

Gottlieb Duttweiler als Mann der Wirtschaft

Autor(en): **Weck, Bernhard**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rote Revue : sozialistische Monatsschrift**

Band (Jahr): **41 (1962)**

Heft 11

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-337374>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Gottlieb Duttweiler als Mann der Wirtschaft

In folgendem sei nur von einem Aspekt Gottlieb Duttweilers die Rede: von seiner Persönlichkeit als Wirtschaftler.

In diesem Sektor hat Duttweiler tatsächlich Hervorragendes geleistet.

Wenn er auch der kapitalistischen Wirtschaft eng verhaftet blieb, wenn auch die Form seiner Unternehmungen das «soziale Kapital» nichts ist als ein Zuckerguß über den bitteren Kern kapitalistischer Wirklichkeit, so hat er doch auf dem Sektor «Konsumation» der schweizerischen Volkswirtschaft bleibende Leistungen vollbracht, deren Ursprung zwar in kapitalistischem Denken liegt – deren Wirkung aber sozial war, indem sie auch dem Gegenpart des Kapitalisten Duttweiler zugute kamen.

Die Leistungen Duttweilers dürfen gerade in der heutigen Zeit, wo die Konsumentenfrage immer mehr in den Vordergrund tritt, nicht unterschätzt werden.

Das Problem

Der kapitalistische Handel hat – wie die übrigen Zweige der Wirtschaft – die Tendenz, durch künstliche Hochhaltung der Preise Übergewinne zu erzielen. Damit treibt er zunächst Raubbau am Konsumenten und vor allem am Arbeiter, der den Hauptharst der Konsumenten stellt. In einer zweiten Stufe allerdings treibt er Raubbau am übrigen Zweig der Volkswirtschaft, indem er die Kaufkraft der Konsumenten künstlich schmälert und die Aufnahmefähigkeit des Marktes damit reduziert.

Die Lösung Duttweilers

Duttweiler war nun bestrebt, die Handelsspannen tief zu halten. Von den tieferen Preisen profitierten in erster Linie die Konsumenten. Da diese aber nicht geneigt sind, das so Ersparte in Kapital (hier-Sparkapital) umzuwandeln, sondern eher nach vermehrter Bedürfnisbefriedigung streben, wandte sich der ersparte Teil der Konsumentenausgaben wiederum der Wirtschaft, nämlich dem Markte der Konsumgüter, zu. Daß sich diese überschüssige Kaufkraft hauptsächlich wieder ihm zuwende, dafür hat Duttweiler in mannigfacher Weise gesorgt:

Früh erkannte er die Bedeutung der public relations und gründete eine politische Partei. Damit verlieh er seinem Gedanken einen Anstrich von Weltanschaulichkeit. Dieser kommt ihm zwar nicht zu, und entsprechend ist im

Programm der Unabhängigen auch herzlich wenig Weltanschauliches zu finden. Das ist eben typisch für die public relations: der Schein genügt. Als Fazit bleibt aber für die Konsumentenschaft und damit auch für die Arbeiterschaft: Duttweiler trug zu deren vermehrter Bedürfnisbefriedigung bei. Er hat hier eine Tat vollbracht, die der Gesamtheit der Gesellschaft zugute kam, nicht bloß einem Teil. Und das hat Duttweiler wohl unter «sozial» verstanden. Als Sozialist verstehen wir unter «sozial» indes eine Handlungsweise, wobei der eine Partner zugunsten der Gesellschaft auf irgend etwas verzichtet. Das hat Duttweiler nicht getan – so wenig wie Ford, als er die Automobilpreise senkte und damit seine Produkte einem großen Teil der Wirtschaft zugänglich machte.

Die Verwirklichung seiner Idee

Ausgenommen vielleicht die jüngere Generation unter uns, verbindet sich der Begriff Duttweiler mit «Migros», dieser mit «fahrender Verkaufsladen».

