

# Der Holzarbeiter

Organ des Zentralverbandes christlicher Holzarbeiter.

Nr. 22

Köln, den 30. Mai 1930

31. Jahrg.

## Mittel zum Aufstieg.

Die Arbeiterschaft hat sich, seitdem sie erkannte, daß ihre Stellung in gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Hinsicht menschenunwürdig sei, mit Energie und Tatkraft um die Änderung und Besserung ihrer Lage bemüht. Dabei hat sie wohl vom Staat und seiner Gesetzgebung die erforderlichen Maßnahmen verlangt, hat aber in erster Linie und viel stärker noch ihrer eigenen Kraft vertraut und den Selbsthilfegedanken in den Mittelpunkt ihrer Bestrebungen gestellt. Aus diesem Selbsthilfegedanken heraus wurden die heutigen einflussreichen Arbeiterorganisationen, die Gewerkschaften, geschaffen, die sich als Sammelbecken des gemeinsamen Willens zum Aufstieg aus wirtschaftlicher und geistiger Not seit Jahrzehnten bewährt haben.

Von der Gewerkschaftsbewegung wird erwartet die weitere Fortführung der mit Erfolg begonnenen Linie geistigen und materiellen Aufstiegs. Das große Vertrauen, welches die Arbeiterschaft ganz allgemein der Gewerkschaftsbewegung und ihren Führern entgegenbringt, darf nicht enttäuscht werden und dieser Glaube der Arbeiterschaft an den weiteren Aufstieg des gesamten Standes ist berechtigt und durch die bisherigen Erfolge bestätigt. Voraussetzung des geistigen Aufstiegs des Arbeiterstandes ist die Verbesserung der materiellen Lage der Arbeiter. Als dringliche Aufgabe bleibt darum für die Zukunft den Gewerkschaften immer noch die weitere Ausgestaltung und Verbesserung des Arbeitsvertrages und die Lösung der Lohnfrage. Die jüngste Entwicklung der letzteren und die zurzeit herrschende Diskussion eröffnen für die nahe Zukunft keine besonders günstigen Aussichten auf eine befriedigende Lösung dieser Frage. Die durch den Reichstag beschlossene Finanzsanierung in Verbindung mit einer sehr umfangreichen Schutzpolitik werden sich mit großer Wahrscheinlichkeit sehr bald nachteilig auf die Kaufkraft des Lohnes auswirken. Die Belastung durch die vorhin bezeichneten Gesetze, die in der Hauptsache die breiten Volksschichten trifft, beträgt insgesamt gesehen weit über 1 Milliarde Mark jährlich. Damit ist über die Hälfte der Reparationsverpflichtungen, die wir aus dem neuen Plan zu leisten haben, den minderbemittelten Schichten aufgeladen. Wenn es nicht gelingen sollte durch eine weitere Erhöhung der Nominallöhne die verlorengegangene Kaufkraft einzuholen, wird die Belastung eine Einschränkung des Lebensstandards und ein Absinken der Realkaufkraft des Lohnes im Gefolge haben.

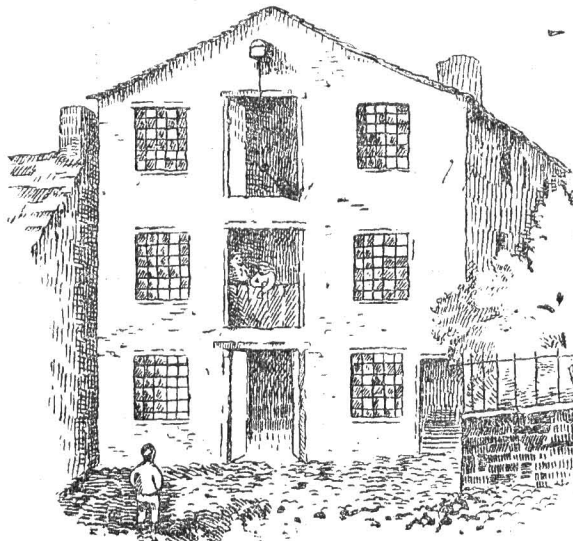
Wenn es auch in den letzten Jahren gelungen ist die Nominallöhne nennenswert zu steigern, auch die Lohnunterschiede zwischen ungelernten und gelernten Arbeitern zu Gunsten der ersteren zu verbessern, dann ist es trotzdem nicht möglich gewesen die Realkaufkraft der Löhne den voraussetzenden Warenpreisen anzugleichen. Mit welchem Eifer industrielle Kreise bemüht bleiben, gerade den Nachweis zu führen, daß die reale Kaufkraft der Löhne weit über die Steigerung der Preise hinaus gediehen sei, beweist ein Ereignis aus jüngster Zeit. Der Essener Bergbauverein hat in seinem Jahresbericht für 1929 eine sehr eigentümliche Methode

gehandhabt um zu errechnen, daß die heutigen realen Löhne bereits über dem Friedensreallohn liegen. „Der Deutsche“ hat diese Methode entsprechend gegeistelt. Bei all diesen Berechnungen aber, soweit sie in der Öffentlichkeit diskutiert werden, ist festzustellen, daß sie wenig oder gar keine Rücksicht auf die gesteigerte Arbeitsintensivität nehmen und ebenso wenig Rücksicht nehmen auf die Leistungssteigerungen infolge technischer Neuerungen und der Rationalisierung. Nicht nur der reale Lohn ist Mittelpunkt heftiger Auseinandersetzungen, sondern auch die nominale Lohnhöhe steht im Brennpunkt des Meinungsstreites. Selbst aus Reihen der Gewerkschaften werden Stimmen laut, die zu Bedenken Anlaß geben. Der Fall des Stahlwerks Becker ist noch nicht abgeklungen. Die Notlage der Arbeiterbevölkerung am Standort des Werkes mag das Verhalten der Fesegschaft bzw. der beteiligten Verbände erklären, man darf doch nicht übersehen, daß das Unternehmertum und die Unternehmerpresse mit seltener Befriedigung die Vorgänge registrierten und wie es scheint, macht das Vorbild Schüle. Zu verweisen ist auf die in Essen begonnenen Verhandlungen wegen der Erneuerung der Tarifverträge in der Metallgruppe Nordwest sowie in der sächsischen Metallindustrie. Auch muß in dem Zusammenhang an das Vorgehen des Mansfelder Bergbaues erinnert werden. Zu befürchten ist, daß durch die angedeuteten Meinungen und Auseinandersetzungen bezüglich der Neugestaltung der Löhne in diesem Jahre größere Schwierigkeiten entstehen. Gewiß ist, daß das interessierte Unternehmertum mit allen Mitteln seine Interessen zu wahren versuchen wird.

Wenn infolgedessen die Aussichten auf weitere nominale Erhöhungen der Löhne schwierig erscheinen, dann ist mit um so größerem Nachdruck eine Verbesserung der realen Kaufkraft des Lohnes anzustreben. Damit kommen wir zur Frage des Warenpreises. Es wurde schon wiederholt darauf aufmerksam gemacht, daß Lohn und Preis schon lange nicht mehr in einem erträglichen Verhältnis zueinander stehen. Die Parole Preisabbau hat bisher nicht gezündet, hat nicht das Echo gefunden, welches berechtigt

wäre. Man beobachte einmal die Bewegung der Warenpreise und man stellt fest, daß die sogenannten freien Warenpreise, wenn auch zögernd, der sinkenden Tendenz folgten, während umgekehrt die gebundenen Warenpreise, d. h. die durch Konventionen und Kartelle gestützten Preise, kaum oder gar nicht auf die allgemeine Tendenz reagierten. Preisregulierende Kräfte besitzen lange noch nicht den genügend großen Einfluß auf die Gestaltung der Marktpreise und darum müssen wir im Hinblick auf die eben kritisierten Erscheinungen von uns aus die Einrichtungen unterstützen, die als Preisregulatoren bisher schon erfolgreich wirksam waren.

Es ist nicht das erstemal, daß wir als Gewerkschaften auf die besondere Kräftegruppierung in der Arbeiterbewegung hingewiesen haben. Neben den Gewerkschaften, als der Interessensvertretung der Arbeiterschaft, bestehen wirtschaftliche Unternehmungen, die aus der Arbeiterbewe-



Der erste Laden der Rochdaler Pioniergenossenschaft.

## Die Gewerkschaften:

**Die Löhne richten sich nach der Kraft der Arbeiter-Verbände; deshalb bin ich Gewerkschaftler**

## Immer Sinn:

**Die Preise richten sich nach der Kraft der Verbraucher-Verbände; deshalb bin ich Genossenschaftler**

gung hervorgegangen sind, die Konsumgenossenschaften. Die enge Verbundenheit, die gegenseitige Ergänzung der Aufgaben zwischen Gewerkschaften und Konsumvereinen müssen wiederum stärker herausgestellt werden und es müssen gemeinsam die Kräfte eingesetzt werden, die die Sicherung der Lebenslage des Arbeiterstandes gewährleisten können. Wenn es vornehmlich Aufgabe der Gewerkschaft ist, die Regelung der Löhne herbeizuführen und ein Absinken derselben zu verhindern, dann hat die Genossenschaft die Aufgabe, ein Abgleiten der realen Kaufkraft des Lohnes zu verhindern. Es gibt kein Arbeiter, der nicht danach strebt, daß sein Lohn möglichst hoch bemessen ist. Dieses Ziel kann nur mittels Zusammenfassung der Kräfte erreicht werden. Den Ausschlag für die Lebenshaltung gibt aber letzten Endes die Kaufkraft des Lohnes.

