

Der Krieg und der Kleinhandel.

Von Direktor Otto Weil (Straßburg i. E.).

Die gewitterschwangere Stimmung der letzten Juliwöche dieses Jahres fand in den Geschäftshäusern des Kleinhandels ihren deutlichen Ausdruck in einem fast völligen Erlahmen der Kaufkraft des Publikums. Es war, als ob plötzlich aller Bedarf aufgehört habe. Größte Kaufpaläste erschienen nicht weniger verödet als kleinste Ladengeschäfte. Dreiundvierzig Friedensjahre hatten uns den Maßstab für die wirtschaftlichen Wirkungen des Krieges verlieren lassen. Nun das ungeheuerliche Wahrheit wurde, schien es als ob jegliches Erwerbsleben zu Ende sein müsse. Bald aber errang doch kühle Ueberlegung die Oberhand. Nüchtrige Kaufherren gedachten der Bedürfnisse der kommenden Mobilmachung und sorgten vor. Und als am Nachmittag des 1. August die Mobilmachung verkündigt wurde, war in allen Läden ein lebhafter Andrang von Käufern zu beobachten. Unterwäsche und Socken, Stiefel, Koffer, Taschenlampen, Toilettegegenstände und vieles andere wurden stürmisch begehrt und waren vorhanden. Am ersten Sonntag der Mobilmachung beobachtete ich bei einem findigen Kaufmann, wie er aus vorhandenen Fensterleibern auf einigen Nähmaschinen zahllose Brustbeutel, an denen es mangelte, herstellen ließ. Es heißt, daß an diesem Tage schon, in richtiger Voraussicht der Sachlage, die Einkäufer großer Berliner Kaufhäuser unterwegs waren, um bei den Fabrikanten alle Bestände in Wollwaren und Trikotonen aufzukaufen.

Nachdem die zahlreichen Bedürfnisse der Mobilmachung gedeckt waren, lag im August das Geschäft überall schlecht. Die Geschäftshäuser lagen verödet da. Personal-Entlassungen oder Gehaltskürzungen waren die Folge. Einzelne Firmen hatten zwar große Kriegs- und Heereslieferungen, aber die Mehrzahl der Geschäftsinhaber war dabei nicht beteiligt. Nach kurzer Zeit jedoch hatten sich doch schon Viele mit der bisher fremden Materie vertraut gemacht. Sie verstanden es bald, den Anforderungen der Heeresverwaltung gerecht zu werden und sich so ihren Anteil an dem breit fließenden Goldstrom der Heereslieferungen zu sichern.

Andere wiederum, besonders Geschäfte für Luxuswaren und dergleichen, führten Waren, nach denen jetzt verstärkte Nachfrage herrschte, neu ein. Und so sah man bald Galanteriegeschäfte, in denen Socken und Handschuhe auslagen, Korsettgeschäfte, die das Publikum mit wärmendem Unterzeug versorgte, wieder andere, die Schokolade, Zigarren und dergleichen feilboten. Der Absatz aller für den Heeresbedarf geeigneten Artikel wurde so energisch betrieben, daß sogar leerstehende Läden gemietet wurden, um in ihnen Geschäfte für Heeresbedarfs-Artikel zu eröffnen.

Das ist das bezeichnende des deutschen Kaufmannes, dem er seine großen Erfolge verdankt: Dieses schnelle „sich drehen“ und das gewandte Sichanpassen an die Verhältnisse. Dem lebhaft erstarkten Nationalgefühl kam man durch die Darbietung von patriotischen Abzeichen, Kaiserbildern und Kriegskarten, die schnell massenhaft aufstauten, entgegen. Raum waren die halbpfündigen Feldpostbriefe zulässig, als auch schon überall passende Zusammenstellungen von Gegenständen aufstauten, die den Angehörigen im Felde nützlich oder erwünscht sein konnten.

Es wäre unrecht, in diesem Zusammenhange nicht der Leistungen unserer Industrie zu gedenken. Die Schnelligkeit, mit der sie sich der neuen Lage anpaßte, ist bewundernswert. In fester und enger Fühlung mit dem Warenvertrieb verstand sie es, kaum gelannte, nun plötzlich stark begehrte Artikel schnell herzustellen. Wer wußte früher etwas von Lederwesten? Da ging durch die Presse eine Notiz, daß der Kaiser im Felde stets eine Lederweste trage, da eine solche besonders warm und wasserdicht sei. Vierzehn Tage später schon waren in vielen Geschäften Lederwesten in den mannigfachen Ausführungen erhältlich. Dann las man in den Zeitungen, daß die Offiziere an den gelben glänzenden Gamaschen und an den hellen, mit spiegelndem Celluloid-Überzug versehenen Karren leicht kennlich und dem feindlichen Feuer besonders ausgesetzt seien. Zehn Tage später wurde mir „feldgraue wasserfeste Deckfarbe für Gamaschen und Lederzeug“ angeboten. Das ist deutsche E- und I-zeit und deutsche Tüchtigkeit! Ihr, die ihr uns belämpft, weil ihr das nicht könnt, nimmer auch werdet ihr es erlernen!

Feldgraue Halsbinden und Pulswärmer, Socken, Aniewärmer, seidene Schuhweiten, Unterzeuge aller Art, nun in hunderten Mengen gebraucht, — sie sind da. Alles paßt sich den Zeitumständen an. Damenwäsche-Fabriken versfertigen Leibbinden und Lungenwickler, Modewaren-Fabriken haben sich auf Verbandszeuge geworfen, Fabrikanten von Kinderstiefeln benutzen ihr Leder zur Herstellung von Säbelgurten, und Fabrikanten feiner Handtaschen für Damen stellen nun Patronentaschen für deutsche Krieger her.

