

**Zeitschrift:** Wohnen  
**Herausgeber:** Wohnbaugenossenschaften Schweiz; Verband der gemeinnützigen Wohnbauträger  
**Band:** 7 (1932)  
**Heft:** 1

**Artikel:** Die Konsumgenossenschaften im Lichte einer öffentlichen Erhebung  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-100675>

### **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:** 29.12.2025

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

gleichen. Ergibt sich hierbei, dass die neu veranschlagte Mietsumme den Bedarf der Gesellschaft übersteigt, so wären die Einzelmieten im Verhältnis zu kürzen; umgekehrt würden sie verhältnismässig zu erhöhen sein. Nur die so festgesetzten Mieten sind als angemessene und objektive Mietpreise zu bezeichnen.

Neben dieser gesetzlich angeordneten Nachprüfung der Angemessenheit der Mieten wäre noch die Durchführung folgender Massnahmen zur Verminderung der Ausgaben der Wohnungsgesellschaften und damit zur Mietenverbilligung anzustreben:

1. Erhöhung der Miet- und Zinszuschüsse aus Hauszinssteuermitteln und Gewährung der Zuschüsse auf eine längere Dauer als fünf Jahre.

2. Die Amortisation der Hauszinssteuerhypotheken und Zusatzhypotheken unterbleibt solange, bis die Zinsen der auf dem freien Kapitalmarkt aufgenommenen Hypotheken gesenkt werden.

3. Freistellung von der staatlichen und gemeindlichen Grundvermögenssteuer auf eine längere Zeit als acht Jahre.

Unsere Frage wäre beantwortet. Die aufgezeigten Wege sind gangbar und sie sollten auch dann beschritten werden, wenn das Endergebnis hinter den Erwartungen zurückbleibt.

W. Herrmann.

Die vorstehenden Ausführungen, soweit sie sich auf einen Ausgleich der Mietpreise unter sich beziehen, haben zweifellos theoretisch eine gewisse Berechtigung. Ihre Umsetzung in die Praxis hat aber so grosse Schwierigkeiten und Bedenken, dass diese, um Illusionen vorzubeugen, sofort erwähnt werden müssen. Auf den ersten Blick erscheint es ja sehr einfach, die Mietwerte von Wohnungen durch Sachverständige einheitlich und zutreffend festzusetzen und daraufhin eine Neufestsetzung der Mietpreise vorzunehmen. Geht man aber an die Verwirklichung, dann ergeben sich Hindernisse, die den guten Gedanken in mehr wie 90 Prozent der Fälle zur Erfolglosigkeit verurteilen. Vor allen Dingen gibt es keine Sachverständigen, die so anerkannt wären, dass ihre Schätzung auch von denen respektiert würde, die davon pekuniäre Nachteile haben. Meistens handelt es sich doch bei den zur Zeit bestehenden Mietpreisverschiedenheiten um solche bis

zu 110 Prozent. Ueber die Berechtigung solcher Unterschiede lässt sich immer streiten, denn gerade bei Wohnungen spielt die Wirkung kleiner Mängel, wie Nebenabreden, Lage und dgl., sehr oft eine grosse Rolle, besonders wenn persönliche Auffassungen und Bedürfnisse beteiligt sind, was gerade auf diesem Gebiet die Regel bildet. Ein Ansinnen, höhere Mieten zu bezahlen, würde daher besonders bei der heutigen egoistischen Einstellung der Menschen regelmässig auf Widerstand stossen, unendliche Verhandlungen, Streitigkeiten, Anrufen neuer Sachverständiger und ähnliches zur Folge haben. Welche Gesellschaft kann und will sich in einem Augenblick, wo Vereinfachung und Verbilligung der Verwaltung Not tut und von allen Seiten gefordert wird, in solche unabsehbaren Scherereien stürzen? Wie steht es ferner mit Mietverträgen, die auf eine Reihe von Jahren abgeschlossen sind? Niemand würde sich bereit finden, auf sie zu verzichten, wenn sie ihm günstig sind. Oft würden die Verhandlungen auch zur Umsiedlung in eine andere Wohnung führen, was nicht nur für die Mieter, sondern auch für die Gesellschaften mancherlei Unannehmlichkeiten und Lasten zur Folge hätte.