Lohnerhöhungen verlieren an Bedeutung, wenn nicht eine Sicherung der Kaufkraft damit verbunden ist. Wenn wir also Lohn-

erhöhung wollen, müssen wir auch Preisicherung und eine Erhöhung der Kaufkraft wollen. Wir müssen das im Hinblick auf bevorstehende Erschwernisse mehr wie jemals. Die möglichste Sicherung und Erhöhung der Kaufkraft kann aber nur durch den Zusammenschluß der Verbraucher macht in den Konsumgenossenschaften erreicht werden. Darüber hinaus haben die Genossenschaften auch erzieherische Aufgaben zu lösen. Die heutigen kapitalistisch orientierte und befehlte Wirtschaft, die als Motor nur den Profit kennt, lenkt den Verbrauch vielfach in Bahnen, die schädlich und verderblich sind. Die Art des Verbrauchs bzw. die Art der Lohnverwendung für Lebensbedürfnisse ist mit entscheidend für die Lage der Arbeitnehmerschichten. Hier liegt eine große gemeinsame Aufgabe unserer Gewerkschaftsbewegung und der Genossenschaftsbewegung.

Verstärktes Freieinandertreten und gemeinsames Fühlen und Handeln zwischen Gewerkschaften und Konsumgenossenschaften ist darum notwendig. In der Zusammenfassung der Kräfte, in dem allgemeinen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Einfluß der Gewerkschaften und Verbraucherbewegung liegt ihre große Bedeutung, liegt auch ihr großer Vorteil. Weil die Gemeinsamkeit der Interessen zwischen Gewerkschaften und Konsumvereinen auf den verschiedensten Gebieten besteht und sichtbar zutage treten, müssen beide Bewegungen zusammenstehen und einander fördern. Die Genossenschaften können den Massen der Arbeiter nicht plötzlich Wohlstand und Besitz vermitteln, aber sie heben sie doch langsam und sicher technisch, geschäftlich und sozial empor. Beide zusammen bilden ein wichtiges staatserkhaltendes Element, das ausschließlich dem sozialen Fortschritt dient und eine große Zukunft hat. Die Gewerkschaftsbewegung erfüllt notwendige Funktionen im Wirtschaftsleben. Ohne den Schutz starker Berufsverbände wäre die Arbeiterschaft der Willkür und der Profitgier der Wirtschaftsgewalten schutzlos überantwortet. Ihre Existenzberechtigung hat die Gewerkschaftsbewegung in jahrzehntelanger harter Arbeit bis zur Evidenz bewiesen. Ebenso notwendig aber sind die Funktionen der Konsumvereine. Dem Regulator Gewerkschaft auf dem Arbeitsmarkt muß der Regulator Konsumgenossenschaft auf dem Warenmarkt zur Seite stehen. Fehlt der letztere, dann gelingt die Sicherung der Kaufkraft des Lohnes nur unvollständig.

Wenn die Konsumgenossenschaften in dieser Linie der Lohnsicherung wirken, unterstützen und fördern sie die Bestrebung der Gewerkschaften, die Arbeiterschaft materiell und geistig zu heben und sie helfen so am Aufstieg des Arbeiterstandes.

# Die Wirtschaftskraft der Konsumvereine.

Gegenüber der Protestbewegung der Konsumgenossenschaften wegen der Ausnahmesummesteuer wird seitens der Einzelhändler oftmals ausgesprochen und betont, die Konsumvereine in ihrer heutigen Gestalt seien nicht daseinsberechtigt. Sie verweisen hierbei auf die Gründungsperiode der Konsumgenossenschaften. Sie sagen, dieselben seien damals gegründet worden als Selbsthilfeorganisation aus dem zeitlich gegebenen Notstande heraus. Heute dagegen seien bei der fortwährenden Erstarkung der Konsumgenossenschaften diese weit über ihr Ursprungsaufgabengebiet hinausgewachsen. Man scheut sich sogar nicht, den Konsumgenossenschaften großkapitalistische Tendenzen anzudichten, um mit dem Wunsche nach rücksichtsloser Ausnahmebesteuerung besser durchdringen zu können.

Diese Einstellung der Konsumgenossenschaftsgegner ist um deswillen falsch, weil die Konsumgenossenschaften ein Teil der großen sozialen Bewegung sind, deren sich die minderbemittelten Volksschichten bedienen müssen, um zu der ihnen gebührenden Stellung in der Wirtschaft und im Volksleben zu kommen. Der vorhin genannte falsche Vorwurf gegenüber den Konsumgenossenschaften ist ja auch um so eigentümlicher, als alle anderen Stände ihre eigenen Genossenschaften fortbauend weiter ausbauen und stärken.

Wenn in der Gründungsperiode der Konsumgenossenschaften die Tagesaufgabe das Nächstliegende war, so ist dieses auch verständlich. Die junge Organisation konnte mit den nur spärlich vorhandenen Erfahrungen und den geringen Mitteln ihr Aufgabengebiet nicht allzweit umreißen. Es muß aber auch darauf hingewiesen werden, daß beispielsweise seit 1900 in unserer gesamten Wirtschaft derartig große Veränderungen vorgekommen sind, daß man die von den Konsumgenossenschaften gestellten Aufgaben heute

grundsätzlich anders beurteilen muß als vor 30 oder 50 Jahren. Wo man in der Wirtschaft nur hinschaut, stellen wir das allerstärkste Streben zur Konzentration der Kräfte fest. Man braucht dieser feststehenden Tatsache gegenüber keine Beweise anzuführen.

Gleichzeitig mit dieser Kräftesammlung sehen wir die weit vorgeschrittene Rationalisierung auf allen Gebieten gewerblichen Schaffens. Wenn, um nur ein Beispiel herauszugreifen, heute die Konzentration soweit vorgeschritten ist, daß man von der Erfassung einer Warengruppe vom Rohstoff bis zur Festsetzung des Kleinverkaufspreises für das Endprodukt sprechen darf, dann ist gleichzeitig mit dieser angedeuteten Entwicklung auch die ungeheure Gefahr für die unteren Volksschichten umschrieben. In dieser Zusammenfassung liegt die Tatsache begründet, daß die Herrschenden in einer solchen Vereinigung Gewalt haben über die Arbeitskraft und gleichzeitig über die Konsumkraft der in diesen Gewerben beschäftigten Menschen. Darüber hinaus aber die Konsumkraft derjenigen beherrschen, welche zwar die Waren kaufen, aber nicht in den Unternehmungen beschäftigt sind.

Es ist das gute Recht der unteren Volksschichten, beide Kräfte, sowohl die Arbeitskraft als auch ihre Konsumkraft durch die Selbsthilfeorganisation für sich selbst nutzbringend in Ansatz zu setzen.

Gegenüber denen, die selbst alles tun, um sich in ihrer Berufs- oder Erwerbsgruppe zu einigen, die darüber hinaus jedes Mittel anwenden, um jede Kraft, die ihnen in ihrem Interesse nützlich erscheint, zu sammeln, muß eindringlichst darauf hingewiesen werden, daß ihr Bestreben, die unteren Volksschichten uneinig zu halten, von den Letzteren als eine große Gefahr erkannt werden muß. Die unteren Volksschichten, insbesondere aber alle Arbeitnehmer, sollten

jede Kraft, die von ihnen ausgelöst werden kann, auch in ihrem Interesse arbeiten lassen. Insbesondere ihre Konsumkraft in den Konsumgenossenschaften. Mit dem Zusammenschluß in den Konsumgenossenschaften werden sie umgestaltend in die Wirtschaftsentwicklung eingreifen können. Beweise dafür, daß dies keine leeren Redereien, sondern reale Möglichkeiten sind, liegen in der Tatsache, daß die Konsumgenossenschaftsbewegung als starker Wirtschaftsfaktor bis jetzt sich entwickeln konnte.

Über die Stärke der Konsumgenossenschaftsbewegung gibt die Statistik, abschließend für das Jahr 1928 sehr gute Auskunft. Wir sehen dort, bis zu welchem Stande die Entwicklung der Konsumgenossenschaftsbewegung vorgeschritten ist. Bedenkt man, daß mit der Geschäftsanteilsbeteiligung des einzelnen Mitgliedes, also mit verhältnismäßig kleinen Beträgen dies alles erzielt wurde, so dürfte darin wiederum die Ermunterung für diejenigen liegen, in der Konsumgenossenschaftsbewegung mitzuarbeiten, die bisher noch abseits gestanden haben.

