

Zuckerindustrie und Zuckerpreise.

Noch ist in aller Erinnerung, mit welcher Hartnäckigkeit die Vertreter des Zuckerkartells den Kampf geführt haben, um der Staatsgewalt das Zugeständnis höherer Zuckerpreise für die neue Kampagne abzulisten und abzutragen. Man erinnert sich der durch viele Wochen andauernden Zuckerklemme, die ohne Zweifel künstlich und absichtlich veranstaltet war. Man erinnert sich der anhaltenden Verängstigung aller Zuckerverbraucher infolge des unerklärlichen Zuckermangels im Handel. Millionen Haushaltungen wurden durch zwei Monate in Unruhe und Aufregung versetzt, besorgt liefen Millionen Hausfrauen von Geschäft zu Geschäft und suchten vergebens nach Ware. Das Kartell hatte aufgehört, zu „liberieren“, das heißt es hielt die Vorräte zurück. Die Kartellherren wälzten die Schuld auf den Groß- und Kleinhandel wie auf den Verbraucher, indem sie vorgaben, daß von diesen heimliche Vorräte angehauft worden seien. Die Groß- und Kleinhändler schoben ihrerseits die Schuld auf das Kartell. Bekannt wurde auch, daß von zweiten Händen einzelner Banken Zuckervorräte der alten Kampagne zu Spekulationszwecken beiseite geschafft worden waren. Staatsgewalt und Bevölkerung wurden so mit kalter Berechnung in eine Zwangslage versetzt, damit sie den Wünschen des Kartells gefügig werden. Die Kalamität der Zuckerklemme zwang am Ende tatsächlich zum Abschluß neuer Vereinbarungen mit dem Kartell.

Was wollte dieses? Aller Welt erzählte es, die Zuckerindustrie komme bei altem Preise nicht auf die **G e s t e h u n g s k o s t e n**. Sie müsse daraufzahlen, wenn der Preis nicht erhöht werde. Gestiegen seien alle Regien, Löhne und Sachspesen. Diese Steigerung mache sich bei der notwendigen Betriebseinschränkung doppelt fühlbar. Gestiegen seien auch die Kosten des Rohstoffes, der dem Landwirt auszahlenden Rübe. Derlei Argumente sind jetzt geläufig und gelten auch sofort als glaubhaft, sie treffen ja sicherlich ihrem Grunde nach zu. Wer aber kann das **M a ß** berechnen, in dem sich ein volkswirtschaftlicher Betriebszweig verteuert? Nichts ist schwieriger als die Kalkulation eines Produktionsbetriebes, sie ist schwierig selbst für den Leiter, der in dem Betrieb und über ihm steht, für Außenstehende bleibt die Ertragsrechnung immer ein Buch mit sieben Siegeln. Dazu kommt, daß die Einträglichkeit von Unternehmen zu Unternehmen wechselt, je nach seinem Standort, nach seiner Frachtlage, nach der technischen und organisatorischen Ausgestaltung, nach der Ausstattung mit Kapital und so fort. Geheimbetriebe sind die Zuckerfabriken für die Bevölkerung und leider auch für die Staatsgewalt, Geheimbetriebe alle die privatkapitalistischen Approximationsanstalten, von Brauereien und Zuckerfabriken bis zum Fleischladen. In Comités und Kommissionen rechnen und rechnen ihre Vertreter dem Volke und der Regierung immer wieder vor, wieviel sie draufzahlen, wieviel sie verlieren oder mindestens, wie wenig sie verdienen. Wenn dann die Welt der Verbraucher durch die künstliche Knappheit, durch die Angst vor gänzlichem Ausfall müde geworden, wenn die paar Staatsbeamten, die in ihren Amtsstuben den wundertätigen Spiegel nicht besitzen, der in die Geheimnisse kapitalistischer Buchführung Einblick böte, sich durch Wochen und Monate müde verhandelt haben, dann

kommt die Stunde der Vereinbarung. Man gibt nach in der Voraussetzung, daß Männer von so hohem sozialen Ansehen und von gesichertem Vermögen wie die Zuckerbarone ja doch unmöglich die Kriegsnot zur Auswucherung der Massen benutzen können. Im tiefsten Grunde bleibt, bei der Undurchdringlichkeit aller Berechnungen der Unternehmungen, nur noch das **a l l g e m e i n e** Vertrauen, es mit Menschen, mit Staatsbürgern und mit Ehrenmännern zu tun zu haben, von deren Kalkulationen man doch nicht mehr als 20, 25 oder gar 30 Prozent abhandeln kann. Mehr schlägt man doch in Mitteleuropa gewöhnlich nicht vor.

