Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau für die Schweiz : Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes

Herausgeber: Schweizerischer Gewerkschaftsbund

Band: 24 (1932)

Heft: 6

Artikel: Haben die konsumgenossenschaftlichen Organisationen noch immer ihre Existenzberechtigung?

Autor: Maire, M.

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-352559

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Haben die konsumgenossenschaftlichen Organisationen noch immer ihre Existenzberechtigung?

Von M. Maire, Basel.

In letzter Zeit sind in bezug auf den Wert der konsumgenossenschaftlichen Organisationen in vielen, auch in gewerkschaftlichen Kreisen, Kritiken laut geworden und Bedenken aufgestiegen.

Man hat sich gefragt, ob die genossenschaftliche Bedarfsdeckung noch immer ihren Wert und ihre Existenzberechtigung habe. Diese etwas pessimistische Stimmung wurde besonders dadurch hervorgerufen, dass in den letzten Jahren einige kapitalistische Unternehmungen aufgetaucht sind, die den Anschein erwecken, konkurrenzfähiger zu sein als die Konsumgenossenschaften.

Es lohnt sich daher, die Frage zu untersuchen, ob die genossenschaftliche Bedarfsdeckung noch immer ihre Berechtigung habe. Die Prüfung dieser Frage muss vom prinzipiellen wie auch vom praktischen Standpunkt aus geschehen.

Prinzipiell muss festgestellt werden, dass Konsumgenossenschaften Vereinigungen von Personen sind, die gemeinsam ihren Bedarf decken wollen. Dabei wird das Hauptaugenmerk in erster Linie auf die Qualität und dann auf die Festsetzung des richtigen Preises gerichtet, und zwar werden nicht nur einzelne Waren geliefert, sondern sozusagen alle Artikel, die für die Lebenshaltung notwendig sind. Es werden nicht nur einige Artikel der Lebensmittelbranche und die kurantesten Gebrauchsgegenstände vermittelt, sondern alle Artikel, die für den täglichen Bedarf benötigt werden. So liefern gewisse Konsumgenossenschaften ihren Mitgliedern Brot, Milch und frisches Fleisch, Artikel, deren Vertrieb mit grossen Spesen verbunden ist. Eine grosse Anzahl Konsumvereine hat auch Spezialabteilungen für Manufaktur- und Schuhwaren, deren Führung mit ziemlich grossen Risiken verbunden ist.

Bei der Zusammenstellung des Warenlagers sowie auch bei der Einführung von Spezialbranchen wird nicht die Möglichkeit des Gewinnes berücksichtigt, sondern die bestmögliche Befriedigung des Bedarfes der Konsumenten. Die Konsumgenossenschaften erfüllen somit ihre Aufgabe ohne Gewinnsucht.

Weiter muss festgestellt werden, dass die Ueberschüsse, welche nach Deckung aller Unkosten übrig bleiben, zur Ausrichtung von Rückvergütungen und zur Aeufnung von Reservefonds verwendet werden, die wiederum ein Gemeingut der Mitglieder darstellen.

Diese Reservefonds bilden ein Kollektiv-Kapital, das nie verteilt werden darf, jedoch im Interesse der Mitglieder Verwendung findet und besonders dazu da ist, die höchste Aufgabe der Genossenschaft, nämlich der Umwandlung der Privatwirtschaft in die Gemeinwirtschaft erfüllen zu helfen.

Auch die Ueberschüsse, welche die nationale Organisation der Konsumgenossenschaften, der Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) in Basel, erzielt, werden zur Bildung von solchen Reserven verwendet.

Eine grosse Bedeutung der genossenschaftlichen Organisationen liegt auch darin, dass sie demokratische Gebilde sind, welche ständig unter der Kontrolle der Konsumenten stehen. Die Berichterstattung und Rechnungsablegung geschieht regelmässig und wird von den zuständigen Organen in allen Details geprüft. Die organisierten Konsumenten haben somit Gelegenheit, sei es direkt, sei es durch ihre Vertrauensleute, die Tätigkeit der genossenschaftlichen Organisationen zu bestimmen und zu kontrollieren.