Aus nachstehender Tabelle ergibt sich der Stand der in den beiden in Deutschland bestehenden Verbänden erfaßten Konsumgenossenschaften:

	Reichsverband deutscher Konsumvereine	Zentralverband deutscher Konsumvereine
1. Zahl der Genossenschaften	264	1 051
2. Zahl der Mitglieder dieser Genossenschaften	810 519	2 803 252
3. Zahl der Verteilungsstellen	2 212	9 605
4. Umsatz der Genossenschaften im Geschäftsjahre	201 832 096	1 045 962 404
5. Davon aus der Eigenproduktion der Genossenschaften	27 491 228	302 516 903
6. Umsatz der Einkaufszentralen:		
„Gepag“	72 535 915	
„GEG“		444 371 664
7. Geschäftsguthaben	7 540 645	48 067 289
8. Spareinlagen	32 092 680	252 449 894
9. Reserven	3 977 272	48 586 668
10. Zahl der beschäftigten Personen	8 699	49 724

Es sei insbesondere bei vorstehender Tabelle auf die Umsatzziffern sowohl auf die Gesamtumsatzziffern als auch auf die Eigenproduk-

tion der Genossenschaften und den Umsatz der beiden Einkaufszentralen hingewiesen, desgleichen auf die Geschäftsguthaben, die Reserven und die Zahlen der beschäftigten Personen.

In der Summe der Spareinlagen zeigt sich das ungeheuer große Vertrauen der Mitglieder der Konsumgenossenschaften zu ihrem eigenen Unternehmen.

Die Eigenproduktion der Großeinkaufszentrale und Produktions-A.-G. deutscher Konsumvereine, gekürzt „Gepag“ hatte eine Eigenproduktion im Jahre 1928 von 10 388 753 RM. Die „GEG“ Hamburger Richtung 104 720 506 RM, beide zusammen also eine Eigenproduktion von 115 109 259 RM. Es kommt noch hinzu die Eigenproduktion der Einzelgenossenschaften im Betrage von 330 008 131 RM. Damit sind insgesamt 36,3 Prozent des Gesamtumsatzes durch die Eigenproduktion der Einzelgenossenschaften und der großen Produktionszentralen bewältigt worden. Innerhalb des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine bestanden im Jahre 1928 produktive Betriebe 59 und zwar:

27 Bäckereien, 12 Mehlereien, 6 Kaffeeröstereien, 2 Schrotmühlen, 2 Teigwarenfabriken, 1 Druckerei, 1 Schuhmacherei, 1 Schokoladenfabrik, 1 Sauerkrautfabrik, 1 Maßschneiderei, 1 Konditorei, 2 Seltersfabriken, 1 Eisennägelfabrik und 1 Destillerie.

Bemerkenswert ist, daß in den Betrieben der Genossenschaften des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine und der „Gepag“, welche für uns als christliche Arbeitnehmer in Frage kommen, 8699 Personen beschäftigt sind.

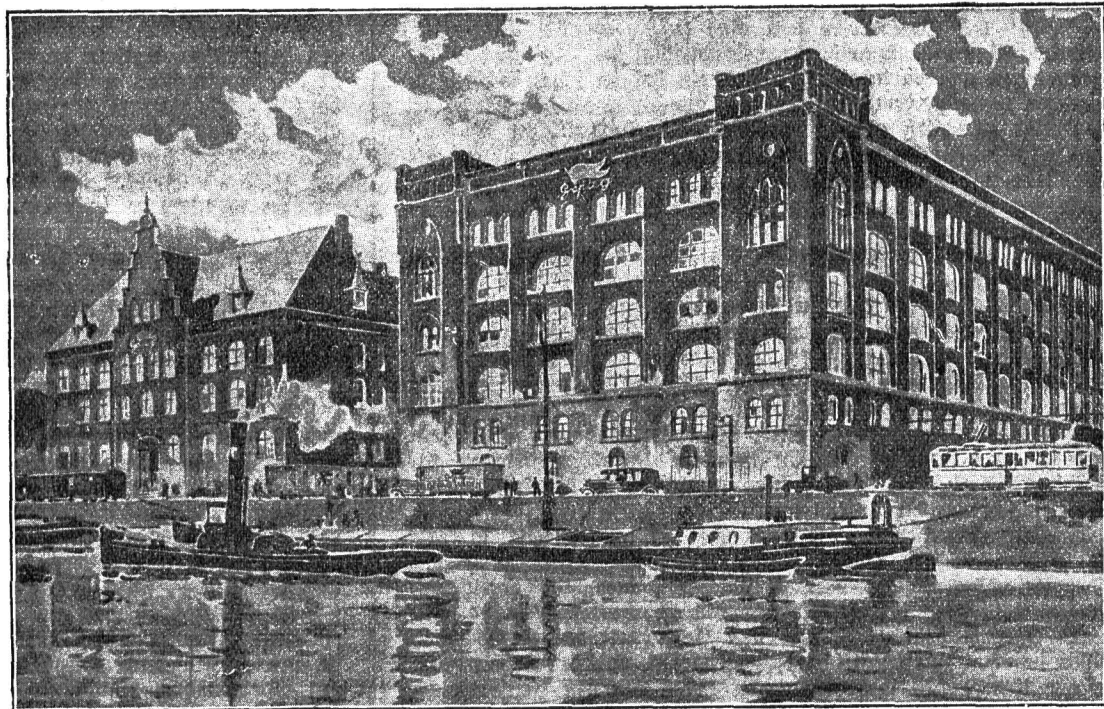
Vorstehende Übersicht läßt deutlich erkennen, welche Macht durch die minderbemittelten Volksschichten ausgelöst werden kann, wenn sie ihre Konsumkraft systematisch zusammenfassen. Es wäre nur zu wünschen, daß insbesondere die breiten Arbeitnehmerschichten diese Möglichkeiten besser erkennen und ausnützen würden. Die oft hier oder da geübte Rücksicht des einen oder anderen schlägt nur zum Schaden der gesamten Verbraucherkreise aus.

Rücksichten sind in unserer Wirtschaftsentwicklung nicht am Platze. Sie sind insbesondere deshalb nicht am Platze, weil andere Volksschichten aus dem Zusammenschluß in jedweder Form ihren Nutzen ziehen. Auch für uns ist es am besten, in dieser Weise konsequent zu handeln und die uns innewohnenden Kräfte durch den Zusammenschluß auch als Mitglied in der Konsumgenossenschaft stoßkräftig in unserem Interesse zu machen.

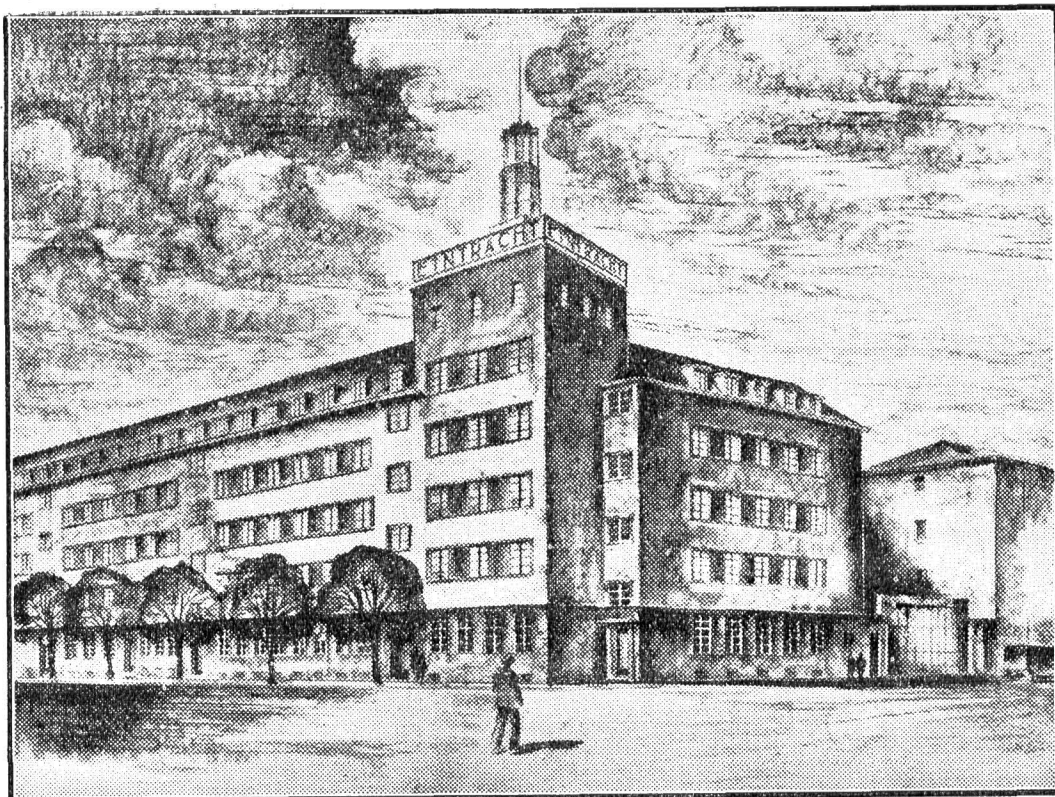
Peter Kieners.

Ein Bündel Pfeile reichte der Vater den Söhnen, und sie mühten sich vergebens, es zu zerbrechen. Und der Vater löste das Band und reichte die Pfeile einzeln den Söhnen. Da zersplitterten sie in der Jünglinge Hand. Was dünkt euch von dieser Fabel und ihrer Lehre? Schließt euch zusammen, und die Not des Lebens rüttelt umsonst an euren Türen!

Rheinbreitbach, im Juli 1921.  
Rudolf Herzog.



Verwaltungsgebäude der „Gepag“.  
„Gepag“ ist die Großeinkaufs- und Produktions-A.-G. des Reichsverbandes Deutscher Konsumvereine.



Unsere größte Konsumgenossenschaft am Rhein „Eintracht“, Köln-Mülheim.