Solange die grossen Unterschiede in den Mietpreisen bei Vergleich von Alt- und Neubauwohnungen nicht beseitigt werden können, wird auch durch eine nur die Neubau-Wohnungen umfassende Ausgleichsaktion eine nennenswerte Entlastung und Beruhigung nicht eintreten können, jedenfalls nicht in einem Ausmasse, der den umständlichen, nur wenig Erfolg versprechenden allgemeinen Versuch einer Revision sämtlicher Mietverträge rechtfertigen könnte. Das braucht natürlich nicht dazuführen, die etwa bestehenden Ungleichheiten, wo sie offensichtlich sind, nun für alle Zeiten bestehen zu lassen. Die Gesellschaften haben selbst ein Interesse daran und werden gern die Hand dazu bieten, bei sich bietender Gelegenheit z. B. bei Freiwerden von Wohnungen, Erneuerung von Verträgen pp. einen Ausgleich in der Richtung auf «angemessene» Mietpreise vorzunehmen. Nur wird das von Fall zu Fall geschehen müssen und nicht in einer so weitgehenden und beschleunigten Weise, dass ein Rattenkönig von unglücklichen Verhandlungen zu befürchten ist. Wichtiger als alles andere erscheint mir heute diejenigen Bestrebungen zu fördern, die auf eine allgemeine Senkung der Neubaumieten abzielen.

Krüger.

## Die Konsumgenossenschaften im Lichte einer öffentlichen Erhebung

Der Ausschuss zur Untersuchung der Erzeugungs- und Absatzbedingungen der deutschen Wirtschaft hat unter anderem auch die Tätigkeit der Konsumgenossenschaften in Deutschland untersucht. Die Ergebnisse der Erhebung des Ausschusses wurden in einem besonderen Bericht veröffentlicht, welcher in der Monatsschrift des Internationalen Arbeitsamtes zusammengefasst wurde. Das besondere Interesse, welches der Bericht verdient, veranlasst uns, diese Zusammenfassung nachstehend wiederzugeben:

Die Erhebung wurde auf dem Wege einer direkten Vernehmung der Geschäftsleiter der einzelnen Genossenschaften an Hand eines ausführlichen Fragebogens durchgeführt. Untersucht wurden 21 Konsumgenossenschaften; davon waren 15 dem Zentralverband deutscher Konsumvereine und 6 dem Reichsverband deutscher Konsumvereine angeschlossen. Es wurden Genossenschaften aus verschiedenen Gegenden Deutschlands gewählt, aus grossen und kleinen Städten Genossenschaften grossen und kleinen Umfanges sodass der Mannigfaltigkeit der Verhältnisse Rechnung getragen wurde.

Der Niederschrift der Vernehmungen ist in dem Band eine Einleitung vorausgeschickt, in der die Ergebnisse der Erhebung zusammengefasst sind.

Trotzdem die Zahlenangaben nur bis zum Jahre 1928 reichen und die seitdem eingetretenen Wandlungen nicht mehr berücksichtigt werden konnten, haben die Ermittlungen und Schlussfolgerungen des Berichts für die Beurteilung der Stellung der Konsumvereine innerhalb der deutschen Wirtschaft einen grossen Gegenwartswert. Der Vergleich mit den Zahlen für 1913 erlaubt ausserdem, sich über die seit der

Vorkriegszeit erfolgte Entwicklung Rechenschaft zu geben.

