grotte von Capri aufgewiesen hatte, bei reduzierten Preisen eine Art von Festschingslokal, indem Girlanden und Lampions das Lokal durchziehen und an den Tischen Luftballons zum Mitnehmen baumeln. Die blaue Grotte war nämlich dem Publikum, je nach Bedarf, teils zu dunkel, teils zu hell gewesen, außerdem waren echte Capri-Preise verlangt worden. Diese zwei Lokale gehen nun vorläufig, aber nur solange, bis ein Konkurrent sie unterbietet. Große Mode sind Damenkapellen geworden, die stets in der Form angekündigt werden, daß es sich um eine Kapelle handle, die aus Damen und Herren der Gesellschaft, unter Leitung einer virtuosen Dame beständen. Keine einzige dieser neuen Kapellen vermochte aber bisher populär zu werden und der Volkswitz spricht von „biblischen Orchestern“, da die Damen alleamt aus den sieben mageren Jahren zu stammen scheinen.

Die Konsumenten warten nun mit Spannung, ob

ihnen etwa ein Cafetier ein speziell billiges Menü mit Tokajer und einer goldenen Uhr als Zugabe anbieten wird. Wie tief übrigens das Einkommen der Konsumenten gesunken ist, geht z. B. daraus hervor, daß zum Besitzer eines Kaffeehauses in der Leopoldstadt ein Stammgast kam und allen Ernstes folgenden Vorschlag machte: „Ich möchte vom Menü nur den Braten essen. Für die Vorspeise möchte ich telefonieren und für die Mehlspeise Karten spielen.“

Die Billigkeitswelle hat auch die Schuhhändler ergriffen, da ein Großfabrikant, der sich vor einer evtl. Niederlassung Bar's fürchtet, die Preise herabgesetzt hat. Man kann nun in vielen Geschäften anstatt für 30 Pengö, wie bisher, schon für 12 Pengö gute Schuhe bekommen. Die Konsumenten aber können vor Sorge nicht schlafen, denn sie möchten vor ihrem Tode noch gern das Rätsel gelöst wissen: was kostet den Leuten die Ware selbst.

Rudolf Müller.