Wie steht es aber prinzipiell bei einem kapitalistischen Unternehmen? Es handelt sich hier um keine Vereinigung von Personen, insbesondere von Konsumenten, sondern um eine Interessengemeinschaft von Kapitalisten, denen die Warenvermittlung nicht Zweck, sondern Mittel ist. Der Zweck selbst ist die Gewinnerzielung, die Erreichung der höchsten Rendite der Kapitalien. Daher werden nur diejenigen Artikel geführt, die für das Geschäft interessant sind, ohne Rücksicht darauf, ob der gesamte Bedarf der Konsumenten gedeckt wird, oder ob die Käufer sich für den Bezug der nicht vorhandenen Artikel anderswo umsehen müssen. Was die Qualität anbetrifft, so wird sie nur so weit berücksichtigt, als es absolut notwendig ist, um den Absatz der Ware zu ermöglichen. Der Preis wird ohne Rücksicht auf seine sozialen Auswirkungen festgesetzt.

Bei solchen Unternehmungen hat der Konsument kein Mitspracherecht. Was man von ihm wünscht, ist sein Geld, und wenn er es abgeliefert hat, ist seine Beziehung zum Unternehmen gelöst. Das Geschäft hat keine Verpflichtung, über den Geschäftsgang, das Betriebsergebnis, die Rückstellungen, die ausbezahlten Dividenden usw. Bericht zu erstatten.

Es ergibt sich somit, dass Zweck der Genossenschaft der Dienst am Kunden ist, währenddem bei den kapitalistischen Unternehmungen die Rendite des Kapitals, d. h. der Verdienst am Konsumenten, die Hauptsache ist.

Auch die Privatkrämer handeln, obwohl in weniger ausgeprägter Weise, gleich wie die Kapitalisten. Ihr Zweck besteht darin, Geschäfte zu machen und bei denselben so viel Privatgewinn als möglich zu erzielen.

Mit andern Worten, die Genossenschaft verfolgt ein allgemeines Interesse, währenddem die Privatwirtschaft, gleichgültig ob es sich um grosse oder kleine Unternehmungen handelt, persönliche Interessen vertritt.

Die Aufgabe der Genossenschaft geht aber noch weiter, denn sie stellt sich nicht nur zum Ziel, den Bedarf der Konsumenten aufs vorteilhafteste zu decken, sondern erstrebt noch den höheren

Zweck, die allgemeine Wirtschaft so umzugestalten, dass die Produktion der Güter rationell und ihre Verteilung gerecht werde.

In einer Periode wie der jetzigen, wo die bestehende Wirtschaftsordnung für grosse Massen der Bevölkerung so viel Unheil (Arbeitslosigkeit, Ueberproduktion, Unterkonsumation usw.) mit sich bringt, sind solche Bestrebungen nicht hoch genug einzuschätzen und sollten mit allen Kräften unterstützt werden.

Wir kommen nun zur Prüfung der praktischen Seite der gestellten Frage, ob nämlich die konsumgenossenschaftlichen Organisationen noch immer ihre praktische Existenzberechtigung haben.

Es ist wohl möglich, dass ein etwas materieller Geist folgende Ueberlegung macht: Es mag richtig sein, dass die Genossenschaft aus prinzipiellen Gründen den Vorzug verdient, wenn mir jedoch private und kapitalistische Läden Vorteile bieten, werde ich die letzteren berücksichtigen.

Zuerst ist festzustellen, dass die neuen Verkaufsunternehmungen darauf angewiesen sind, mit billigen, oder mindestens scheinbar billigen Preisen zu operieren, um die Konsumenten an sich zu reissen. Durch Nennung ihres Zweckes können sie ja die Gunst der Konsumenten nicht gewinnen. Wenn der Direktor eines solchen Unternehmens den Konsumenten sagte: « Kauft bei mir ein, damit ich den Aktionären grosse Dividenden ausbezahlen kann und sie mir dafür ein grosses Gehalt ausrichten », hätte er sicher sehr wenig Erfolg.

Er muss demnach andere Beweggründe suchen, und der Verkauf zu billigen Preisen ist noch immer das, was bei vielen Konsumenten am meisten Anziehungskraft hat.

Der Drang nach immer billigeren Preisen, der sich bei den Konsumenten und auch bei den Verkäufern immer mehr fühlbar macht, ist aber nicht ohne Gefahren. Die Billigkeit wird in der Regel, sofern sie nicht durch die besondere Marktlage bedingt ist, durch Verschlechterung der Qualität oder durch Reduktion der Löhne erreicht. Unsere Schweizer-Industrie aber ist von der Herstellung von Qualitätswaren abhängig. Wenn durch den Druck des Käufers der Standard der Qualität sukzessive zurück geht, wird sich diese Verschlechterung nicht nur auf die Waren für den Inlandmarkt, sondern auch auf die Exportwaren auswirken, sodass eine allmähliche Lahmlegung der schweizerischen Export-Industrie zu befürchten ist. Gewöhnliche Waren braucht das Ausland nicht aus der Schweiz kommen zu lassen, sie können überall fabriziert werden.