Die Entwicklung des Mitgliederbestandes ist je nach den örtlichen Verhältnissen recht verschieden. Im allgemeinen aber ist der Mitgliederbestand gestiegen, manchmal sogar um das zwei- bis vierfache. Nach Berufen betrachtet, ist der Anteil der Arbeiter und Angestellten nach wie vor am grössten. Eine Steigerung der selbständigen und freien Berufe kann verzeichnet werden sowie ein grosses Anwachsen in der Beteiligung der Frauen.

Die Zahl der Verteilungsstellen der untersuchten Konsumvereine ist sehr stark gestiegen, wobei der Anteil der Verteilungsstellen, die ausserhalb des Stadtgebietes gegründet wurden, erheblich ist.

Entsprechend dem erhöhten Mitgliederbestand hat auch das Personal der untersuchten Konsumvereine vermehrt werden müssen. Auch die Zahl der durch die Konsumvereine beschäftigten gewerblichen Arbeiter ist gestiegen, was auf die Steigerung der Eigenproduktion zurückzuführen ist.

In immer grösserem Umfange bilden die Konsumvereine ihr Personal selbst aus. Bei der Auswahl der Lehrlinge und auch des sonstigen Personals werden Mitglieder bzw. deren Kinder bevorzugt oder ausschliesslich berücksichtigt.

Von besonderem Interesse sind die Feststellungen des Enquêteausschusses in bezug auf die Entlohnung des Personals durch die Konsumvereine, die wir daher wörtlich wiedergeben:

«Sämtliche untersuchten Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine zahlen mit Ausnahme von zwei kleineren Vereinen nach einem mit den Gewerkschaften

vereinbarten Sondertarif, während die dem Reichsverband deutscher Konsumvereine angeschlossenen und untersuchten Vereine in stärkerem Umfange in Anlehnung an den Tarif des privaten Einzelhandels und nur in bestimmten Fällen auf Grund von besonderen, mit den Gewerkschaften vereinbarten Tarifen entlohnen. In kleinstädtischen und ländlichen Bezirken liegen die Tarifsätze oft 5 bis 8% unter denen der Normaltarife. Eine direkte übertarifliche Bezahlung kommt in der Regel nicht vor, doch spielen Sonderleistungen in Form von Umsatzprovisionen Gratifikationen, Verheiratenzulagen, Bezahlung von Krankheitstagen, Pensionszuschüssen, Ferien, freien Werktagen usw. eine nicht unbeträchtliche Rolle. Weibliche Arbeitskräfte erhalten meist eine bis 10% niedrigere Entlohnung als männliche Kräfte. Durchweg sollen die Tarifsätze der Konsumvereine 10 bis 15% über denen des privaten Einzelhandels liegen oder durch Sonderleistungen über letztere hinausgehoben werden. Meist werden drei Wochen Urlaub im Jahre gewährt.

Die im Vergleich zu den Tarifen des privaten Einzelhandels meist höhere Bezahlung des Konsumvereinspersonals gilt nach den Aussagen der vernommenen Konsumvereinsleiter aber nur für die unteren und mittleren, nicht auch für die leitenden Angestellten, insbesondere nicht für die Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder. Tarifmässig reichen ihre Gehälter nirgends an die der Prokuristen und die Direktorgehälter des privaten Einzelhandels heran. So erhalten z. B. die Geschäftsführer grosser Konsumvereine keine Tantiemen oder Umsatzprovisionen.

Man muss ausserdem hervorheben dass die Konsumvereine des Zentralverbandes eine Pensionskasse eingerichtet haben. Die Genossenschaften, die sich an dieser Pensionskasse beteiligen, müssen ihr gesamtes Personal versichern. Die Beiträge werden zur Hälfte vom Konsumverein, zur Hälfte vom Arbeitnehmer getragen. Die Kasse arbeitet nach ganz bestimmten Richtlinien und zahlt Alters- und Invalidenrenten. Ein grosser Teil der Konsumvereine steigert diese nach zehnjähriger Dienstzeit 50% des Gehaltes betragende Rente mit jedem weiteren Dienstjahr um 1% bis 75% des Gehaltes nach 35jähriger Dienstzeit.