Das waren die Anfänge. Mit dem Begriff «Mi-gros» stellte sich Duttweiler zwischen die bis dahin allgemein gültigen Kategorien «Engros» und «Detail». Er war der Engroshändler, der mittels dieser Wagen en detail verkaufte. Damit schaltet er die Stufe des Detaillisten aus und damit eine zusätzliche Handelsspanne, die naturgemäß weit größer als die des Grossisten, die Ware für den Konsumenten erheblich verteuerte. Damit ist klar, daß sich Duttweiler in erster Linie die Feindschaft der Detaillisten zuzog. In diesen Kreisen hat er noch heute seine erbittertsten Feinde. Er schränkte die Auswahl ein und erreichte so auf jeder Warengattung einen erhöhten Umsatz. Das hatte seinerseits zur Folge, daß es keine liegengebliebenen, sondern nurmehr frische Ware gab. Dieses Moment, die Frischheit der Ware, hat Duttweiler seiner Lebtag als wichtigstes Verkaufsargument angeführt. Und man muß heute zugeben, daß er für die Qualitätsverbesserung tatsächlich Erhebliches geleistet hat und daß dies namentlich den minderbemittelten Schichten zugute kam.

Die Auswirkungen der Idee

Die Wirkungen dieser Verkaufsmethoden blieben aber nicht auf die Migros beschränkt: durch vorteilhaftere Preise und vorteilhaftere Qualität zog die Migros breite Käuferschichten von ihren kleinen «Lädeli» weg und zu sich hinüber. Diese mußten nun danach trachten, den Umsatzschwund durch verbesserte Leistungen wettzumachen. In dieser Form sind die Auswirkungen von Duttweilers Werk auch heute noch zu spüren – vor allem natürlich durch die inzwischen allgegenwärtig gewordene Migros. Höhere Preise bei schlechterer Qualität schienen uns die sicheren Folgen einer Abwesenheit der Migros. Im übrigen hatte Duttweilers Verkaufssystem dieselben Folgen, die im Kapitalismus den wirksameren Methoden gegenüber den unwirksameren stets eigen

sind: der weniger leistungsfähige Kleinbetrieb wurde durch den rationalisierten Großbetrieb Migros verdrängt und teilweise ausgerottet.

Er fristet heute nur noch ein Schattendasein – zumal die Ideen Duttweilers auch von anderen Organisationen des Lebensmittelhandels aufgegriffen wurden. Zahlreiche kleine Geschäftsleute mußten ihren Lebensmittelladen, ihre Bäckerei, ihre Metzgerei schließen, weil sie mit der Migros nicht mehr konkurrieren konnten. Für die weinerlich-romantische Propaganda dieser Detailisten zeigte unsere Hausfrau im allgemeinen kein Verständnis – zumal ja die Verdinglichung allen Lebens rasch weiter um sich fraß und so die Bindungen der Hausfrauen an «ihren» Lebensmittelhändler, «ihren» Bäcker oder Metzger rasch nachließen. Noch heute ahnt jeder Kleinhändler seinen geschäftlichen Untergang, wenn eine Filiale der Migros oder einer anderen größeren Verkaufsorganisation sich in seiner Nähe installiert.

Die Ausdehnung der Idee

Mit den Jahren dehnte Duttweiler seine Ideen auf immer weitere Marktsektoren aus: In das Verkaufsprogramm der Migros, wohin ursprünglich nur Lebensmittel gehörten, wurden immer mehr Gegenstände des täglichen Bedarfs und schließlich auch dauerhafte Konsumgüter aufgenommen. Hotellerie, Öl, Bank und Versicherung gerieten unter den direkten Einflußbereich Duttweilers. Grundsätzlich Neues schuf er mit seinen Klubschulen und stieß dabei auf ein offensichtlich reges Bedürfnis der Bevölkerung. In jedem dieser Zweige hat er seine Prinzipien angewendet und durch Konkurrenzdruck auf die ganze Branche reformierend gewirkt.