## Entproletarisierung durch Mitbesitz.

Der Weg zur vollkommensten Wirtschaftsordnung kann nur über die Genossenschaftsbewegung führen.

Köln, August 1921.

Karl Jansen.

Proletarier ist nach einer landläufigen Meinung derjenige, der an der äußersten Grenze des physischen und sittlichen Daseins lebt und selbst nicht mehr die Kraft aufbringt, sich aus einer solchen sittlichen und wirtschaftlichen Verjümpfung zu befreien. Kettler, der große soziale Bischof, erblickte im Proletarier das Erzeugnis der Auflösung der alten Ordnung. Zum Proletarier wird nach ihm der Mensch, der weder Heimat noch Familie hat, den also weder Bande des Blutes noch des Willens mit den Seinigen, mit seiner Scholle verbinden. Auch neuere Sozialethiker sprechen sich ähnlich aus, wenn sie sagen: daß Proletarier sein eine gesellschaftliche Klassierung bedeute, daß es aber auch ein Lebensgefühl sei. Weltanschauliche Strömungen und parteipolitische Doktrin hat in jahrzehntelangem Bemühen versucht, dem Arbeiter ins Bewußtsein zu hämmern, daß er Prolet sei. „Laß allen lächerlichen, kleinbürgerlichen Spießerdünnkel fallen . . . Du bist, Du bist Proletarier!“ schrieb kürzlich der Vorwärts und damit kennzeichneten wir bereits den politischen Kreis, der mit Absicht und Bedacht den Begriff des Proletarischen dem Bürgerlichen entgegensetzt. Und trotzdem gelang es auch diesen Propheten nicht, die Sehnsucht der Massen nach weiterem Aufstieg, ihr Verlangen und ihre Forderung nach „bürgerlicher“ Wohlhabenheit und Existenzsicherheit zu ertönen. Ein großer, vielleicht der größte Teil der Lohnempfänger, lehnt die Gleichung: Lohnarbeiter — Proletarier ab. Höchstens jene kämpfen unentwegt für den Begriff, für dieses Lebensgefühl, die keine „Chancen“ des Aufstiegs in andere Gesellschaftsschichten haben. Entproletarisierung erscheint nach Theodor Brauer daher unter dem vorbezeichneten Blickpunkt nur in zwei Formen möglich: entweder Verallgemeinerung der Aufstiegchancen, oder Überwindung der Erbllichkeit des Lohnarbeitsverhältnisses von der Wurzel aus.

Ist Entproletarisierung der einen oder der anderen Art, so fragt Th. Brauer in der Schrift „Konsumgenossenschaftsbewegung und Entproletarisierung der breiten Schichten“, tatsächlich erreichbar? Verallgemeinerung der Aufstiegchancen ist theoretisch in verschiedenen Formen denkbar. Dauer und Erbllichkeit des Lohnverhältnisses beruhen, wirtschaftlich gesehen, darauf, daß der Lohnarbeiter in der Regel nicht mehr verdienen kann, als den Konsumfonds, das heißt das, was er zur Erhaltung und Fortpflanzung des Lebens unter allen Umständen benötigt. Lassen sich nun außerhalb des Lohnneinkommens gelegene Einkommensquellen für ihn schaffen?

Ja, durch Mitbesitz an den Produktionsmitteln. Dieser Mitbesitz ist z. B. dadurch zu schaffen, daß den Arbeitern einer Aktiengesellschaft von Anfang an bestimmte Teile der Aktien gesichert werden. Pläne dieser Art sind während der Revolutionszeit von den verschiedensten Seiten aufgetaucht. Über ihre Zweckmäßigkeit läßt sich streiten. Wer grundsätzlich den Standpunkt vertritt, daß die arbeitenden Schichten, die doch den Anspruch erheben, Wirtschaft und Gesellschaft erneuern zu wollen, sich aus eigener Kraft emporzuschwingen müssen, der wird solchen Plänen keinen Geschmack abgewinnen. Ist es nicht ihr Wesen, daß sie eine Wirtschaftsdemokratie mit künstlichen Mitteln herbeiführen wollen? Die Vertreter des Selbsthilfegedankens werben demgegenüber vielfach für den Plan, die Arbeiterchaft zum Sparen anzuregen und mit den Ersparnissen, die z. B. durch Gewerkschaften oder Volksbanken zentral gesammelt wurden, sich allmählich einen immer größeren Teil der Aktien und sonstigen Effekten der Gesellschaftsunternehmungen zu erwerben. Es ist nicht zu leugnen, daß in Deutschland derartige Pläne zunehmend an Anhängern gewinnen. In den Vereinigten Staaten von Amerika kann man schon auf recht ansehnliche Erfolge ähnlicher Bemühungen verweisen. Was ist die Wirkung solchen Vorgehens? Ohne Zweifel wird dadurch die Dauer und Erbllichkeit des Lohnarbeitsverhältnisses und dessen Reproduktion in starkem Maße erschüttert. Indes taucht damit zugleich eine neue Gefahr auf: diejenige, daß wir dann das Problem eines fünften Standes erhalten, gebildet durch die Schicht aller jener, die nicht mitkommen und einfach nicht mitkommen können, weil es die Struktur unserer auf Konjunktur eingestellten Wirtschaftsverfassung nicht gestattet. Die Wirkung wäre somit zwar eine Einschränkung des proletarischen Problems in seinem Bereich, von einer allgemeinen Entproletarisierung aber könnte keine Rede sein. Und zu guter Letzt bleibt ja auch hier bestehen, daß die Wirtschaftsdemokratie mit äußeren Mitteln nicht, wenigstens nicht allein, herbeizuführen ist. Sie ist ein Problem, das nur „endogen“, d. h. von der Arbeit, der Arbeitsbestätigung und der Wirtschaftsverfassung selber zu lösen ist. Mit ganz anderen Ansprüchen tritt die Genossenschaftsbewegung auf. Insbesondere die Konsumgenossenschaft. Sie will nicht künstlich eine Wirtschaftsdemokratie schaffen, sondern in natürlicher, organisch, d. h. von unten nach oben aufbauender Weise. Es ist darum nicht vermessend, wenn wir die Behauptung aufstellen: Die

Konsumgenossenschaftsbewegung erstrebt nicht nur eine Entproletarisierung von der Wurzel aus, sondern sie leistet sie tatsächlich.

In der privatkapitalistischen Wirtschaft wird die breite Masse der Arbeitnehmer selten zu Wohlstand und Besitz gelangen. Besitz — Vermögen bildet sich vorwiegend in der Hand der Inhaber der Produktionsmittel. Wir aber wollen eine gerechtere Anteilnahme am Ertrag der Arbeit, wollen, daß Besitz nicht nur Vorrecht einer unverhältnismäßig kleinen Schicht von Menschen sei. Privatbesitz der Einzelmenschen lehnen wir nicht ab, fordern nur die Möglichkeit, daß solcher errungen werden kann auch von dem, der Arbeit leistet. Weil aber eine Umwandlung des herrschenden Wirtschaftssystems so bald nicht gelingen wird, höchstens als Frucht einer langen Entwicklung der späteren Menschheit zufallen kann, haben wir als Arbeitnehmer mit vorhandenen Mitteln zu versuchen, der Besitzlosigkeit abzuweichen. Da hat Brauer recht, wenn er die Konsumgenossenschaft als Mittel dazu bezeichnet und durch sie die Entproletarisierung fördern will. Für denjenigen, der seine Arbeitskraft in den Dienst der Genossenschaft stellt, wird der Anteil am Ertrag der Wirtschaft verhältnismäßig größer sein. Die Zahl der beschäftigten Personen ist aus diesem Grunde nicht unbeachtlich. Für die Genossenschaftler als Verbraucher aber sind die durch die Konsumgenossenschaften gebotenen Vorteile eine ständige Quelle von Sparmöglichkeiten, insfolgedessen ein Mittel, um zu persönlichem Besitz zu gelangen. Vorab gilt darum unsere Kraft dem Ziele: Mitbesitz und Mitverantwortung in der Wirtschaft durch die Konsumgenossenschaften.

Gewiß lassen wir andere wichtige Teile der Gesamtfrage nicht aus dem Auge. Arbeitnehmereinfluß in den kapitalgewaltigen Wirtschaftsgewilden der Neuzeit, in den Konzernen, Trusts und Kartellen ist jedoch vorläufig sehr problematisch. Diesen Einfluß herbeizuführen und sicherzustellen wird Aufgabe der Gesetzgebung sein. Wann sie gelöst wird, steht dahin. Aber in der Konsumgenossenschaftsbewegung ist die Gelegenheit zu praktischer Tat schon jetzt vorhanden. Auch wenn die Gegner — ihrer sind gewiß nicht wenige — noch so sehr Hemmungen und Schwierigkeiten verursachen. Unser Streben nach genossenschaftlichem Mitbesitz und korporativer Mitbestimmung in der Wirtschaft, um mit zulässigen Mitteln einen größtmöglichen Anteil am Volksvermögen zu erlangen, ist ein Recht, das jedem deutschen Staatsbürger zusteht. Dieses Streben wird zum Erfolg führen, wenn der Zusammenschluß der Verbraucher trotz aller Widerstände umfassend gelingt.