Der Umsatz der Konsumvereine ist im allgemeinen in nicht unerheblichem Masse gestiegen. Bei den untersuchten Konsumvereinen schwankt die Steigerung zwischen 27,1 und 314%. Die Steigerung ist bei weitem erheblicher in grösseren Konsumvereinen.

Der durchschnittliche Umsatz je Verteilungsstelle ist im allgemeinen eher gefallen als gestiegen, was auf die Vermehrung der Verteilungsstellen zurückzuführen ist. Der Umsatz pro Mitglied ist im allgemeinen gestiegen.

Die Umsätze der Konsumvereine je beschäftigte Person und je Verkaufskraft sind verhältnismässig hoch. Als Gründe hierfür werden neben einer sorgsamten Schulung des Personals vor allem das verhältnismässig kleinere Sortiment der Konsumvereine und die geringeren Ansprüche ihrer Mitglieder an die Bedienung genannt.

Wenn man den Umsatz nach der Art der geprüften Artikel untersucht, so gelangt man zur Feststellung, dass die Konsumvereine hauptsächlich Lebensmittel absetzen. «Zwar hat sich mit Rücksicht auf die Hinzunahme von Textilien, Schuhwaren, Haushaltungsartikel, Kosmetika u. a. die Zusammensetzung des Umsatzes teilweise nicht unwesentlich verändert, der Anteil der Lebensmittel beträgt aber überall noch 70%, in den meisten Fällen sogar über 90% des gesamten Umsatzes.

Von grösserer Bedeutung für den Umsatz ist die starke Zunahme der Eigenproduktion in Fleisch- und Backwaren, die namentlich von den grösseren Konsumvereinen aufgenommen oder stark ausgebaut worden ist. Bei der Zunahme der Gebrauchsartikel spielen Textilien die wichtigste Rolle.

Was die Qualität der Sorten der geführten Artikel anbetrifft so müssen sich die Konsumvereine einerseits den gestiegenen Anforderungen, andererseits der wirtschaftlichen Notlage der Mitglieder anpassen. Den gesteigerten Ansprüchen der Mitglieder steht oft die mangelnde Kaufkraft entgegen.

Es konnte aber im allgemeinen eine Steigerung der Qualitätsansprüche, besonders in den Arbeiterwohnvierteln, im Vergleich zur Vorkriegszeit festgestellt werden. Wenn bei manchen Artikeln, wie z. B. Textilien und Schuhwaren, die Ansprüche eher in der Richtung modischer Eleganz liegen, so sind die Forderungen bei Lebensmitteln wirklich auf bessere Qualität gerichtet. Die Nachfrage nach Surrogaten verschiedenster Art (Kaffee, Fett usw.) ist durchwegs zurückgegangen oder zumindest nicht im Ausmasse der besseren Qualität gestiegen.

In immer steigendem Masse liegen in den Konsumvereinen die Artikel bei der Abfertigungsstelle bereits abgepackt bereit. Der Prozentsatz der verpackten Güter schwankt zwischen 50 und 90. Ort und Zeit der Verpackung sind verschieden. Sie erfolgt teilweise in den Zentralstellen der Konsumvereine teilweise schon in der Produktionssphäre, wobei die Paketartikel meist auch eine eigene Schutzmarke erhalten. Es muss die Bestrebung der Konsumvereine hervorgehoben werden, die darin besteht, fremde Markenartikel durch eigene zu ersetzen, wobei die dem Zentralverband deutscher Konsumvereine angeschlossenen Genossenschaften besonders erfolgreich waren: Nach dem Kriege beträgt der Anteil der fremden Markenartikel am Gesamtumsatz meist nur 1 bis 2 Prozent. Bei den im Reichsverband deutscher Konsumvereine zusammengeschlossenen Genossenschaften liegen die prozentualen Umsatzanteile der fremden Markenartikel zwischen 5 und 7,6% was hauptsächlich durch die geringere Eigenproduktion des Reichsverbandes und der ihm angeschlossenen Vereine erklärbar ist. Es muss berücksichtigt werden, dass «fremde Markenartikel in den Anteil der eigenen Markenartikel mit einbezogen werden, zumal fremde Markenartikel vielfach mit genossenschaftlicher Packung oder Markenschutz in die Verteilungsstellen gelangen», wobei «durch den genossenschaftlichen Einkauf von fremden Markenartikeln die dem Zentralverband angeschlossenen Konsumvereine entweder die Preisbildung der Fabrikanten durchbrechen oder zumindest die Berücksichtigung der Markenartikel bei der Rückvergütung erreichen können».

