

Schneider-Zeitung

Organ des Verbandes christlicher Schneider, Schneiderinnen und verwandter Berufe

Die „Schneider-Zeitung“ erscheint alle 14 Tage Samstags und wird den Mitgliedern gratis zugestellt. Für Nichtmitglieder kostet die „Schneider-Zeitung“ durch die Post bezogen 1 Mark pro Quartal ohne Postgeb.

Deutschlands
Herausgegeben vom
Zentralvorstand.

Redaktion u. Expedition: Köln a. Rh., Venloerwall 9, Fernsprechanschluß Nr. A 8638. — Redaktionschluß Montags Mittags vor dem Erscheinungstag. — Inseratannahme durch Otto Kleine, Berlin SW. 47, Wödenstr. 67.

12. Jahrgang.

Köln, den 30. Oktober 1915.

Nummer 22.

Konsumvereine und Krieg.

Die mit dem Krieg im Zusammenhang stehenden, heftig umstrittenen Fragen der Volksernährung haben die Konsumvereine in den Vordergrund des öffentlichen Wirtschaftslebens gerückt. Ihre Bedeutung und ihr Nutzen muß auf Grund der Erfahrungen in diesem Kriege heute auch von solchen Kreisen anerkannt werden, die der Konsumvereinsbewegung bisher gleichgültig oder gar ablehnend gegenüberstanden. Sowohl in der Warenverteilung wie in der Preisbildung haben sich die Konsumvereine in dieser schweren Zeit des Krieges gut bewährt, sie haben in dem Auf und Ab einer schrankenlosen Teuerung die denkbar schwerste Belastungsprobe glänzend bestanden.

Das hat die Wirkung gehabt, daß die Konsumvereine jetzt in der Öffentlichkeit in viel stärkerem Maße beachtet werden. Beweis dafür ist ein längerer, äußerst lesenswerter Aufsatz im „Reichsarbeitsblatt“ (Nr. 9, 1915) über „Die Konsumvereine während des Krieges“. Wie einleitend mitgeteilt wird, belief sich die Mitgliederzahl sämtlicher deutscher Konsumvereine Anfang 1914 auf 2 300 000 Personen und Anfang 1915 auf 2 500 000 Personen. Die Konsumvereine, so sagt das amtliche Organ weiter, haben sich neuerdings in Deutschland viel schneller ausgedehnt, als im Lande ihrer Entstehung, in Großbritannien; der Vorsprung, den Großbritannien auf diesem Gebiete vor uns voraus hat, wird von Jahr zu Jahr kleiner.“

Diese Aufwärtsentwicklung, die sich seit Kriegsbeginn besonders stark bemerkbar macht, ist der beste Beweis für das steigende Vertrauen, das sich die Konsumvereinsbewegung in den breiten Massen der Verbraucher erworben hat. Durch den Gang der Dinge wird die Erkenntnis gefördert, daß es nicht genügt, eine Erhöhung des Lohnes zu erstreben, sondern daß es ebenso notwendig ist, den Lohn zweckdienlich zu verwenden, die Kaufkraft des Geldes nach Möglichkeit zu erhalten. Denn was hilft den Arbeitern eine Lohnserhöhung von — nehmen wir einmal an — 10 Prozent, wenn zu gleicher Zeit Lebensmittelpreise und Wohnungsmieten um 20 Prozent steigen! Die Arbeiterschaft, besonders die in den tariflich fortgeschrittenen Gewerben, wo der Lohnsteigerung natürliche, sichtbare Grenzen gezogen sind, kommt deshalb ganz von selbst darauf, der Lohnverwendung nachdrücklichste Aufmerksamkeit zuwenden. Die konsumgenossenschaftliche Selbsthilfe ist das wirksamste Mittel, diese Gedanken praktisch zu verwirklichen. Daher die Ausdehnung der Konsumgenossenschaften, wie wir sie in den letzten Jahren beobachten können.

Wie die politischen und wirtschaftlichen Organisationen, so sind auch die Konsumgenossenschaften in Deutschland nicht einheitlich organisiert, sondern in mehrere Gruppen geschieden. Die hauptsächlichsten Gruppen sind: 1. Der Zentralverband deutscher Konsumvereine; berichtet für 1913 über 1129 Vereine mit 1 621 195 Mitgliedern. 2. Allgemeiner Verband der deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften; hatte 1913 282 Vereine mit 323 228 Mitgliedern. 3. Reichsverband deutscher Konsumvereine, der für 1913 mit 145 Vereinen und 148 444 Mitgliedern angeführt wird. Die letztgenannte Gruppe (früher Verband Westdeutscher Konsumvereine) steht unserer christlich-nationalen Arbeiterbewegung nahe, was praktisch in einer Arbeitsgemeinschaft auf den einschlägigen Gebieten zum Ausdruck kommt. Neben den drei Hauptgruppen gibt es noch eine Menge kleinerer Gruppen und Gruppen, denen größere Bedeutung jedoch nicht zukommt. Ueber die gesamte Konsumvereinsbewegung liegen lückenlose statistische Angaben nicht vor. Nach dem Jahrbuch des Allgemeinen Verbandes der auf Selbsthilfe beruhenden deutschen Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften für 1913 betrug die