Die Geburtsstunde des gleichberechtigten Arbeitnehmerstandes wird erst dann schlagen, wenn die wirtschaftliche Macht so stark ist, daß nur mit der Arbeiterschaft Richtung und Ziel der Wirtschaft bestimmt werden kann. Diese Macht, diese Stärke herbeizuführen ist unsere Aufgabe.

## Führende Arbeiter-Politiker über die Konsumgenossenschaften.

Franz Behrens, Mitglied des Reichstages: Das Genossenschaftswesen und die gemeinnützigen Gesellschaften haben sich in der deutschen Volkswirtschaft eine beachtenswerte Stellung erworben. Sie wirkten nicht nur preisregulierend, sondern sie haben auch in unserem Volke sehr wesentlich zum Verständnis wirtschaftlicher Notwendigkeiten und Möglichkeiten beigetragen. Sie sind dadurch zu einem wichtigen Faktor in der Volkswirtschaft und im Volksleben geworden. Es ist zweifelsohne, daß die Genossenschaften in Gegenwart und in Zukunft unentbehrliche Bestandteile des deutschen

## Verbandsnachrichten.

### Bekanntmachung des Vorstandes.

Der 22. Wochenbeitrag ist für die Zeit vom 25. bis 31. Mai 1930 fällig.

Volkswirtschaft sind, deren Förderung im vaterländischen Interesse liegt.

Joh. Giesberts, Mitglied des Reichstages: Die gewaltigste aber für die Macht des Zusammenschlusses gibt uns in der Gegenwart die gigantische Entwicklung der Wirtschaft mit ihrer Zentralisierung, Syndizierung, Vertrustung und Versuchen zur Monopolisierung ganzer Wirtschaftszweige. Wenn die arbeitende Bevölkerung gegenüber dieser Entwicklung mit ihren vitalsten Lebensinteressen nicht völlig ins Hintertreffen geraten soll, so ist neben der gewerkschaftlichen Tätigkeit die Ausnutzung der Konsum- und Kaufkraft durch die genossenschaftliche Selbsthilfe das wichtigste Gebot zur Stunde. Möchten besonders unsere christlichen Arbeiter und Angestellten in dieser ersten Zeit erkennen, daß Solidarität und Zusammenhalt im Genossenschaftswesen unter Zurückstellung aller kleinlichen Interessen das Gebot der Stunde ist.

Jos. Joos, Mitglied des Reichstages: Wir wissen, daß in der rein kapitalistisch betriebenen Wirtschaft Produktion wie Verbrauch in steter Gefahr sind, eine falsche Richtung zu nehmen und ebenso lebenshemmend wie lebensfördernd zu werden. Solange die Massen der Verbraucher gedankenlos konsumieren, bestimmen die Besitzer der Produktionsmittel die Richtung der Produktion, und die Besitzer der Vermittler der Ware die Verbrauchsrichtung. Die Last und der Unjagen aber einer mangelnden wirtschaftlichen und sittlichen Ordnung wuchtet einseitig auf den Massen der unselbständigen Lohn- und Gehaltsempfänger und Verbraucher.

Unter den vielen theoretischen und praktischen Vorschlägen, die zu neuen Ordnungsgrundlagen in Produktion und Konsum hinführen sollen, zeigt sich ein gangbarer Weg in den Konsumgenossenschaften. In dem Maße, wie die breiten Massen der Verbraucher ihre eigene Lage inmitten der heutigen wirtschaftlichen Zustände begriffen haben, werden sie sich der Konsumgenossenschaft zuwenden und in ihr und mit ihr den Übergang zu einer höheren wirtschaftlichen Ordnung im Sinne der Gemeinschaft vollziehen. Die Genossenschaften werden Träger und Garant einer solchen höheren Ordnung sein können.

Franz Rieseher, Mitglied des Reichstages: Nicht fremde Hilfe, auch nicht Staatshilfe allein bringt der Arbeiterschaft den Aufstieg, mehr noch als früher muß die christliche Arbeiterschaft die Erkenntnis gewinnen, daß nur die praktische Anwendung des Selbsthilfegedankens ihr die Möglichkeit gibt, auch in der Wirtschaft den ihr gebührenden Einfluß sich zu verschaffen. Eines der wirksamsten Mittel dazu ist unstreitig die Genossenschaftsbewegung, die, gleichzeitig in der Produktion und im Verbrauch angewandt, dem Arbeiterstand die Gleichberechtigung und Gleichwertung neben den übrigen Ständen sichert.

Dr. h. c. Ad. Stegerwald, Reichsarbeitsminister: Die Grundlagen aller Genossenschaftsarbeit sind Gemeinschaftsgefühl und Gemeinschaftswille. Der Erfolg des genossenschaftlichen Wirkens ist bedingt durch das gegebene Maß dieser Eigenschaften. Die Erziehung zum Gemeinfinn aber wird immer die Aufgabe von Führern sein, die gläubig, tatkräftig und opferbereit vorleben, was sie von anderen erwarten. Erfolg und Mißerfolg auch in der Genossenschaftsbewegung sind in starkem Maße der Ausdruck vorhandener Führerqualitäten.

## Wertreklame — ein Attentat auf den Arbeitslohn.

Ein wirtschaftlicher Unsinn ist es, der sehr bald gründlich ausgerottet werden sollte. Es handelt sich um das Zugabewesen, oder wie man es neuerlich großzügig benennt, um die „Wertreklame“.

Ein Ansaß war immer schon vorhanden. Er bestand in der Tüte Bonbons für die Kinder. Was aber ist aus diesem harmlosen Brauch im Laufe der letzten Jahre in rasendem Wachstum geworden? Es gibt eine ganze Reihe von täglichen Gebrauchsartikeln, bei deren jedesmaligem Ersehen der Käufer eine nicht unbedeutliche „Zugabe“

erhält. Man verteilt Gutscheine, an deren Sammelende ein vollständiges Kaffeeporzellan, Taschen- oder Wanduhren, ein Duzend Bestecke usw. stehen. Man läßt im Käuferkreis losen, und als wertvolle Gewinne winken Klubsessel, Teppiche, Kronleuchter. Ein Preisauschreiben jagt das andere, und die Preise bewegen sich in respektabler Höhe. Die größten Unternehmungen haben sich entschlossen, diese üble Ansitte mitzumachen. Die Bonbontüte des Kleinkaufmanns ist zur Hochblüte eines wirtschaftlichen Unsinn geworden.

Die erreichten Ausmaße sind so stark, daß ein eigener Industriezweig sich nur mit der Herstellung von solchen Geschenkartikeln in großzügiger Weise befaßt, der „Schutzverband für Wertreklame“, sind so stark, daß vor einiger Zeit der Reichswirtschaftsrat beschloß, sich eingehend mit dieser Erscheinung in unserm Wirtschaftsleben zu befassen und auseinanderzusetzen. Es war höchste Zeit.

Soviel ist dem einfachsten Verstande klar, daß die Tüte Bonbons am Wochenschluß vielleicht als Zugabe noch gelten konnte, daß jedoch die Übung in heutigen Umfang alles andere als Zugabe darstellt. Vielmehr bedeutet sie einen zwangsmäßigen Nebeneinkauf. Den Preis hat man selbstverständlich gut und ohne Abzug bei der Hauptware miterlegt. In der „Zugabe“ kauft man etwas gegen Willen, vielleicht nie oder beschränkt verwendungsfähig, wahrscheinlich gegen den eigenen Geschmack, sicher ohne eigene Absicht. Häufig erlegt man auch das Geld für den Nebeneinkauf und geht dessen doch verlustig. So, wenn man die Gutscheine nicht bis zum Ende sammelt, so, wenn man bei der Verlosung leer ausgeht. Im letzteren Falle hat man Zwangslotterie gespielt. Sind das nicht widersinnige und unglaubliche Zustände im Wirtschaftsleben eines Kulturvolkes?

„Wertreklame“ ist der schöne, neuerfundene Fachausdruck. Die Bezeichnung als Reklame führt uns an die Wurzel des Übels. Seit Beendigung der Inflation hat die Reklame bei uns alle früheren Vorstellungen weit hinter sich gelassen. Die allgemeine Wirtschaftslage war drückend, das Geld knapp, man hielt mit schärfstem Glas Ausschau nach zahlender Kundschaft. Da kamen als gepriesene Rettungsmittel aus Amerika die Botschaft vom Teilzahlungssystem und die Kunde von der unglaublichen Wirkkraft der Reklame. „Das Geld, das man in Reklame steckt, ist das bestangelegte und kräftigst arbeitende Kapital“, so hieß es, und kundige Fachleute brachten schlagende Beispiele aus den Geschäftsabzschlüssen. Firmen, die zu 20 und mehr Prozent des Verkaufspreises von vornherein als Reklameunkosten einkalkulieren, sind gar nicht selten.