Aus den paar fahrenden Verkaufsläden der späten zwanziger Jahre ist ein wirtschaftlicher Gigant entstanden und damit das, was Duttweiler zeit lebens zu verabscheuen vorgab. Er sorgte zwar dafür, daß die einzelnen Glieder dieses Kolosses nach außen hin möglichst locker verbunden sind, um den Anschein von wirtschaftlicher Machtanhäufung zu verschleiern. Das ist ihm aber nur schlecht gelungen, zumal er sich damit auch wenig Mühe machte.

Das Fazit

Als Person hat Duttweiler für unsere Wirtschaft Bedeutendes geleistet. Er war Pionier und setzte sich gegen härtesten Widerstand durch. Dabei ist er aber immer Kapitalist geblieben, mit dem guten «Riecher» für Gelegenheiten, wo es ein Geschäft zu machen gab. Als Kind seiner Zeit und ausgestattet mit entsprechenden Eigenschaften konnte er allerdings an der sozialen Frage unserer Gegenwart nicht vorbeisehen. Er ahnte in den Arbeitslosen der dreißiger Jahre die ausgabefreudigen Käufer der fünfziger und sechziger

Jahre. Daher auch sein heftiges Bemühen, nicht als Kapitalist und damit als Feind dieser Leute zu erscheinen. Als Wahlspruch prägte er vielmehr: Das soziale Kapital. Und da er unseres Wissens nie genau erklärte, was darunter zu verstehen sei, müssen wir wohl diesen Begriff und damit seine ganze Idee dahin verstehen, daß es sich hier um eine Sache des Kapitals handelt, dem der Blick für das soziale Problem unserer Tage innewohnt.

Das ist allerdings um so bedeutsamer, als die Fragen von Konsument und Konsumentenschutz heute zu den aktuellsten gehörten. Und in diesem Sinne verdient es die Idee, daß sich die Sozialisten ernsthaft damit befassen.

ROLF REVENTLOW

Algerien und Kuba

Rolf Reventlow ist Journalist und zurzeit stellvertretender Vorsitzender der SPD München. Er war vor der Zeit des Nationalsozialismus Redaktor der sozialdemokratischen «Volkswacht» in Breslau, später Redaktor der «Avance» in Alicante und des Tagblattes «Alger-Soir» in Algier. Seit 1953 ist er Sekretär der SPD München. Von seiner Arbeit im Sekretariat will er sich nun am Ende dieses Jahres entlasten; aber er denkt nicht etwa daran, sich zur Ruhe zu setzen. Er hat sich deshalb angeboten, inskünftig auch für die «Rote Revue» zu schreiben.

Wir danken ihm bereits an dieser Stelle für seine wertvolle Mitarbeit.

R. L.

Entgegen einer in Frankreich lange Zeit, aber erfolglos vertretenen Ansicht ist die Nationswerdung Algeriens schon lange abgeschlossen. Die verschiedenen ethnischen Gruppen der berberischen und arabisierten Bevölkerung bilden schon seit langer Zeit vor dem Aufstand von 1954 im Bewußtsein der Bevölkerung eine nationale Einheit. Anders ist es mit der Staatswerdung in einem Lande, in dem der allergrößte Teil der öffentlichen Verwaltung bis vor wenigen Jahren ein Monopol des französischen Bevölkerungsteils darstellte. Dabei war Algerien, wie allgemein zugegeben wurde, «unterverwaltet», nicht so sehr in den vorwiegend europäisierten Großstädten des Landes als draußen auf dem Lande, in den unwegsamen Bergen der Kabylei, im Aurès, im Atlasgebiet oder gar auf den weiten, der Sahara vorgelagerten Hochebenen.

Mit dem panischen Abzug der Europäer nach der monatelangen Schreckensherrschaft der OAS, die naturgemäß tiefe Spuren hinterlassen hat, ist