So konnte es nicht ausbleiben, daß die Geschäfte bald besser gingen. Gewinne und Arbeitsverdienste an Heereslieferungen, die ungeheure finanzielle Kraft des deutschen Reiches, das Zutrauen zu unserer gerechten Sache und zu der unbesiegbaren Kraft unseres prächtigen Heeres bewirkten, daß die von weiten Kreisen gelübte Zurückhaltung im Einkauf allmählich wich. Auch das törichte Verlangen, daß nun jeder Einzelne seine Ausgaben auf das äußerste einschränken müsse, machte bald der besseren Erkenntnis Platz, daß der Einzelne durch Ausgaben im Rahmen seiner Verhältnisse der Allgemeinheit Verdienst und Arbeitsmöglichkeit

schaffen müsse, und daß nur so der unumgängliche Kreislauf des Geldes möglich sei.

Einen bedeutenden Anteil an dieser Besserung des Geschäftes hatte aber auch die Tüchtigkeit unserer Kaufmannschaft, die es verstand, in schwierigen Zeiten den Kopf oben zu halten und sich den Zeitumständen anzupassen. Ein deutliches Bild der Entwicklung zeigt die Betrachtung der Fachzeitschriften. Während die ersten Nummern nach dem Kriegsbeginn immer mehr zusammenschrumpften und immer weniger Inserate zeigten, bahnte sich bald eine Aenderung an. Eine Sonder-Aubrit für Kriegsbedarfs-Artikel erschien und wurde immer größer und umfangreicher. Aus ihr kann man so recht die lebhaften Umsätze und den zunehmenden Geschäftsverkehr erkennen.

Einseitig wäre es und eine Unterlassung, wollte man nur die Tüchtigkeit des deutschen Kaufmannes preisen, ohne seiner Fehler Erwähnung zu tun. Liegt doch eben in diesem schon unternehmenden Geist auch der Grund zu mancherlei Mißständen. Schon lange wußten es Einsichtige, daß gerade im Kleinhandel manches recht ungesund war. Es hatte sich in vielen Kreisen eine gewisse Großmannsucht, ein geschäftliches Prozedentum, das sich in schlimmen Uebertreibungen giefel, breit gemacht. Riesenhafte Erweiterungsbauten, kostbare Inneneinrichtungen großer und auch kleiner Geschäftshäuser, waren nicht immer nur durch innere Notwendigkeit bedingt. Neubauten und Vergrößerungen werden ins Werk gesetzt oft nur aus „Prestige-Gründen“. „Repräsentation“ hieß der Höhe, den man, einander überbietend anbetete. Auch die Reklame schien ins Ungemessene gewachsen und überschritt oft das Maß des Schönen, Angenehmen und Rentablen. In alledem wird ja nun der Krieg wohl eine Gesundung bringen. Die Rückkehr zu größerer Einfachheit, die Zurückhaltung in der „Ausmachung“ zur Selbstverständlichkeit.

Und nun noch eines: Die Mode. Profitwut Pariser Modegrößen und törichte kritiklose Nachäffung deutscher Kaufleute hatten das Tempo des Modewechsels zu einem höchst gefährlichen werden lassen. Gewiß wird die Mode erst durch den Wechsel bedingt. Aber dieser Wechsel ging nun so schnell vor sich, daß die Waren, kaum eingetroffen, oft schon unmodern und entwertet waren. Die Folge war vorzeitiges Verschleudern der Bestände, Fortschaffen der kaum eingetroffenen Waren um jeden Preis und damit eine auf die Dauer unerträgliche Erschwerung günstiger Betriebsergebnisse. Auch darin wird nun wohl Wandel eintreten.

Ob Deutschland aus sich heraus die ersehnte neue Mode finden wird, und ob es auf die Begabung Pariser Künstler auf diesem Gebiete, sowie auf die in Paris durch uralte Traditionen herangezüchtete Hilfsindustrie so völlig wird verzichten können, muß die Zukunft lehren. Eine brauchbare Mode muß bis zu einem gewissen Grade stets international sein, und es ist fraglos, daß der Güteraustausch zwischen den Nationen nach dem Kriege wieder ausgenommen werden muß. Wenn wir nur unserer selbst bewußter werden und fest auf eigenes Füßen stehen, Fremdes schätzen ohne es anzubeten, Eigenes nicht ins Ungemessene übertreiben, dann hat dieser Krieg schon sein Gutes gezeitigt.

Die Besserung der Lage des Detailgeschäftes ist nicht überall in gleichem Maße erfolgt. Durchgängig läßt sich beobachten, daß sich Verbrauchsgegenstände wie z. B. Lebensmittel, Wollwaren, Trikotonen u. dergleichen nachfrage erfreuen als Luxusartikel. Damenkleidung und Damenhüte werden in mittleren Preislagen ziemlich stark begehrt, teure und elegante Stücke dagegen wenig. Schlecht geht es den Schmuckwarenhändlern, sowie den Geschäften für Herrenbekleidung. Im allgemeinen aber kann man jedenfalls sagen, daß sich die Kaufkraft des Volkes über Erwarten groß und widerstandsfähig gezeigt hat.