Trotz der Erhöhung der Umsätze sind die Unkosten der Konsumvereine gegenüber der Vorkriegszeit stark gestiegen. In den durch den Ausschuss untersuchten Vereinen schwanken die Unkosten für das Geschäftsjahr 1927/28 im Prozentsatz des Umsatzes zwischen 10 bis 18. «Die Gründe für die Erhöhung der Unkosten liegen in der besseren Ausstattung der Konsumvereine, in der Bereithaltung eines reichhaltigen Sortiments, vor allem aber in der Steigerung der Löhne und Gehälter, der Steuern und der Transportkosten einschliesslich Abschreibungen. Die Erhöhung der Löhne und Gehälter fällt besonders bei den kleineren Konsumvereinen ins Gewicht. Andererseits wirkt die ehrenamtliche Tätigkeit bei den kleineren Konsumvereinen auf eine Senkung des Unkostensatzes hin».

Wesentlich geringer als beim Einzelhandel sind die Reklamekosten der Konsumvereine. Für die Konsumvereine wirbt nach wie vor die genossenschaftliche Idee. Die Werbearbeit wird in den genossenschaftlichen Versammlungen geführt, sowie durch Veranstaltungen verschiedener Art: Filmvorführungen, Besichtigung der Betriebe und hauptsächlich mit Hilfe der genossenschaftlichen Zeitungen.

Die Kalkulationsmethoden der Konsumvereine lassen sich einwandfrei nur mit den privatwirtschaftlichen Einzelhandelsgeschäften vergleichen, die Grosshandel und Einzelhandel in sich vereinigen. Die Preise werden in der Mehrzahl der Fälle auf Grund der durchschnittlichen Unkosten festgesetzt. Einheitliche Kalkulationsmethoden werden von den Zentralorganisationen der Konsumvereine für ihre Mitglieder im allgemeinen nicht aufgestellt. «Innerhalb der Konsumvereine werden dagegen nach den Aussagen der Sachverständigen die Preise für die einzelnen Verteilungsstellen einheitlich festgesetzt».

Der Bericht des Enquêteausschusses hebt den wesentlichen Unterschied hervor, welcher zwischen den Konsumvereinen und den Einzelhandelsgeschäften in bezug auf die Verwertung des Nettogewinnes besteht. «Dieser kommt bei

den Konsumvereinen, soweit sie den Reinertrag nicht zur Ausdehnung und der rationelleren Ausgestaltung der Genossenschaft benutzen, den Mitgliedern unmittelbar in der Form der Rückvergütung zugute. Meist werden von Konsumvereinen auch Teile der Reinerübrigung für Wohlfahrtseinrichtungen (Sterbekasse, Kindererholungsheime und Erwerbslosenunterstützung) verausgabt.»