Der Fabrikant, der immer billiger liefern muss, wird weiter gezwungen, sich an Lohnreduktionen zu erholen. Die Erfahrung hat aber gezeigt, dass die Lohnsenkung automatisch eine Reduktion der Kaufkraft zur Folge hat, und dass ihrerseits die Reduktion der Kaufkraft Arbeitslosigkeit hervorruft. Die verminderte Kaufkraft und die Arbeitslosigkeit sind nun nicht nur für den Industriearbeiter verhängnisvoll, sondern auch für den Bauern, für den

es schwieriger wird, seine Produkte abzusetzen. Der Verkauf zu extra-billigen Preisen drückt endlich nicht nur auf die Löhne der Arbeiter, welche die Produkte, die in solchen Geschäften verkauft werden, fabrizieren, sondern auch auf die Löhne des Personals, welches in solchen Betrieben beschäftigt ist. Das Personal (Magaziner, Chauffeure, Verkäuferinnen etc.), das in den privatkapitalistischen Unternehmungen arbeitet, ist weit davon entfernt, die guten Lohnbedingungen zu geniessen, die den Angestellten der Konsumgenossenschaften zukommen.

Die meisten Konsumgenossenschaften und ihre Zentralorganisation, der Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), gewähren ihrem Personal nicht nur vorbildliche Arbeitsbedingungen, sondern sie leisten auch in sozialer Hinsicht Grosses (Ferien, Invaliden- und Alters-Versicherung).

Man darf annehmen, dass alle sozial denkenden Konsumenten und besonders die Gewerkschafter solche Leistungen, die für die genossenschaftlichen Organisationen eine grosse Last bedeuten, zu schätzen wissen, andernfalls würden sie einfach die Bestrebungen der Gewerkschaften negieren.

Es wäre auch inkonsequent, bessere Arbeits- und Lohnbedingungen zu erstreben und im gleichen Momente Verkaufsunternehmungen zu unterstützen, die dem Personal gegenüber weniger entgegen kommen, als die genossenschaftlichen Organisationen es tun.

Wenn das Urteil über die Vorteile, welche von der modernen Konkurrenz geboten werden, objektiv sein soll, muss noch näher geprüft werden, ob diese Geschäfte in Wirklichkeit so vorteilhaft sind, wie sie es glaubhaft zu machen suchen.

Eine sachliche und warenkundige Prüfung der verkauften Waren beweist, dass dem nicht so ist. Gewisse Lockartikel oder die Ankündigung von billigen Preisen in einem Moment, wo sowieso der Markt à la Baisse ist, die geschickte Ausnützung solcher Preisreduktionen, sind ausgezeichnete Mittel, um die angebliche Ueberlegenheit den Genossenschaften gegenüber zu beweisen. Durch eine systematische diesbezügliche Reklame und durch stetige Angriffe auf die Genossenschaften wird eine Art Psychose geschaffen.

In Tat und Wahrheit sind die Genossenschaften, wenn sie gut geführt, einfach und billig organisiert sind, in der Lage, punkto Qualität eher besser zu liefern und im Preise mindestens so vorteilhaft zu sein als solche Unternehmungen.

Die grossen Vereine des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), der Allg. Consumverein beider Basel, der Lebensmittelverein Zürich, die Société coop. suisse de consommation Genève, haben im Jahre 1931 trotz Krisis, trotz wichtigen Preisreduktionen auf vielen Artikeln und trotz der schärfsten Konkurrenz, ihren Umsatz nicht nur halten, sondern noch erhöhen können.

Der Lebensmittelverein Zürich, der mit der Konkurrenz des dortigen Konsumvereins, der Grossdetaillisten wie Simon, Denner & Co. usw., der Migros, der Warenhäuser, der Epa und einer

grossen Anzahl von Privatdetaillisten zu rechnen hat, hat im Jahre 1931 seinen Umsatz gegenüber 1930 von Fr. 17,156,624.23 auf Fr. 19,314,328.88 erhöht, d. h. um *Fr. 2,157,704.65.* Im vorigen Jahre verzeichnete er schon eine Umsatzerhöhung von *Fr. 1,882,034.69.* Sein Umsatz ist also in den zwei letzten Jahren um mehr als vier Millionen Franken gestiegen.