Wir wollen uns über den Wert der Reklame nicht auseinander-

setzen. Sie ist für das große Publikum „zugkräftig“, und die sie zuerst in ungewöhnlichem Ausmaße angewandt haben, haben tatsächlich Riesengewinne damit erzielt. Doch soviel ist klar, daß es sich auch hierbei nur um Konjunkturgewinne gehandelt hat, nämlich insofern, als eben eine Zeitlang einige dem Gros von Geschäftsleuten in der Reklame weit überlegen waren. Sobald der Reklamelärm allgemein ist, gehen die Sonderchancen natürlich verloren, bedeuten die Reklameunkosten auch für die Allgemeinheit der Geschäftsleute nur Verluste. Und dieser Punkt der Entwicklung ist sehr bald gekommen. Daher das neue Mittel der Wertreklame. Aber auch hier ist der Gedanke schnell Allgemeingut geworden, so daß heute auch ihre Werbekraft — ich spreche vom Standpunkt des Geschäftsmannes — sehr gering zu veranschlagen ist. Eine allgemeine Beseitigung würde auch für ihn nur eine fühlbare Erleichterung der Geschäftsführung bedeuten. Der Hauptleidtragende wäre auf dieser Seite nur die „Wertreklame-Industrie“.

Daß die Reklame, die in gegenwärtigem Umfange eine erschreckend hohe Mehrbelastung für den Käufer bedeutet, ist sicher. Die Geschäftswelt, durch ihre vorangegangenen trüben Erfahrungen, hat sich so sehr daran gewöhnt, einen beträchtlichen Risikofaß in die Preise einzukalkulieren. Industrie und Handel arbeiten durchgehend mit viel zu hohen Gewinnen, wie sie früher gar nicht denkbar waren. Diese wurden aber bei Fortfall früherer Risiken, wie es natürlich gewesen wäre, nicht abgebaut, sondern in Reklame umgesetzt. Der einmal gerufene Geist aber gewann dann eine solche Macht, daß er die schon zu hohen Preise noch hinaufstreben konnte. So entstand die bittere Wirklichkeit der Gegenwart.

Nun aber ist es höchste Zeit, daß mit diesen unwürdigen Zuständen gründlich aufgeräumt wird. Unwürdig sind sie deshalb, weil sie die Kauffreiheit der Menschen — doch wohl auch ein staatsbürgerliches Recht — erheblich einschränken. Ich muß kaufen können, was ich will, darf nicht gezwungen sein, einen, für mich dazu noch oft wertlosen, Nebeneinkauf zu tätigen. Unmöglich aber sind solche Zustände deshalb, weil das Geld, die Kaufkraft des einzelnen heute

## Die geheimnisvolle Millimeterzeile.

Es gibt Leute, die sich prinzipiell nicht mit Kleinigkeiten aufhalten.

Mein Freund Emil ist auch so einer. Ein fatales Lächeln umschwebt seine Lippen, wenn ihm beispielsweise der Kellner drei Pfennig auf eine Mark herausgibt. Er verträgt das einfach nicht. Er will davon nichts wissen. Er winkt entweder ab oder läßt die drei Pfennig liegen, wenn es zum Abwinken bereits zu spät war.

Anderer wieder hassen die kleinen Geschichten; sie lesen nur Romane. Je länger, je lieber. Ich kannte einmal eine Dame reiferen Alters, die den Wert des Buches nach dessen Umfang einschätzte. Die Dame hätte niemals eine Novelle oder eine Skizze von dreißig Druckzeilen gelesen, weil sie sich eben nicht mit — — — Kleinigkeiten abgab!

Aber es gibt auch Geschäftsleute, denen Lappalien verhaßt sind. Die Herren Sklarek hätten sich kaum mit einem Objekt befaßt, bei dem nur 1.75 Mark zu verdienen gewesen wäre. Dieser Art Herrschaften fassen aber auch die gute Moral als lächerliche Kleinigkeit auf, über die sich kein Nachdenken verlohnt.

Wir sehen also, daß die Großzügigkeit oft in den merkwürdigsten Formen auftritt.

Da sind doch die Warenhäuser aus ganz anderem Holz geschnitten. Die Warenhäuser sind reell. Und wie! Sie triesen vor Reallität. Und dann sind sie noch etwas. Beliebt nämlich. Weniger bei den Kunden, die das zweifelhaftes Vergnügen hatten, dort ihre Einkäufe zu machen, als bei den großen Tageszeitungen, die allwöchentlich riesengroße, über ganze Seiten hinwegführende Inserate der Warenhäuser veröffentlichten dürfen.

Wenn man diese Rieseninserate liest, muß man ein Vergrößerungsglas zur Hand nehmen. Nicht etwa, weil die fabelhaft billigen Lebensmittelpreise nicht fett gedruckt wären. O nein. Die kann man aus großer Entfernung lesen. Die unwahrscheinlich niedrigen Preise springen einem ja förmlich in die Augen.

Das Vergrößerungsglas braucht man zu einem anderen Zweck. Es gibt nämlich, wenn beispielsweise Tieß inseriert, auf so einer ganzen Seite ein winziges Zeichen, ein niedliches, unscheinbares Millimeterzeilen, das vom Publikum fast gar nicht beachtet wird. Ich bitte Sie, wer gibt sich auch mit Kleinigkeiten ab????

Und um eine Kleinigkeit muß es sich doch handeln, wenn Tieß

Wert darauf legt, diese eine Zeile so „nüchlich“ setzen zu lassen. Allemal.

Aber, meine verehrten Leserinnen und Hausfrauen, es handelt sich um keine Kleinigkeit! Diese Millimeterzeile ist das, was man bei einem Neß die Masche nennt!

Durch diese Masche entschlüpft Herr Tieß seiner Kundschaft, wenn sie ihm, empört, an den Kragen will! Diese Empörung kommt meistens dadurch zustande, daß die augenblicklich billig angezeigten Lebensmittel in dem Augenblick, in dem das Publikum zum Kauf anrückt, „gerade ausverkauft“ oder aber „leider noch nicht eingetroffen“ sind!

Das ist stark, denn man merkt die Absicht und ist verstimmt. Es wurde einem klar, daß man nur herbeigelockt wurde. Also, man ist mit Recht empört. Aber Herr Tieß entwischt der Empörung durch besagte Masche, holt nämlich das Zeitungsbillet hervor und zeigt unschuldig wie ein neugeborenes Kind auf die lächerlich kleine, nicht beachtenswerte (!) Millimeterzeile, die diesen Wortlaut hat: „Verkauf soweit Vorrat; Mengenabgabe vorbehalten!“

Also, verehrte Hausfrauen, das ist doch wahrhaftig ein bißchen zuviel! Im Krieg und während der ihm folgenden Inflationszeit war diese Klausel wohl angebracht. Aber heute, wo es Lebensmittel in einer kaum gekannten Hülle und Fülle gibt — heute sich die „Mengenabgabe“ und den „Verkauf“ „soweit Vorrat!“ vorzubehalten, das ist doch wirklich eine edle Frechheit!

Aber Tieß, der sein Unternehmen stolz und kühn „Das Warenhaus Berlins“ nennt — Tieß tut es. Nicht ohne Grund, wie wir oben gesehen haben! Ein Inserieren, ein marktschreierisches Anpreisen von billigen Waren, die man gar nicht besitzt, oder von denen man nur ein ganz geringes Quantum sein eigen nennt, ist eine Vorspiegelung von Tatsachen, die der Wahrheit zuwiderlaufen. Aber dennoch ist das Publikum machtlos; denn es war großzügig und schenkte der Kleinigkeit von einem Millimeter keine Aufmerksamkeit!!

Dieses schöne „Derzällchen“ stammt aus „Das Magazin der Hausfrau“, Wochenschrift für die Interessen des deutschen Einzelhandels. Wenn zwei Brüder sich zanken, gibt es in der Regel einen lachenden Dritten. Wir wollen aber nicht nur lachen, sondern lernen; denn die obengezeichneten Praktiken gibt es außer bei Tieß noch in vielen anderen Geschäften.

(Aus den Mitteilungen der „Eintracht“, Köln.)

im Durchschnitt so stark gemindert ist, daß man sich ein paarmal überlegen muß, was man denn kaufe. Und da soll man noch einen erheblichen Teil zwangsmäßig anlegen? Deshalb Schluß und weg mit aller übermäßigen Reklame, dafür aber Verminderung des Verkaufspreises um den vollen, eingesparten Betrag. —*ck.*

**U.B.:** Klugheit und Erfahrung lehren, daß die Konsumgenossenschaften die beste Gewähr bieten für die wirksame Bekämpfung des Zugabeunwesens und einer übertriebenen Reklame. Anreißerische Reklame und in Aussicht gestellte Zugaben sollten jeden denkenden Arbeiter veranlassen, solche Geschäfte zu meiden und die Konsumgenossenschaften zu bevorzugen. So helfen wir mit, einem Zeitübel „Wertreklame und Zugabeunwesen“ schnellstens den Garaus zu machen. (D. R.)

