

6. 11. 1917

131

## Die Konsumvereine im Kriege.

Die Entwicklung der Geschäftstätigkeit und der Geschäftsergebnisse der Konsumvereine bringt nach mehrfacher Richtung Aufschlüsse über wichtige Erscheinungen und Zusammenhänge der Kriegswirtschaft. Einmal sind die Konsumvereine rein technisch Kleinhandelsunternehmungen. Sie unterliegen also den Einflüssen, die die Kriegsumstände auf den Kleinhandel allgemein ausüben; und diese Einflüsse lassen sich bei ihnen besser und zuverlässiger als sonst, zum Teil sogar nur bei ihnen, beobachten, weil lediglich sie, nicht aber die privaten Kleinhandels-geschäfte eine eingehende, der Öffentlichkeit zugängliche Geschäftsstatistik führen. Auf der anderen Seite sind die Konsumvereine Genossenschaften, und zwar — mindestens im städtischen Bereiche — die auf breiter Grundlage ruhenden Genossenschaften, die wir besitzen. Die Gestaltung ihrer Verhältnisse zeigt uns, welche Kraft der genossenschaftliche Gedanke den störenden und hemmenden Wirkungen des Krieges entgegenzusetzen vermochte, welche Fähigkeit er bewies, sich im Kriege und just mit Rücksicht auf ihn weiter zu entwickeln, wie die bisherige Methodik der genossenschaftlichen Geschäftsführung gegen den Krieg und seine Folgen gewappnet war, und welche Änderungen sie durch ihn erfuhr. Die zuletzt erwähnten, rein genossenschaftlichen Kriegswirkungen sind nicht bloß für die Erkenntnis der kriegswirtschaftlichen Tatsachenverkettenungen, sondern auch für die Beurteilung künftiger Entwicklungsmöglichkeiten von hoher Wichtigkeit. Mancherlei spricht dafür, daß die kommende Friedenswirtschaft weit stärker mit genossenschaftlichen Elementen durchsetzt sein wird, als die vergangene, wenn die Basis des Genossenschaftswesens sich über den Krieg hinweg gesund und widerstandskräftig erhält.

Der Zentralverband Deutscher Konsumvereine hat seine wirtschaftlich-statistische Berichterstattungstätigkeit im Kriege nicht eingeschränkt. Sein „Jahrbuch“ für 1916\* ist genau so umfangreich und gründlich wie im vorigen oder in den Jahren vor dem Kriege. Es bietet zur Ermittlung der konsumgenossenschaftlichen Kriegswirkungen die Geschäftsstatistik der angeschlossenen Vereine, bzw. Revisionsverbände, sowie der zentralen Unternehmungen (insbesondere der Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumvereine und ihrer Eigenproduktionsbetriebe) für das Jahr 1915. Für den vorangegangenen Bericht war eine besondere Kriegserhebung veranstaltet worden, die sich nur auf die fünf Kriegsmomente von 1914 erstreckte. Die Ausbeute dieser Sonderstatistik war nicht sehr groß; sie zeigte im ganzen bloß gewisse, von vornherein zu erwartende und für die weitere Entwicklung relativ gleichgültige Panikerscheinungen in den ersten Wochen und ihre allmähliche Korrektur in den späteren Monaten. Für 1915 ist eine solche Erhebung nicht veranstaltet worden (schon die Personalknappheit ließ sie nicht rätlich erscheinen); sie soll nach Friedensschluß zusammenfassend für die ganze Kriegsdauer nachgeholt werden. Die gewöhnliche Geschäftsstatistik aber liegt vollständig vor und ist aufschlußreich genug.

Die Mitgliederzahl der Konsumvereine des Zentralverbandes nahm von Ende 1914 bis Ende 1915 um 7,7 v. H. (von 1.718 auf 1.849 Millionen) zu; der Umsatz im eigenen Geschäft blieb nahezu gleich (493,6 gegen 493 Millionen). Die genossenschaftliche Werbekraft hat also nicht wesentlich gelitten; die Quote des Mitgliederzuwachses war zwar etwas, aber nicht beträchtlich kleiner, als im letzten Friedensjahre 1913. Zieht man die Verminderung der männlichen Bevölkerung durch die Einberufungen in Betracht, so erscheint die Anziehungskraft der Konsumvereine im Kriege sogar außerordentlich bemerkenswert. Sehr eingeeignet hat sich dagegen der Umfang der Versorgung des einzelnen Mitgliedes durch den Verein. Im Jahre 1913 hatte der Durchschnittsumsatz pro Mitglied 291 M. betragen, 1914 sank er auf 287, 1915 auf 267 M. In der gleichen Zeit, namentlich im Verlaufe des Jahres 1915, sind bekanntlich die Preise sprunghaft gestiegen, so daß der Mengenrückgang noch ungleich erheblicher ist. Kein Zweifel, daß sich diese Entwicklung 1916 in gleicher Weise fortgesetzt hat. Die Ablenkung der Mitglieder vom Vereinsbezug durch gemeindliche Verkaufsstellen, durch die Massenspeisung usw., mag eine gewisse Rolle spielen; die Hauptursachen der Einschränkung sind natürlich die Verkleinerung der Haushaltungen (die die Mitgliedschaftseinheiten darstellen), durch die militärischen Einziehungen, die Rationierung, der Angebotsmangel und die Teuerung der nicht rationierten Waren. Der Umsatzrückgang trotz Teuerung ist jedenfalls für den ganzen Kleinhandel typisch, soweit er nicht besonders bemittelte Bevölkerungskreise bedient und soweit nicht lokal durch zahlreiche Geschäftsschließungen Entlastungen eingetreten sind.