Was die Bezugsart der Konsumvereine anbetrifft, so muss besonders der Ausbau der Eigenproduktion sowohl in den einzelnen Vereinen, als auch in den Zentralorganisationen hervorgehoben werden. «Selbst hergestellt werden von den einzelnen Konsumvereinen vor allem die Backwaren und in der Nachkriegszeit in wechselndem Umfange auch die Fleischwaren. Vielfach haben die einzelnen Konsumvereine Kaffeeröstereien, Mineralwasserfabriken, Nudelfabriken usw.» Neben der Eigenproduktion beziehen die Konsumvereine die Artikel von ihren Grosseinkaufsgenossenschaften (G. E. G. für die dem Zentralverband angeschlossenen Genossenschaften und GEPAG für die dem Reichsverband angeschlossenen Genossenschaften). «Ausser von der GEG und GEPAG beziehen die Konsumvereine aber noch in starkem Umfange von den Fabrikanten bzw. den Erzeugern und den Grosshändlern. Letztere werden allerdings vielfach nur dann noch als Lieferanten herangezogen, wenn keine anderen Einkaufsmöglichkeiten bestehen. Von grösserer Bedeutung als der Kauf vom Grosshandel ist bei den Konsumvereinen der Einkauf bei den Fabrikanten sowie bei den landwirtschaftlichen Erzeugern und deren Genossenschaften». Von landwirtschaftlichen Genossenschaften werden vor allem Butter und Eier bezogen.

Der Bericht stellt fest, dass die wichtigste Finanzierungsquelle der Konsumvereine die Spareinlagen der Mitglieder sind, welche in den letzten Jahren stark zugenommen haben. Die meisten Konsumvereine benutzen die Spargelder zur Finanzierung des Betriebes und besonders auch zur Ausdehnung des Unternehmens. «Spargelder werden von den Mitgliedern der Konsumvereine in erheblichem Umfange aus den Rückvergütungen gebildet. Die Auszahlung der Rückvergütung erst am Schlusse des Geschäftsjahres verstärkt auch in der Zwischenzeit die Kapitalflüssigkeit der Konsumvereine».

Die Konsumvereine halten nach wie vor an dem Prinzip der Barzahlung fest. Ein grosser Teil der Konsumvereine gewährt überhaupt keine Kredite; bei manchen werden Kreditverkäufe meist nur in Ausnahmefällen, z. B. bei den Herbststeinkäufen der Mitglieder, bei Lieferung von Gebrauchsgegenständen und Textilien und im Falle der Arbeitslosigkeit der Mitglieder, bestätigt.

Schliesslich hebt der Bericht die Bedeutung der Revision hervor, welcher alle Genossenschaften unterworfen sind. «Bereits in der Vorkriegszeit haben die Konsumvereine begonnen, sich mit Hilfe von betriebsstatistischen Untersuchungen nicht nur einen Ueberblick über den einzelnen Konsumverein, sondern über die Gesamtbewegung zu verschaffen. Diese Tätigkeit verstärkt die rationalisierende Wirkung der Revisionen. Ausser durch Betriebsvergleiche werden die Konsumvereine in starkem Umfange auch unmittelbar von den Zentralorganisationen fachlich beraten.

## Wohnungsmarkt in Berlin

Im November ist auf dem Berliner Wohnungsmarkt, soweit er sich in den Inseraten dieser Zeitung spiegelte, unverkennbar eine Zuspitzung der Verhältnisse festzustellen. Aeusserlich betrachtet, ergibt sich zwar keine wesentliche Aenderung an dem Bild, das der Oktober bot; Anzahl und Verhältnis der im Laufe des November erschienenen Anzeigen gleichen denen vom Vormonat. Während im Oktober auf je 100 Vermietungsangebote 53 Mietgesuche entfielen, stellt sich dieses Verhältnis im November wie 100:56. Und wenn für Oktober festgestellt wurde, dass der angebotene Wohnraum fast das Dreifache des verlangten Raumes erreichte (4,1:1,5), so stellt sich dieses Verhältnis auch im November nicht viel anders dar, wenn auf 4,5 angebotene Einzelwohnräume nur 1,5 gefragte Räume entfallen. Aeusserlich betrachtet, ergibt die graphische Darstellung auch wieder fast das gleiche wie im vorigen Monat: überwiegende Nachfrage für alle kleinen Wohnungen (zwei bis drei Zimmer) und überwiegendes Angebot in grösseren Wohnungen (ab dreieinhalb Zimmer), das schon bei der Fünfstückwohnung zu einem bedrohlichen Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage führt.