## Rundschau.

Diese Ausgabe unseres Verbandsorganes behandelt mit Absicht fast ausschließlich die Konsumgenossenschaftsfrage. Wenn wir uns dazu entschlossen haben in dieser Aufmachung den Genossenschaftsgedanken unseren Mitgliedern wieder einmal näherzubringen, dann hat uns zu unserem Vorgehen veranlaßt die Notwendigkeit, erneut zu zeigen, daß nicht allein die Gewerkschaft, der Berufsverband mit seinem Zielstreben und Erfolgen das einzige Mittel zum Aufstieg des Arbeiterstandes ist, sondern daß den aus unseren Reihen hervorgegangenen wirtschaftlichen Unternehmungen für den erstrebten Aufstieg eine weittragende Bedeutung zukommt. In der Genossenschaftsbewegung ist dieselbe Idee, die uns in der Gewerkschaft bewegt und begeistert, ist die Solidarität lebendig und sicher ist die Mitgliedschaft und Mitarbeit in der Konsumvereinsbewegung Ausdruck gesunden standesbewußten Denkens und Handelns, wie wir es in den Berufsverbänden kennen und pflegen. Nicht nur materielle Vorteile sollen uns der Genossenschaftsbewegung zuführen, vielmehr noch sind die ideellen Gesichtspunkte dabei ausschlaggebend. Doch auch die materiellen Vorteile sind nicht von der Hand zu weisen. Statt sich dem Preisdiktat einer profitwütigen Krämerwelt auszuliefern, ist es besser, in der Konsumgenossenschaft den Lebensbedarf zu decken. Besteht doch bei letzterer die Gewißheit der realen Belieferung bei angemessenen Preisen und außerdem wird durch die weitere Stärkung unserer Eigenunternehmungen deren preisregulierende Wirkung auf den Warenmarkt unterstützt und vertieft. Darum ist jeder überzeugte Gewerkschaftler ebenso überzeugter Genossenschaftler.

**„Der erste Laden der Rochdaler Pioniergenossenschaft.“** Die erste moderne Konsumgenossenschaft, deren geschäftliche und genossenschaftliche Grundsätze entscheidenden Einfluß auf die gesamte nachfolgende Konsumgenossenschaftsbewegung hatten, die auch heute noch fast überall in der Welt in Geltung sind, ist die im Jahre 1844 gegründete Genossenschaft der Redlichen Pioniere von Rochdale. Unser Bild zeigt den ersten Laden dieser Genossenschaft zur Zeit seiner Eröffnung am 21. Dezember 1844. Einige Genossenschaftler hatten sich an diesem Tage heimlich versammelt, um an der Eröffnung ihres eigenen Geschäftes teilzunehmen. In den niedrigen finsternen Räumen des Lagerhauses beratungslastig sie, wer der Verwegene sein sollte, der die Läden öffne und so ihr bescheidenes Unternehmen zur Schau stellen sollte. Der eine scheute sich, die Läden zu öffnen, der andere scheute sich, gesehen zu werden, wenn sie geöffnet wurden. Schließlich riß ein kühner Geselle (nach einer anderen Lesart soll es eine Frau gewesen sein) die Läden auf.

Das war gewiß ein außergewöhnlicher Eröffnungstag der Pioniergenossenschaft, auf den man heute, angesichts der außerordentlichen Erfolge der Konsumgenossenschaften, lächelnd zurückblicken kann.

**Rochdaler Pioniere.** 14 Männer, die in Wirklichkeit den Namen Pioniere verdienen, waren bahnbrechend auf dem Wege der Selbsthilfe, sie waren die Gründer der Konsumgenossenschaft in Rochdale. Sie lebten zur Zeit des aufkommenden Industriesystems, des Kapitalismus, der auch in seinen Anfängen nicht minder brutal und rücksichtslos in seinen Auswirkungen für die breite Masse war, als heute. Die damals entstehende Lohnarbeiterschaft befand sich in der traurigsten und elendesten Lage. Die gemeinen Schimpfworte, mit denen die notarbeitende Klasse gebrandmarkt wurde, das Zurückweisen jeglicher moralischer Verantwortung für die Lage ihrer Arbeiter seitens der Unternehmer, Verbot der Auswanderung, freier Koalition usw. schuf damals unter der entstehenden

Arbeitererschaft ein neues Gefühl der Zusammengehörigkeit, der Solidarität. Aus diesem Gefühl der drückenden Not und des aufeinander Angewiesenseins entstanden die Gewerkschaften und auch die Konsumgenossenschaften.

28 arme Flanellweber aus dem Städtchen Rochdale bei Manchester taten sich zusammen, „um ihre wirtschaftlichen Angelegenheiten in ihre eigenen Hände zu nehmen“. Von dieser in ihren Anfängen unscheinbaren Genossenschaft ist die Saat aufgegangen, die heute gewaltige Konsumgenossenschaftliche Unternehmungen zeitigt hat.

**Moderne Pharisäer!** Das Handwerk fordert Gerechtigkeit — eine Denkschrift, die im Februar dieses Jahres in der Tagespresse veröffentlicht wurde und zu der wir in der Nr. 14 Stellung genommen haben. Die „Konsumgenossenschaftliche Praxis“, das Organ unseres Reichsverbandes Deutscher Konsumvereine, veröffentlicht jetzt eine Zuschrift aus Arbeiterkreisen, die sich mit dieser Denkschrift befaßt. Der Kollege schreibt sehr richtig:

„Das Handwerk fordert Gerechtigkeit.“ Ist dieser Ruf überhaupt berechtigt? Haben Arbeiter aus Übermut, oder nur um das Handwerk oder den Mittelstand zu schädigen die Konsumgenossenschaften gegründet? Oder wurden die Konsumgenossenschaften aus der Not der arbeitenden Klasse geboren?

Haben diejenigen, die da heute so laut nach Gerechtigkeit rufen, nicht selbst zum übergroßen Teil dazu beigetragen, den kaufenden Arbeiter auszubeuten, und wird es heute nicht immer wieder versucht auf alle möglichen Arten?

Irgendwo muß doch der Hase im Pfeffer liegen. Uns will doch wohl keiner glauben machen, daß die große und immer größer werdende Schar der Genossenschaftler nur dieses aus Unkenntnis der Genossenschaft macht. Die Erkenntnis und das Gute der Genossenschaft bricht sich Bahn, denn immer mehr kommt heute auch die Arbeitererschaft zur Einsicht, was ihr not tut.

Die Arbeitererschaft merkt, wo der Weg hinführt. Sie verlangt heute auch als Mensch behandelt zu werden und hat dazu auch ein Recht.

Die Arbeitererschaft wird sich durch solche Sätze, wie „Das Handwerk fordert Gerechtigkeit“ nicht niederzwingen lassen. Diese Art Handwerker und Einzelhändler u. a. sollen erst mal beweisen, daß ihr „Tun“ und „Gebaren“ ehrlich ist, denn auch wir Arbeiter wollen leben. Sobald irgendwo eine Konsumfiliale eröffnet wird, sehen wir ja, daß in allen in der Nähe liegenden Geschäften die Preise mehrere Male reduziert werden, an einem Tage vielleicht zwei- oder mehrmal, wie wir es hier kürzlich erleben konnten. Hat der Arbeiter nicht das Recht, dafür Sorge zu tragen, um so leben zu können, wie es sich für einen anständigen Menschen gehört? Oder darf er nur Sorge tragen, daß der Händler, der Handwerker, der da Gerechtigkeit fordert, lebt?

Wenn in seiner Not der Arbeiter sich in Genossenschaften zusammenschließt zu einer großen Familie, hat er sehr wohl ein Recht darauf. Ist nicht der Gerechtigkeit fordernde Handwerker die Triebkraft dazu gewesen?

Das Handwerk mag bedenken, das Fundament, das aus der Not geboren und das Genossenschaft heißt, steht auf Fels gebaut, und die immer größer werdende Genossenschaftsfamilie wird dafür sorgen, daß die Konsumvereine nicht untergehen. Die Genossenschaft wächst und marschiert.

**So wird daraus — eine steuerliche Begünstigung der Konsumgenossenschaften!** Wer sich nach den Kostproben, die der Konsumvereinsfeindliche Mittelstand von seinem blinden Haß gegen die Konsumgenossenschaften zur Genüge abgelegt hat, in leichtfertiger Weise noch etwas Optimismus bewahrt hat und glaubte, daß nunmehr, nachdem die Konsumgenossenschaften unter ein steuerliches Ausnahmegesetz gestellt sind, wenigstens die Behauptung dieser Mittelstandskreise, die Konsumgenossenschaften seien steuerlich bevorzugt, aufhörten, dem muß gesagt werden, daß er sich schwer täuscht hat.

Man bringt heute das unmögliche Kunststückchen fertig, der staunenden Öffentlichkeit vorzurechnen, daß die Sonderbesteuerung der Konsumgenossenschaften eine neue Bevorzugung in steuerlicher Hinsicht für die Konsumgenossenschaften bedeute! Folgende Milchmädchenrechnung aus dem Kölner „Sokalanzeiger“ vom 4. Mai „beweist“ dies sogar:

„Es zahlen an Umsatzsteuer:

Die Genossenschaft des Einzelhandels (bzw. Großhandel): 85%,  
der Einzelkaufmann: 0,85%, der wettbewerbbende Einzelhandel somit: 1,70%.

Dagegen zählt:

a) Die Konsumgenossenschaft bis 1 Million RM. Umsatz: 0,85%, also 50% weniger als der wettbewerbende Einzelhandel; b) die Konsumgenossenschaft über eine Million RM. Umsatz: 1,35%, also 20% weniger als der wettbewerbende Einzelhandel."