Zu deutlich sind der Bevölkerung in Erinnerung die Vorgänge, die zur Neufestsetzung des Zuckerpreises für das zweite Kriegsjahr geführt haben. Die Er-

regung über die damalige Zuckerklemme ist inzwischen abgeflaut und das staatsbürgerliche Vertrauen, wovon der Oesterreicher immer einen reichlichen Vorschub gibt und nimmt, hat sich beinahe wieder eingestellt. Wenn alles teurer geworden ist, warum soll denn nicht auch das Zuckersieden teurer geworden sein? Gutherzig, wie wir Oesterreicher sind, haben wir auch den Zuckerbaronen das christliche Erbarmen über die schmerzlichen Zeiten nicht versagt. Noch ist ja die Bediententreue nicht erstorben, die, wenn Herr und Knecht im Unglück sind, sich zunächst des Herrn erbarmt, der es ja besser gewöhnt gewesen — der Knecht ist ja ohnehin schon in seinen besten Zeiten auf alles gefaßt!

Aber am Ende hat alles Vertrauen seinen Rand. Alle Rechenkünste der Kartellanwälte erscheinen als betrügerischer Humbug in dem Augenblick, wo die Leiter der Aktiengesellschaften vor den Aktionären die Schlussrechnung des Jahres vortragen. Auf diese Schlussrechnung kann man kavaliersmässig, das heißt sicher zu siebzig Prozent schwören. Die Bilanz — das ist kapitalistische Redlichkeit, Wahrheit und Offenheit. Da hat am 22. September die Böhmisches Zuckerindustriengesellschaft ihrer Generalversammlung Rechnung gelegt. Diese Gesellschaft gehört zu den besten im Lande, sie wies schon in der Vorkampagne einen Reingewinn von drei Viertelmillionen aus (748.532 Kronen). In der ersten Kriegskampagne, in der schweren Not des ersten Kriegsjahres ist dieser Reingewinn um 1.314.358 Kronen gestiegen und hat also **z w e i** Millionen überschritten!

Man hat Ursache, vor so reichlichem Segen starr zu sein. Auch unsere Hausmütter kennen eine Kampagne 1914 auf 1915! Diese Kampagne wird ihnen unvergeßlich sein. Sie haben die Straßen der Städte abgelaufen und nach einem Gewölbe gesucht, wo Maisbrot und wo Zucker zu haben ist. Sie werden noch den Töchtern ihrer Töchter demmaleinst von den Erfahrungen dieser Kampagne erzählen, sie werden von den Belagerungen der Brotfilialen, von der Eröberung des letzten Kilos Kartoffeln, von den uneinnehmbaren Festungen der Fleischladen sprechen, deren Wälle beinahe nur noch ein mit Gold beladener Esel überstieg — in jeder Deutung dieses Wortes. Aber in späten Tagen wird der Großaktionär dieser Gesellschaft den Enkeln sagen: Kinder — 26 Prozent Reinertrag wie im Kriegsjahr — Kinder, das kommt nicht wieder! Das war eine Kampagne!

Die Versammlung der Aktionäre hat den Umständen angemessene, der Zeit würdige Beschlüsse gefaßt. Jene zwei Millionen werden wie folgt verteilt: Der Verwaltungsrat bekommt 206.289 Kronen, gegen das Vorjahr mehr um 131.436 Kronen. Es sollte uns wundern, wenn sich nicht unter den Verwaltungsräten der eine oder der andere öffentlich mit Bestehungskostenberechnungen ausgespielt hätte — ist das der Fall, so hat er sich nicht ohne Lohn vor der Öffentlichkeit bemüht. Ferner wurden statt 6 Prozent im Vorjahr diesmal 12 1/2 Prozent Dividende „ausgeschüttet“, was einer 108prozentigen Erhöhung des Entbehrungslohnes der Aktionäre gleichkommt. Die Beamtenremunerationen steigen von 40.614 auf 75.000 Kronen. Für Kriegsfürsorgezwecke werden 15.000 Kronen gespendet!

Das ist entschieden unbillig. Für wen der Krieg so vorzüglich gesorgt hat, der sollte billigerweise für Kriegsfürsorge mehr übrig haben! Der restliche Gewinn von 766.601 Kronen wurde auf die Kampagne 1915/16 vorgezogen, also mehr vorgetragen als

der normale Gewinne eines Friedensjahres!

Die Sprache der Zuckerindustrie ist seltsam. Das Wort Kampagne bedeutet zu deutsch „Feldzug“. Man begreift die Wichtigkeit dieses Ausdruckes erst jetzt: die Zuckerindustrie hat wahrhaftig einen Feldzug gewonnen. Aber eines hat sie verloren, das Vertrauen selbst der bürgerlichen Welt, das ganz kommune staatsbürgerliche Vertrauen. Kann sein, daß ihr die verdoppelte Dividende lieber und das Bewußtsein, verteuert geschickt kalkulieren zu können, wichtiger ist. Aber diese kapitalistische Tugend ist angesichts der ernststen Lage des Landes und Volkes ein Anstoß. Unser Volk verzeiht sonst leider rasch, aber die wirtschaftlichen Erfahrungen dieses Jahres sind zu tief ins allgemeine Bewußtsein eingegraben, als daß sie leicht vergessen werden könnten.