Wird aber der Inhalt der Anzeigen genauer betrachtet, so sind im zweiten Monat dieses Quartals ganz wesentliche Unterschiede gegenüber dem ersten Monat zu erkennen, die zusammengefasst als Zuspitzung der Verhältnisse auf dem Berliner Wohnungsmarkt bezeichnet werden müssen, vielleicht sogar als erste Anzeichen einer bevorstehenden Marktregulierung, die mit der Lockerung der Wohnungszwangswirtschaft im freien Spiel der Kräfte allmählich sich durchsetzt. Zahlenmässig kommt die beginnende Bewegung zum Ausdruck in einem grösseren Angebot von vermietbaren Kleinwohnungen und in einer deutlich erkennbaren Senkung der geforderten durchschnittlichen Mietpreise in allen Wohnungsgrössen. Die Zunahme des Angebots der begehrten Kleinwohnungen erklärt sich, wie aus der Fassung der Anzeigen ersichtlich wird, ganz offenbar nicht durch Zuwachs von inzwischen fertiggestellten Neubau-Kleinwohnungen, sondern durch Freiwerden von Wohnungen, die (freiwillig oder zwangsläufig) von den bisherigen Mietern als zu teuer aufgegeben werden. Auch die Teilung von Grosswohnungen scheint, trotz aller Be-

denken und Zweifel der Fachleute, Fortschritte zu machen. Schon kündeten einzelne Vermittler die Teilung von Grosswohnungen als Spezialität an; etwa ein Achtel der Vermietungsangebote sind eindeutig als Klein- und Mittelwohnung bezeichnet, die aus vollendeter oder beabsichtigter Teilung von grossen Wohnungen entstanden.

Das gesteigerte Angebot vermietbarer Wohnungen wirkt naturgemäss auf die Preisgestaltung, deren Tendenz zum Nachgeben unverkennbar ist, selbst bei den Kleinwohnungen, bei denen die Nachfrage das Angebot erheblich übersteigt. In einer Gegenüberstellung der für Oktober und November aus den Anzeigen ermittelten durchschnittlichen Mietpreise ist diese Entwicklung zu verfolgen.

### Durchschnittlicher Mietpreis pro Raum

	Oktober	November
Wohnung mit 2—3 Zimmern	45,1 M	40,2 M
Wohnung mit 3½ Zimmern	40,4 M	33,8 M
Wohnung mit 4½ Zimmern	33,9 M	27,4 M
Wohnung mit 5 Zimmern	31,2 M	25,9 M

Weniger die Zahlen selbst, für die bei der Begrenztheit des Untersuchungsgebietes keine Allgemeingültigkeit beansprucht werden kann, sind hierbei von Interesse, als vielmehr die Tendenz zur Preissenkung, die deutlich in Erscheinung tritt. Bei den grösseren Mittelwohnungen wird der vierte bzw. fünfte Raum, gemessen an den Preisen der kleineren Wohnungen, kaum noch berechnet, eine Tatsache, die ein Blick auf die graphische Darstellung mit dem grossen Ueberangebot in 4½- und 5-Zimmerwohnungen verständlich werden lässt.

Die Grosswohnungen (6 und mehr Zimmer) scheiden, wie im Oktober, auch diesmal am normalen Wohnungsmarkt vollständig aus. Einem riesigen Angebot steht fast keine Nachfrage gegenüber, es scheint keine andere Lösung dieses kritischen Problems zu geben als eben Teilung oder aber, wie oft in den Angeboten zu lesen ist: auch für gewerbliche Zwecke..

Berliner Tagblatt v. 23. Dez. 31.