Zahl der deutschen Konsumvereine im Jahre 1905 1922, davon berichteten 1105 mit 961 085 Mitgliedern und einem Jahresumsatz von 249 Millionen Mark. Im Jahre 1913 gab es 2417 Vereine, davon berichteten 1626 mit 2 113 932 Mitgliedern und einem Jahresumsatz von 644,5 Millionen Mark. In Großbritannien und Irland zählte man im Jahre 1905 1457 Konsumgenossenschaften; diejenigen Vereine, von denen Berichte vorlagen, hatten 2 153 185 Mitglieder und 1 221,7 Millionen Mark Umsatz. Im Jahre 1913 gab es 1382 Konsumgenossenschaften; die berichteten Vereine hatten 2 878 648 Mitglieder und einen Umsatz von 1 706 Millionen Mark. Fügt man die eingangs erwähnte Lücke hinzu, daß Anfang 1915 etwa 2 500 000 Konsumvereinsmitglieder vorhanden waren, so spiegeln diese Ziffern einen gewaltigen Fortschritt wieder.

„Aber nicht bloß an äußerer Ausdehnung, sondern auch an innerer Kraft sind die deutschen Konsumvereine ständig gewachsen“, schreibt das „Reichsarbeitsblatt“ in dem erwähnten Aufsatz. „So waren sie denn aufs beste gerüstet, als der Weltkrieg ausbrach und ihre Leistungsfähigkeit auf die härteste Probe stellte.“ Wie die Konsumvereine diese Belastungsprobe bestanden, wird im „Reichsarbeitsblatt“ dann im einzelnen näher dargelegt. Aus diesen Darlegungen geht vor allem die Tatsache hervor, daß die Konsumvereine während des Krieges preisregulierend auf dem Lebensmittelmärkte gewirkt haben. Das zeigte sich besonders deutlich in den ersten Kriegstagen. Die durch topflose Angst- und Masseneinkäufe geschaffene Situation suchten die Geschäftsinhaber auszunutzen; die Warenpreise schneitten gewaltig in die Höhe. Die Konsumvereine blieben jedoch mit ihren Preisen auf der normalen Höhe stehen, solange die früher eingekauften Warenbestände reichten. Das brachte den Konsumvereinen starken Zulauf. „Viele Vereinsmitglieder“, so wird im „Reichsarbeitsblatt“ berichtet, „kauften nicht nur für sich selbst, sondern suchten auch Bekannte, die nicht Mitglieder waren, aus den Beständen der Konsumvereine billig zu versorgen. Auch bemühten sich zahlreiche Verbraucher, welche bisher den Genossenschaften abweisend gegenüber gestanden hatten, noch im letzten Augenblick die Mitgliedschaft zu erwerben.“ Viele Genossenschaften sahen sich infolgedessen veranlaßt, die Mitgliederlisten zu schließen und Neuaufnahmen abzulehnen. Auf die vorhandenen, billig eingekauften Waren hatten die alten Mitglieder eben ein begründetes Vorrecht.

Der Umsatz der Konsumvereine ist durch den Krieg natürlich auch beeinflusst worden. Der Abgang vieler Mitglieder zum Seeresdienst, sowie die vielfach eintretende Verminderung des Einkommens verminderten naturgemäß die Einkaufssumme.

Der Reichsverband deutscher Konsumvereine berichtet in seiner Verbandszeitung „Konsumgenossenschaftliche Praxis“ (Nr. 19, 1915) von 122 angeschlossenen Vereinen über folgende Umsatzziffern.

Der Umsatz betrug in den Monaten:
August—Dezember 1913 M. 17 021 006
August—Dez. 1914 (Kriegsmonate) M. 16 916 691
Also Minderumsatz M. 104 315
gleich 0,6%.

Der Umsatz betrug in den Monaten:
Januar—März 1914 M. 11 652 179
Januar—März 1915 (Kriegsmonate) M. 11 641 228
Also Minderumsatz M. 10 951
gleich 0,09%.

Der Umsatz betrug in den Monaten:
Januar—Juli 1914 M. 24 876 350
Januar—Juli 1915 (Kriegsmonate) M. 21 372 265
Also Minderumsatz M. 3 504 085
gleich 16,4%.

