Der billige Gegenstand, hat er noch heutzutage eine Empfehlung nötig? Bedarf er gar einer Apologie? Alles arbeitet ja für ihn. Die Zeit, schlechthin als die Neuzeit bekannt, unsere Zeit mit allen ihren Techniken und Praktiken streitet sie nicht mit ihrer ganzen, zu allem entschlossenen Findigkeit gerade für den billigen Gegenstand? Die Umwälzung aller Werte, die Standardisierung aller Fabrikate, die Egalisierung aller Gewohnheiten, die Kollektivierung aller Gehirne — münden nicht alle Strömungen der Neuzeit just in die Billigkeit? Wie immer man das Wort „billig" ausdeutet, im moralischen oder im ästhetischen oder im Geldsinne: dreifach einbegründet im Geiste der Zeit, dreifach legitimiert steht der billige Gegenstand triumphal da. Allenfalls in der Theorie, allenfalls in den Doktrinen.

Ein wenig anders in der Wirklichkeit. Wohl hat sie ihre Farben und Nuancen scheinbar an die Theorien abgegeben, um vor deren aufgerissenen, entfesselten Buntheit, in Bescheidenheit ergraut, dazustehen, aber so grau in grau egalisiert, wie die Doktrinen glauben machen, ist sie am Ende doch nicht.

Die Statistik zeigt Resultate. Resultate sind grau. Uns interessiert die Haltung des Menschen vor dem Kaufobjekt. Diese Haltung ist ein psychologischer Prozeß und zeigt durchaus kein standardisiertes Bild. Von Nuancen abgesehen, lassen sich die Menschen in ihrer Eigenschaft als Kunden nach der Haltung vor dem Wort „billig" in drei Gattungen einteilen. Es gibt welche, die das Wort so fasziniert wie das Wort: Okkasion. Es sind Kunden, die nicht von Kauflust geleitet, sondern von einer Art Kauflist verleitet werden. Billig heißt für sie okkasionell, also eine Gelegenheit, irgend was, irgend wen zu überlisten. Die Erfahrung lehrt, daß es nicht unbedingt arme Leute sind, die so empfinden und handeln. Dann gibt es Menschen, denen das Wort „billig" mit dem weißen Schrecken aller „Weißen Wochen" die Glieder lähmt. Es sind nicht immer reiche Leute, die so empfindsam sind. Und Leute gibt es noch, die zwar geistreich sein wollen, aber es dennoch nicht billig finden, etwa zu sagen: „Ich bin nicht reich genug, um mir billige Schuhe leisten zu können." Diese Gewitzigten sind meistens nicht arm und auch nicht geistreich.

Gewiß ist der teuere Gegenstand besser und schöner und keine Heuchelei wird den billigen guten gegen den besseren teueren mit Erfolg ausspielen