

„Zahle, was du willst“

Für ein Experiment könnten Restaurantgäste im „Kish“ selbst den Preis für ein Gericht festlegen

Manche Mittagsgäste im Restaurant „Kish“ in der Leipziger Straße können es erst gar nicht glauben: „Ich dachte, der will mich veräppeln“, sagt Angelika Ulz. Erst langsam wird ihr klar, dass sie heute selbst entscheiden darf, was sie für das Mittagsbuffet in dem persischen Restaurant mit Hähnchen, Safranreis und Linseneintopf bezahlt. Ulz ist Stammkundin im „Kish“, das seit gestern zwei Wochen lang an einem wissenschaftlichen Experiment teilnimmt. In dem Projekt „Zahle-was-du-willst“ untersuchen Wirtschaftsforscher der Goethe-

Uni, wie Kunden auf freie Preiswahl reagieren. „Ich bezahle so viel wie immer – acht Euro“, sagt Ulz nach kurzem Überlegen. „Das Restaurant soll nicht für mich draufzahlen, dann schmeckt mir das Essen nicht.“

Für die freie Preisbestimmung des Kunden gibt es schon Beispiele in der Wirtschaft. Die britische Band Radiohead sorgte vor wenigen Wochen für Aufsehen, als sie ihren Fans die Entscheidung überließ, wie viel sie für das neue Album „In Rainbow“ bezahlen. „Das Prinzip Zahle-was-du-willst funktioniert



FOTO: GOETHE-UNIVERSITÄT

Freie Preisbestimmung im persischen Lokal in Bockenheim

unter bestimmten Voraussetzungen“, sagt der Experimentleiter Martin Natter. Der Frankfurter Professor für Betriebswirtschaftslehre geht davon aus, dass alle teilnehmenden Betriebe von der willkürlichen Preisgestaltung

profitieren. „Die Kunden können auf diese Weise risikolos einen neuen Anbieter testen. Und die Firmen gewinnen mit guten Produkten leicht neue Kunden“. An dem Experiment machen neben dem Restaurant auch zwei Haarstudios in mit. Restaurantbesitzer Pourya Feily verspricht sich von dem Projekt keinen direkten finanziellen Gewinn. „Die Leute sollen kommen, essen und zufrieden nach Hause gehen. Das ist unser Ziel.“

■ Informationen unter:
www.handel.uni-frankfurt.de/PWYW/PWYW.htm