Aus diesen Vergleichsziffern ist zu ersehen, daß der Ausfall an Umsatz bei der längeren Dauer des Krieges größer wird. Offensichtlich ist das auf die

Verfälschterung der Lebenslage vieler Familien infolge der Teuerung zurückzuführen. Die Verminderung des Umsatzes ist aber keinesfalls so erheblich, daß die Existenz der Konsumvereine dadurch gefährdet werden könnte. Bemerkenswert ist in dem erwähnten Bericht des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine auch die Tatsache, daß die Unkosten in den ersten fünf Kriegsmonaten nur um 0,43%, von 8,98% auf 9,41% gestiegen sind. Der Zwischenhandel könne deshalb keineswegs behaupten, daß die vielfach eingetretenen Preissteigerungen durch wesentlich erhöhte Unkosten begründet seien.

Allgemein betrachtet hat die Konsumvereinsbewegung die schwere Belastungsprobe dieses Krieges gut bestanden; das Vertrauen zu ihnen ist im weiteren Steigen begriffen, ihr Einfluß im Wirtschaftsleben hat sich wesentlich erhöht. In der neuen, hoffnungsvollen Konsumvereinsbewegung bilden die Konsumgenossenschaften einen wichtigen Bestandteil, der für die Praxis wertvolle Unterlagen schafft und führende Personen zur Verfügung stellen kann. In der mit Sicherheit zu erwartenden Neuordnung der Lebensmittelversorgung der Zukunft wird den Konsumvereinen eine bedeutungsvolle Aufgabe zufallen. Die Arbeiterbevölkerung wird in ihrem eigenen Interesse handeln, wenn sie noch viel zahlreicher wie bisher den Konsumvereinen beiträgt und auf diese Weise das Einkommen sparsam und zweckdienlich zu verwenden sucht. In dieser Beziehung bilden die Konsumvereine eine unentbehrliche Ergänzung der Gewerkschaften. Letztere sorgen für die Erhöhung oder Aufrechterhaltung des Einkommens, die Konsumvereine für die Erhaltung der Kaufkraft des Geldes. Beide Zweige der Selbsthilfe müssen in Zukunft mit verstärktem Nachdruck ausgenutzt werden, um für die breiten Massen des arbeitenden Volkes eine zufriedenstellende Lebenslage zu erringen.

Gegen die guten Sitten.

Vor dem Breslauer Gewerbegericht klagte eine Wäherin gegen einen Zwischenmeister wegen einem Lohnreit in Höhe von 15,30 Mk. Der Klage liegt folgender Tatbestand zu Grunde, der wieder ein großes Schlaglicht auf die verworrenen Zustände in der Militärlieferungsschneiderei wirft. Die Klägerin arbeitete als Heimarbeiterin für den besagten Zwischenmeister im Juli 20 Militärdrillichosen und 6 Militärtuchhosen. Die Drillichosen waren vom Bekleidungsamt des Gardekorps in Berlin, die Tuchhosen vom Bekleidungsamt des 6. Armeekorps vergeben. Das Amt zahlte für die Drillichosen 1,40 Mk., für die Tuchhose 3,55 Mk. Nach den Lieferungsbestimmungen hätte die Arbeiterin erhalten müssen: für die Drillichose 0,95 Mk. und für die Tuchhose 2,50 Mk., wobei 10 bezw. 35 Pfg. für das Bügeln, welches der Zwischenmeister selbst besorgte, bereits abgerechnet sind. In Wirklichkeit erhielt sie für die ersten 10 Stück Drillichosen 60 Pfg. für das Stück, für die übrigen nur mehr 55 Pfg., somit 10 mal 35 und 10 mal 40 Pfg. zu wenig. Für die Tuchhosen erhielt sie 1,20 Mk. für das Stück, somit 1,30 Mk. im Ganzen 15,30 Mk. zu wenig.

In der Verhandlung beantragte der besagte Zwischenmeister die Klage abzuweisen, weil er die ausgefallenen Löhne mit der Wäherin vereinbart habe und diese mit ihnen zufrieden gewesen sei. Im übrigen führte der Zwischenmeister zu seiner Verteidigung an, daß er keine höheren Löhne bewilligen könne, da ihm selbst nur ein sehr geringer Gewinn bleibe. Er erhalte die Arbeit erst aus dritter oder vierter Hand und bekomme selbst nicht die vom Kriegsbekleidungsamt gewährten, sondern weit geringere Preise. Er erhalte von der Firma Wendelschön für eine Drillichose 70 Pfg. und von der Firma Hinderlich für eine Tuchhose 1,55 Mk. Die Firma Wendelschön habe den Auftrag seines Wissens von der Firma Wiener und Pucherath und diese ihn wohl vom Bekleidungsamt. Ob die Firma Hinderlich den Auftrag für Tuchhosen unmittelbar vom Bekleidungsamt habe oder nicht, sei ihm nicht bekannt, wahrscheinlich aber nicht.

Das Gericht lies die Einwände des Besagten jedoch nicht gelten und verurteilte ihn zur Zahlung des ein-