„Diese steuerliche Gegenüberstellung“, so heißt es weiter, „soll beweisen, daß die Konsumgenossenschaftsbewegung kein Recht hat, wegen steuerlicher Belastung an die Verbraucherschaft zu appellieren.“

Die Welt ist wirklich ein Narrenhaus. Da geht die Wirtschaftspartei, die Partei der unzufriedenen Klein Händler usw. hin und belegt die Konsumgenossenschaften mit einer Strafsteuer, um die gefürchtete Konkurrenz abzdrosseln, und nun behaupten dieselben Klein Händler, das sei nichts mehr und nichts weniger als eine neue „steuerliche Bevorzugung!“

Man muß sich wieder einmal wundern, daß sich Leute, die doch wahrscheinlich Anspruch darauf erheben, für voll und ernst genommen zu werden, mit derartigen Rechnungen und Behauptungen an die Öffentlichkeit wagen. Der Klub, der mit solchen Gaunerrechnungen die Öffentlichkeit irrezuführen versucht, ist die „Arbeitsgemeinschaft des Kölner Nahrungsmittel Einzelhandels“, der anmaßend genug ist, sich als „Treuhand der Kölner Bürgerchaft“ zu bezeichnen.

Bis die Ware an den letzten Abgeber gelangt, Einzelhändler oder Konsumgenossenschaft, ist sie für beide in gleichem Maße vorbelastet. In Vergleich zu stellen ist für jeden normalen Menschen selbstverständlich nur die Steuerlast von Einzelhandel und Konsumgenossenschaft, und es kann nur lügnerische Böswilligkeit fertigbringen, angesichts der Sondersteuer für die Konsumgenossenschaften noch von einer Benachteiligung des Privathandels durch eben diese Steuer zu fesseln.

Was wird teurer? Das Finanz- und Agrarprogramm ist nunmehr vom Reichstag verabschiedet. Die wenigsten Verbraucher aber haben sich klar gemacht, daß die Einführung von Schutzzöllen für die Landwirtschaft eine Reihe von Verbrauchsartikeln nicht unwesentlich verteuert. So ist beispielsweise der Eierzoll von 5 auf 30 RM. erhoben, also verdreifacht worden. Wir können in Deutschland vorerst den Bedarf an Eiern nicht im Inland decken, und sind auf Einfuhr angewiesen. So betrug 1929 die Produktion an deutschen Eiern 5 bis 5½ Milliarden Stück, während 3 Milliarden Stück eingeführt werden mußten. Die billigen ausländischen Eier drückten den Preis der deutschen Eier herab. Ihre künstliche Verteuerung durch den sehr hohen Einfuhrzoll, und im Inland durch die erhöhten Futterpreise werden das Ei um etwa 1¼ Pfg. verteuern. Auch die Milch wird teurer werden, wenn nicht durch die Einführung eines Einfuhrzoll von 5 RM. auf Frischmilch die Einfuhr verringert wird. Der Zoll wird also hier entweder die Milch verteuern oder die Einfuhr verringern, also den Verbrauch einschränken. Beides liegt gewiß nicht im Interesse einer Gesundung unserer Ernährungsweise. Endlich werden Brot, Fleisch und Wurstwaren teurer. Teurer werden auch die Futterpreise (durch den Maiszoll insbesondere), was wiederum zur Einschränkung der Viehhaltung seitens der kleineren Landwirte oder zur Verteuerung der Viehprodukte führen wird.

Außerdem gibt der Protest des Reichstagsabgeordneten Schlack, des Verbandsdirektors des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine, im Reichstage gegen die erhöhte Umsatzsteuer für Konsumgenossenschaften zu denken Veranlassung. Da diese Sonderumsatzsteuer neben den großen Warenhäusern ganz besonders die großen Verbraucher selbstschutzorganisationen trifft, und von diesen natürlich in die Preise miteinkalkuliert wird, so wirkt diese Steuer, die von der Wirtschaftspartei in ihrer Kampfstellung gegen die Konsumgenossenschaften gefordert wurde, gegenüber den breiten Verbraucherschaften besonders ungerecht.

Allelei Humor liebt die Deutsche Holzarbeiterzeitung aus dem Text eines von uns herausgegebenen Flugblattes. Wir hatten in demselben mit einigen Sätzen auf unsere weltanschauliche Einstellung hingewiesen. Über diese mit der Deutschen Holzarbeiterzeitung zu streiten ist müßig, weil auf dem Gebiet eine Einigung nicht herbeizuführen ist. Auch wenn sie noch so sehr in „Neutralität“ macht. Denn ihre grundsätzliche Einstellung, die durchaus die Anschauungswelt des Sozialismus ist, die immer wieder offen zutage tritt, ist nicht die unsrige.

Wir gönnen also der Deutschen Holzarbeiterzeitung und ihrem Kreis das Vergnügen, wenn der eine oder andere Satz in unserem Flugblatt zu ihrer Erheiterung beiträgt. Uns genügt, wenn andere, Unorganisierte, unsere Einstellung ernst beachten und ihre Entschlüsse demnach fassen. Wir meinen, es müsse schon um die Stimmung der Deutschen Holzarbeiterzeitung sehr kagenzämmerlich bestellt sein, wenn sie ihrem Humor so Gewalt antun muß, um erheitert zu erscheinen. Wenn man sich zum Lachen zwingt, wird leicht eine Grimasse daraus.

## Berichte aus den Zahlstellen.

Zwiesel. Am Sonntag, den 4. Mai 1930, fand in Zwiesel eine Versammlung unseres Verbandes statt, die allerdings infolge ungünstiger Zeitverhältnisse nicht so besucht war, wie es im Interesse der Sache notwendig gewesen wäre.

Gauleiter Kresse, München sprach über die Lohn- und Arbeitsverhältnisse der Sägewerksarbeiter im Bayerischen Wald und besonders über die letzte Bewegung, die zu einem tariflosen Zustande führte. Die Schuld an den Verhältnissen tragen die Unorganisierten. Heute schon liegt der Lohn in Niederbayern 35 Prozent unter Reichsdurchschnitt. Wenn die Sägewerksarbeiter im Bayerischen Wald sich nicht endlich besinnen, werde man sehen, wo der Karren hinläuft. Es würden bereits wieder 12 und 14 Stunden und noch länger gearbeitet. Überall höre man klagen und jammern über schlechte Zeiten, über die Vernachlässigung des Bayerischen Waldes, aber niemand greife zur Selbsthilfe, die doch die beste sei.

Des weiteren ging Gauleiter Kresse auf die Verhältnisse ein bei der Firma Klöpfer, Sägewerksbetriebsgesellschaft in Passau und schilderte die interessierenden Begleitumstände eingehend. Kresse betonte, wenn die organisierten Kollegen heute wieder im Betriebe sind, sowohl von unserem Verbands, wie auch die Kollegen des Deutschen Holzarbeiterverbandes, so danken sie es einzig und allein nur dem Zentralverband christlicher Holzarbeiter, da nur der letztere etwas unternommen hat, um die Wilden und Unorganisierten aus dem Betriebe zu bringen. Lebhafter Beifall wurde dem Kollegen Kresse für seine sachlichen Ausführungen zuteil.

An der Aussprache beteiligte sich auch der Vorsitzende der Zahlstelle des Deutschen Holzarbeiterverbandes, der betonte, daß er mit den Ausführungen des Kollegen Kresse voll einverstanden sei, allerdings über die Verhältnisse bei der Firma Klöpfer in Passau sei er anders unterrichtet worden. Kollege Seibold aus Passau, der Betriebsratsvorsitzende bei der Firma Klöpfer, bestätigte die Ausführungen von Kollegen Kresse über die Angelegenheit bei der Firma Klöpfer. Die den Kollegen so gewordene Aufklärung war notwendig im Interesse gemeinsamer Arbeit und wurde dankbar anerkannt. Dem gab der Kollege Czernoch am Schluß der Versammlung unter dem Beifall aller Kollegen Ausdruck.

Anzeigenpreis für die vierteljährliche Mitteilungszeitung 30 Pfennig. Stellengesuche und Angebote, sowie Anzeigen der Zahlstellen kosten die Hälfte. Redaktion und Versand befinden sich Köln, Venloer Wall 9. Telefonruf West 5 15 46. — Redaktionsschluß ist Samstag-Mittag.

Der „Holzarbeiter“ erscheint jeden Freitag und wird den Mitgliedern unentgeltlich zugestellt. — Für Nichtmitglieder ist der „Holzarbeiter“ nur durch die Post zum Preise von M. 1.— pro Monat zu beziehen. — Anzeigenannahme nur gegen Vorausbezahlung. Geldsendungen nur: Postkontonto 7718 Köln.

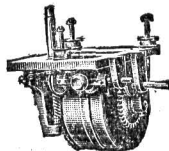
## Intarsien jeder Art

Katalog gegen 0.50 Mark in Briefmarken

E. Biller, Heidelberg  
Theaterstraße 711

## Sprechmaschinen-Laufwerke

Hausuhrwerke



z. Selbst- einbauen (2 Stck. 30 cm Platten spielend) nebst allem Zubehör, wie Mittern, Gummiunterlagen, Bremse, Regulator, Kurbel mit Rosette, 25 cm-Plattenteller mit Tuchbezug, Nickelklappbügelarm, la. Aluminium-Schalldose nur Mark 26.—. Versand p. Nachnahme, Tonführungen aus Holz und Metall, Katalog gratis und franko von

Robert Husberg - Neuenrade i. W. No. 9

in allen Preislagen. Hobei

## Die Fachschrift

die jeder strebsame Tischler haben muß

## Handwerkskunst im Holzgewerbe

Bezugspreis: 2 M. vierteljährlich

Bestell. bei Postanstalten oder direkt  
VERLAG-KÖLN - VENLOERWALL 9