

Die Konsumvereine im Krieg.

Was die Konsumvereine für ihre Mitglieder bedeuten, das ergibt sich aus dem neuesten Jahresbericht der Hamburger „Produktion“ mit großer Deutlichkeit. Vor allem war es dem Verein in der kritischen Zeit des Kriegsausbruches möglich, seine Mitglieder mit den nötigen Waren ausreichend und ohne die ungerechtfertigten Preistreiberereien mitzumachen, zu versorgen. Aus einer Tabelle der Lebensmittelpreise, wie sie im Hamburger Konsumverein verkauft worden sind, geht hervor, daß die Verwaltung des Vereins mit allen Mitteln versucht hat, die Preissteigerung für den Konsumenten in erträglichen Grenzen zu halten und sich bei vielen Artikeln mit einer kleineren Spannung zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis begnügte. Viele Artikel waren zeitweise im Engrosverkauf nur zu höheren Preisen zu beschaffen, als sie der Konsumverein seinen Mitgliedern anbot. Daß der Einkauf im Warengeschäft, um dieses Resultat zu erzielen, sehr schwierig war und geschickte Disposition erforderte, liegt auf der Hand.

Es kommen noch andere Vorteile hinzu, die das Band zwischen Verein und Mitgliedern enger gestalten. So hat die „Produktion“ eine Sparkasse, die im Jahre 1914 die Probe auf die Solidität ihres Fundamentes machen konnte. Ende Juli setzte ein Ansturm der Spareinleger auf ihre Guthaben ein, die zur Folge hatte, daß in den ersten drei Kriegsmonaten die Auszahlungen die Einzahlungen um mehr als 600 000 Mark überstiegen. Vom November ab dokumentiert sich dann die Besserung der Lage in einem Ueberschuss der Einlagen über die Auszahlungen, die auch nach den alljährlich im Dezember stattfindenden größeren Abhebungen im neuen Jahre andauerte. So wurden z. B. im Januar bereits 117 169 Mark mehr eingezahlt als ausgezahlt. Daraus geht hervor, daß die Sparkasse das Vertrauen ihrer Mitglieder, die zum Teil im Anfang des Krieges auch etwas den Kopf verloren hatten, durchaus gerechtfertigt hat.

Zu der Bäckerei wurde zur Zentralisation geschritten, indem der Betrieb Bendenstraße mit dem Betrieb Hegestraße zusammengelegt wurde. Der Umsatz der Bäckerei stieg im vergangenen Jahre um 228 000 Mark. Die Bäckerei konnte im vergangenen Geschäftsjahre keinen Reingewinn abwerfen, da infolge der hohen Mehlpreise das Geschäft sehr unrentabel war.

Die Schlachterei, die einen Umsatz von 7 264 000 Mark aufweist, hatte im Gegensatz zur Bäckerei, die in den ersten Kriegsmonaten für Mehl viel Geld anlegen mußte, zu der gleichen Zeit niedrige Einkaufspreise. Diese angenehme Tatsache war nicht von langer Dauer. Infolge Knappheit an Futtermitteln wurden viele Schweine geschlachtet und von den Städte-Gemeinden und Kommunen aufgekauft, so daß die Schweinepreise bald um 100 Prozent stiegen. Die Schlachterei ist bis heute stark beschäftigt, da sie viel Aufträge für die Heeresverwaltung und Proviantämter und

anderer zu erledigen hat. Der Gewinn der Schlachterei betrug 263 000 Mark.

Nun das Landgut Schwanbeide. Landwirtschaftliche sowie auch industrielle Betriebe werfen in den ersten Jahren selten Gewinne ab, was auch auf Schwanbeide zutrifft; zumal dort in den ersten Jahren und auch gegenwärtig noch viel Aufwendungen gemacht wurden, beziehungsweise werden. Es sind dort neue Arbeiterwohnungen und große Viehställe gebaut, Bodenmeliorationen und gute Düngungen vorgenommen worden, deren Kosten erst in späteren Jahren wieder herausgeholt werden können. Die Ertragnisse der Schweinezucht und des Ackerbaues sind im vergangenen Jahre sehr willkommen gewesen.

Die Molkerei, die einen Umsatz von einer Million Liter Milch hat, von welchem Quantum etwa 800 000 Liter nach Hamburg in die Läden gelangen, erzielte ein befriedigendes Resultat. Gewinne werden aus diesem Betriebe nicht erhofft. Die Molkerei erfüllt ihren Zweck, wenn sie die Abnehmer mit guter, unverfälschter Milch versorgt, und dabei in Einnahmen und Ausgaben balanciert. Dieser Zweck der Molkerei ist im vergangenen Jahre erreicht.

Die Zahl der Mitglieder ist im letzten Jahre um 10 100 gewachsen, nämlich von 68 417 auf 78 517. Das ist eine recht erhebliche Zunahme.