Von dem absolut ungefähr gleichgebliebenen, relativ stark gekürzten Umsatz haben nun die Konsumvereine einen etwas geringeren Gewinn erzielt. Es betragen nämlich die sogenannten Ersparnisse einschließlich des festen Rabatts im Zentralverbandsdurchschnitt 1913 8,2 v. H. des Umsatzes, 1914 8,4 v. H., 1915 7,6 v. H. Der Rückgang ist mit alleiniger Ausnahme des Verbandes bayerischer Konsumvereine in allen Revisionsverbänden festzustellen; er ist also für die Konsumvereine typisch. Ob dies Ergebnis auch für den privaten Kleinhandel allgemeine Geltung hat, scheint dagegen recht zweifelhaft. Die Preisbildung der Konsumvereine steht gerade in Zeiten stetig fortschreitender Teuerung unter starken Hemmungseinflüssen; der Wunsch, die Mitgliedschaft treu und mit der die Geschäfte führenden Verwaltung zufrieden zu erhalten, sowie den Vorsprung der genossenschaftlichen Warenverteilung vor der privaten zu betonen, wird sie veranlassen, den Preissteigerungen zögernd und nur im Rahmen des durch die kaufmännische Kalkulation unbedingt Beforderten zu folgen. Der Privathandel ist soweit ihm nicht bestimmte Gewinnmargen gesetzlich vorgeschrieben sind, von solchen Rücksichten nicht gefesselt; er kann das dauernde Ueberliegen der Nachfrage gegenüber dem Angebot ohne weiteres ausnutzen, die Bindungen und Begrenzungen, denen er zum Teil unterliegt, an anderer Stelle durch stärkere Erweiterungen er Gewinnspanne — zum Beispiel bei billig erworbenen, älteren Vorräten — ausgleichen. — Die Gewinnminderung ist bei den Konsumvereinen von keiner Erhöhung der Spesen begleitet gewesen. Die Verwaltungskosten, Löhne und Gehälter stellten sich im Gesamtdurchschnitt 1913 auf 9,6, 1914 auf 10,1 und 1915 auf 9 v. H. des Umsatzes. Nur beim sächsischen Revisionsverband sind die Betriebskosten (von 9,9 auf 10,7 v. H.) gestiegen. Wesentlich beigetragen hat zu diesem Ergebnisse die absolute und auch relative Einschränkung des Personalis. Die Umsatzleistung des einzelnen Angestellten war 1916 größer als 1914 und 1913 — teils weil die Waren teurer, teils weil weniger Leute tätig waren. Damit sanken natürlich auch die Lohn- und Gehaltskosten für je 100 M. Umsatz, wenn Löhne und Gehälter gleich blieben, oder stiegen doch nicht oder jedenfalls in geringerer Proportion, wenn sie sich erhöhten. Bei den größeren Privatkleinhandelsgeschäften dürften die Verhältnisse vielfach ähnlich liegen; andere dagegen bei sehr kleinen Betrieben, wo Personalsparnis nicht in Frage kommt und bei solchen Spezialgeschäften, wo die geringe Mannigfaltigkeit und der Angebotsmangel der Waren mit denen gehandelt wird, den Umsatz gewaltam verkleinern. Für die Gestaltung des wirtschaftlichen Kriegs-

\* Jahrbuch des Zentralverbandes Deutscher Konsumvereine. XIV. Jahrgang, 1916. 2 Bände Herausgegeben von Heinrich Kaufmann, Verlagsgesellschaft Deutscher Konsumvereine G. m. b. H. 1916.

schicksals dieser letzteren Gruppe läßt sich aus den Konsumvereinergebnissen kaum Schlüssiges entnehmen.

Rein genossenschaftlich betrachtet, ist der Abschluß der Konsumvereine durchaus zufriedenstellend. Die Zunahme der Gesamtmitgliederzahl wurde bereits erwähnt. Bemerkenswert und erfreulich ist die stärkere soziale Mischung, die in der Mitgliedschaft eingetreten ist. Das größte Kontingent stellen in den Konsumvereinen des Zentralverbandes nach wie vor Angestellte und Lohnarbeiter; immerhin sank ihr Anteil von 79,1 v. H. 1913, auf 78,6 v. H. 1914 und 76,9 v. H. 1915. Dagegen stieg im letzten Berichtsjahre der Anteil der freien Berufe, der Staats- und Gemeindebeamten von 3,4 auf 3,8 v. H., der der selbständigen Gewerbetreibenden von 5,3 auf 5,6 v. H. Darin liegt eine deutliche soziale Ausweitung der Anziehungskraft der Konsumvereine — zugleich eine Verstärkung der Gewähr ihrer parteipolitischen Neutralität. Finanziell ist die Basis der Vereine durchaus solide geblieben; die Dividenden sind zwar etwas gekürzt worden (im Gesamtdurchschnitt Rückgang von 7,3 auf 6,6 v. H. des Umsatzes), aber die Geschäftsguthaben, die Reserven und sogar die Spareinlagen der Mitglieder sind im Verhältnis zum Umsatz gestiegen. Die Konsumvereine haben im Kriege maßvolle, aber doch wie es scheint, völlig ausreichende Thesaurierungspolitik getrieben.