Es ist doch anzunehmen, dass der L. V. Zürich sowohl in bezug auf die Qualität der gelieferten Waren als auch punkto Preise seiner gesamten Konkurrenz gegenüber überlegen war, sonst hätte er nicht solche Fortschritte machen können. Es ist undenkbar, dass das Gros der Konsumenten sich immer mehr der Genossenschaft zugewandt hätte, wenn sie nicht überaus leistungsfähig gewesen wäre.

Dass jedoch die Konsumgenossenschaften nicht die Konkurrenz der modernen Unternehmungen nötig haben, um konkurrenzfähig zu sein, beweisen die Coopératives Réunies in La Chaux-de-Fonds. Diese Genossenschaft, die nicht nur La Chaux-de-Fonds, Le Locle und die umliegenden Ortschaften, sondern auch die Freiberge und einen Teil des Val-de-Ruz bedient, befindet sich in der Regel in der Index-Statistik des V. S. K. an erster Stelle, d. h. sie praktiziert die billigsten Preise, und doch muss man bei diesem Verein infolge der ungünstigen geographischen Lage für viele Artikel mit hohen Frachtspesen rechnen.

Auch kleineren und kleinen Genossenschaften, die es verstehen, mit einfachen Mitteln zu wirtschaften, und die sich für den Wareneinkauf an den V. S. K. halten, ist es möglich, der grossen privatkapitalistischen Konkurrenz und den Privatkrämern die Spitze zu bieten.

Ein wichtiger Faktor der Konkurrenzfähigkeit der Konsumgenossenschaften ist durch ihre Zugehörigkeit zum Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel gegeben. Durch die Konzentration der Kaufkraft der einzelnen Konsumgenossenschaften ist der V. S. K. in der Lage, sowohl für Import- wie auch für Inlandware günstige Bedingungen zu erreichen. Für seine Eigenmarke « Co-op », deren Hauptmerkmal die hervorragende Qualität ist, hat er die Möglichkeit, noch bessere Konditionen zu erzielen als für die Privatmarken der Fabrikanten. Die genossenschaftliche Eigenmarke erlaubt ihm, in gewissen Momenten einen Druck auf den Markt auszuüben und dadurch eine Preissenkung hervorzurufen.

So ist es, seitdem auf dem Weltmarkt die Preise zurückgegangen sind, dem V. S. K. gelungen, dank seiner Macht als Grossbezüger und mittelst seiner eigenen Marke, eine Preisreduktion auf vielen Artikeln zugunsten der Konsumenten zu erwirken, so z. B. auf Teigwaren, Schokolade, Haushaltungsseifen, Waschpulver, koffeinfreiem Kaffee, Haferflocken, Kokosfett, Kokosfett mit Butter, Konfiserie, Biscuits, Suppenmehle, Konfitüren, Gemüsekonserven, Tomatenpurée usw.

Der Konsument hat von diesen Baissen profitiert, ohne zu wissen, wem er sie zu verdanken hat. Wenn man der genossenschaftlichen Organisation einen Vorwurf machen könnte, so könnte es nur der sein, dass sie zu bescheiden gewesen ist und es nicht genug verstanden hat, die geleisteten Dienste aller Welt vor Augen zu führen. Wenn diese Erfolge nicht an die grosse Glocke gehängt wurden, geschah es zum Teil aus taktischen Gründen, den Einzellieferanten und den Fabrikantensyndikaten gegenüber. Keine Gegenpartei wird es gerne haben, wenn in aller Oeffentlichkeit damit geprahlt wird, dass sie hat nachgeben müssen. Ein anderes Mal würde sie sich bei einer neuen Forderung renitenter zeigen.

Wahrscheinlich wird es auch in der Gewerkschaft hie und da vorkommen, dass ein Erfolg gegenüber dem Arbeitgeber nicht zu stark betont wird, damit eben weitere Unterhandlungen nicht erschwert werden.

Die Einführung der Genossenschaftsmarke « Co-op » hat eine Reduktion der geführten Marken zur Folge und bietet somit den Vereinen und Konsumenten nicht nur Vorteile inbezug auf Qualität und Preis, sondern sie bezweckt und bedingt auch eine Rationalisierung und damit verbunden eine Verbilligung der Genossenschaftsbetriebe.

Der Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) ist um so mehr in der Lage, den ihm angeschlossenen Vereinen und somit den Konsumenten weitere Vorteile zu bringen als der Bedarf sich restlos auf ihn konzentriert. Seine Macht als Importeur und als Auftraggeber für Inlandware kann so gross, die Organisation der Warenvermittlung so rationalisiert werden, dass günstige Preise und stark verminderte Spesen daraus resultieren müssen.

Die Bezugspflicht der Konsumvereine dem V. S. K. gegenüber, die im Entwurf zur Statutenrevision des V. S. K. vorgesehen war, bezweckte die Verwirklichung dieser grossen Möglichkeiten. Die Bezugspflicht ist eine Notwendigkeit, die sich Bahn brechen wird, sei es, dass die Konsumvereine dies rechtzeitig einsehen, sei es, dass die Macht der Verhältnisse sie dazu zwingt.

Die Genossenschaften werden immer der zuverlässigste Preisregulator und damit der wirkliche Schutz der Konsumenten sein. Uebrigens wurde die Tätigkeit der Genossenschaften auch offiziell anerkannt. Auf eine Anfrage von Herrn Nationalrat Scherrer von St. Gallen in der Juni-Session des letzten Jahres betr. höhere Brotpreise in verschiedenen Gebieten der Ostschweiz, antwortete der Bundesrat u. a., die Erfahrung habe gezeigt, dass die durch Preisabreden der Bäcker geregelten Brotpreise sich stets dort im richtigen Rahmen halten, wo die gewerblichen Bäckereien durch leistungsfähige Genossenschaftsbäckereien konkurrenziert werden.

Wenn die Konsumgenossenschaften örtlich und national straff genug organisiert sind, werden sie in der Lage sein, ihren Rahmen weiter zu spannen und auch auf internationalem Boden zu wirken. Die internationale Grosseinkaufsstelle, die seit einigen Jahren exi-

stiert, aber bis jetzt nur eine sehr beschränkte Tätigkeit ausgeübt hat, wird dann fähig sein, den Bedarf der nationalen Organisationen zu erfassen und denselben am rationellsten zu decken. Erst dann wird die Genossenschaftsbewegung die Möglichkeit haben, die Weltwirtschaft merklich zu beeinflussen und mächtig dazu beizutragen, die internationale Privatwirtschaft in eine Gemeinwirtschaft umzuwandeln. Mit solchen Perspektiven vor Augen sollte man erwarten dürfen, dass die einzelnen Konsumenten auf momentane, vermeintliche Vorteile verzichten und die genossenschaftlichen Organisationen nach Kräften unterstützen.

Die Konsumgenossenschaften sind also noch immer nützlich, sie haben nicht nur eine Existenzberechtigung, sondern sie sind auch noch dazu berufen, durch Reorganisation der heutigen Wirtschaftsordnung der Bevölkerung aller Länder grosse Dienste zu leisten.

Konsumgenossenschaftliches und privatkapitalistisches Wirtschaften.

Von Arnold Schär,
Vorsteher der Propagandaabteilung des Allgemeinen Consumvereins beider Basel.

Die Struktur der heutigen Wirtschaft ist keine einheitliche. Wir sehen vielmehr ein Mosaik verschiedener Wirtschaftsformen, die sich teils aus zurückliegenden Epochen herleiten und teils Anfänge einer neuen Wirtschaftsform und einer neuen Wirtschaftsepoche darstellen. Das kapitalistische Element ist freilich heute das weitaus ausschlaggebende, indem das Privateigentum an Produktionsmitteln und das privatwirtschaftliche Gewinnstreben im Mittelpunkt stehen. Verschiedenartige gemeinwirtschaftliche Formen sind entstanden, die das Privatkapital im bisherigen Sinne ausschalten und die Triebkraft der Renditeerzielung durch die Bedarfsdeckung ersetzen. Die grosse Bedeutung dieser Gebilde für den Aufbau einer neuen Wirtschaft und Gesellschaft ist in Nummer 1 dieser Zeitschrift von Dr. Max Weber gründlich behandelt worden, so dass hier die konsumgenossenschaftliche Wirtschaft als Ausschnitt aus dem Gebiete der Gemeinwirtschaft näher betrachtet werden kann. Die aufgeklärte Arbeiterschaft erkennt mit Recht, dass der Weg zu einem dauernden Erfolg nur über die aufbauende Arbeit geht und dass die schärfste Kritik am heutigen Wirtschaftssystem wirkungslos verpufft, wenn ihr nicht Elemente eines neuen Aufbaues gegenübergestellt werden. Ein Gebiet, wo jedermann die Mitarbeit am wirtschaftlichen Gestalten offen steht, sind die Konsumgenossenschaften. Sie stellen einen Anwendungs-