



Staats- und
Universitätsbibliothek
Bremen

Staats- und Universitätsbibliothek Bremen

DFG Projekt Die Grenzboten

Die Grenzboten

Berlin u.a., 1841 - 1922

Hegart, Kuno: Der Zwischenhandel

urn:nbn:de:gbv:46:1-908

kräften auf dem sozialen Gebiete der preußische Staat so vollständig brach liegen läßt, dann kann man sich eines unwilligen Bedauerns zwar nicht erwehren, aber andererseits wird man dadurch doch auch in der tröstlichen Überzeugung bestärkt, daß der Staat zur Überwindung der sozialen Gefahren noch ganz gewaltige Hilfskräfte in Reserve hat, die eben nur rechtzeitig mobil gemacht zu werden brauchen.

Man kann neuerdings in Preußen vielfach in tadelndem Sinne die Bemerkung hören, daß die Rücksicht auf den persönlichen Einblick und auf das persönliche Eingreifen des Königs in die einzelnen Fragen immer ausschlaggebender werde. Es liegt darin leider nur zu viel Wahres. Wird die Notwendigkeit von Reformen im Beamtentum dadurch nur um so mehr erwiesen, so wird man andererseits daraus den Schluß zu ziehen haben, daß zur Erziehung eines den Anforderungen der Zukunft gewachsenen, von der Mißwirtschaft und den Klassengegenständen unabhängigen Beamtentums, wie die Sachen nun einmal liegen, der König von Preußen selbst das Beste thun muß. Dieser Wahrheit können wir uns auch in der Affessorenfrage nicht verschließen.



Der Zwischenhandel

Von Kuno Hegart



Unter dem Titel „Kaufmann oder Schmarozer?“ ist vor kurzem eine Broschüre erschienen (Neubrandenburg, Otto Rahmacker, 1896), die der Verfasser W. Uhlenhorst eine Anlagenschrift gegen den Handelsstand unsrer Zeit nennt. Er sieht das Charakteristische in dem Handel mit gebrauchsfertiger, sogenannter konfektionierter Ware in der ungeheuern Konkurrenz und der dadurch verursachten Arbeits-, Zeit- und Geldverschwendung.

Wer aber die Abhilfe der vom Verfasser gerügten Mängel wünscht, wird sich zuerst über die Ursachen der heutigen Zustände Klarheit verschaffen müssen, und dazu wollen die folgenden Auseinandersetzungen beitragen.

Ich führe zunächst zwei Beispiele an, die Uhlenhorst giebt, und zwar im wesentlichen mit seinen eignen Worten, weil ich dadurch der Schilderung der bestehenden Zustände überhoben werde:

Die kleine Stadt Wohlburg hatte Anfang der achtziger Jahre 4000 Einwohner, also etwa 1000 Familien, die ihren Lebensunterhalt aus den verschiedensten Berufen zogen. Unter andern gab es zwei Kaufleute, die mit

Material- und Kolonialwaren, und zwei, die mit Manufakturwaren handelten. Der Bedarf dieser 1000 Familien an Kolonialwaren, also an Lebensmitteln, belief sich auf 600 Mark täglich, wovon sich die beiden Kaufleute teilten. Jeder Kaufmann hatte also am Tage eine Einnahme von 300 Mark, d. h. er und sein Haus hatten Tag für Tag die Arbeit der Warenverteilung zu verrichten bis zum Gesamtwert von 300 Mark. Dabei hatte jeder sein gutes Einkommen, wenn er durchschnittlich 7 bis 8 Prozent Gewinn nahm. Es blieben also jedem am Tage 21 bis 24 Mark übrig, wovon er die Kosten der Geschäftsführung und seines Haushalts gut, sogar reichlich bestreiten konnte.

Aber bald änderte sich die Lage in Wohlburg: im Jahre 1885 kamen noch zwei Kaufleute, im Jahre 1888 wieder zwei dazu, und heute sind es zehn Kaufleute, die ihre hohe Lebensaufgabe darin erblicken, den 4000 Einwohnern oder vielmehr 4001 — denn die Stadt Wohlburg hat sich inzwischen um einen Kopf vermehrt! — den Bedarf an Lebensmitteln, nämlich immer noch 600 Mark täglich, auszuteilen. Es fällt natürlich den Wohlburger Bürgern nicht ein, den Kaufleuten zuliebe auf einmal mehr Heringe zu essen, mehr Kaffee zu trinken oder die Petroleumlampen Tag und Nacht zu brennen. Jeder einzelne Kaufmann hat also jetzt den zehnten Teil des Wohlburger Bedarfs zu decken. Wo früher mit einem Kommiss und einem Lehrling für 300 Mark Waren ausgeteilt wurden, da klappern jetzt abends nur 60 Mark in der Kasse. Dieselbe Arbeit also, die von denselben Personen früher in aller Gemütlichkeit an einem Tage gethan wurde, wird jetzt erst in fünf Tagen erledigt. Wer bezahlt nun die Zeit, die, da an zwei Stellen nur wirkliche Arbeit zu verrichten sein würde, an acht Stellen vergeudet wird? Nun, wer weiter als der Konsument! Während die beiden ersten Kaufleute bei ihrer täglichen Arbeitsleistung eine Einnahme von 300 Mark und bei einem Gewinn von 7 bis 8 Prozent einen Gewinn von 21 bis 24 Mark hatten, müssen heute alle zehn Kaufleute bei den Einnahmen von 60 Mark 35 bis 40 Prozent Gewinn haben, wenn sie nicht alle zehn zu Grunde gehen wollen. Und da sie nicht zu Grunde gehen, so nehmen sie eben 35 bis 40 Prozent; der Konsument muß es zahlen.

Der Verfasser ist also der Meinung, die Konkurrenz mache die Waren teuer.

Weiterhin erzählt er noch, daß auch die Reisenden wegen dieser Konkurrenz Zeit verschwenden müßten, da sie, um diese Warenmengen abzusetzen, zehn statt zwei Kaufleute zu besuchen hätten. Auch die Zersplitterung auf dem Transport vom Großlisten zum Detaillisten verteuere die Waren.

Um dann ein Beispiel aus einer großen Stadt zu geben, wählt Uhlenhorst den Steindamm in St. Georg zu Hamburg, eine Vorstadtstraße von etwa 1200 Metern Länge. Dort findet man unter anderm 26 Läden für Wäsche, 22 Läden für Luxus-, Papier- und Galanteriewaren, 20 Läden für Damengarderobe und Hüte, 12 Läden für Herrenkleider, 14 Läden für Haus- und

Rüchengeräte. Uhlenhorst geht auf die Wäschehändler näher ein und kommt zu dem Schluß, daß die Arbeit, die von ihnen mit 326000 Mark Kosten geleistet wird, für 30000 Mark Kosten zu leisten wäre. Die Zersplitterung erhöhe außerdem die Kosten für Reinigung und Reklame; der Bedarf des Einzelnen werde so klein, daß er auf die zweite oder dritte Hand angewiesen sei, wodurch ein Heer von Zwischenhändlern samt ihren Reisenden mit ernährt werden müsse. Der Preis der Produkte aber werde doppelt so hoch als ihre Herstellungskosten. Weiter erzählt der Verfasser noch, daß eine Fünfpennigcigarre dem Zwischenhändler 24 Mark das Tausend koste (5 Prozent gingen bei Barzahlung noch ab). Dazu schreibt er: In Deutschland werden 6 Millionen Kisten solcher Cigarren fabrizirt. Der Raucher zahlt also 300 Millionen Mark. Davon empfangen Tabakbauer, Fabrikant, alle Arbeiter, die verschiedenen Transporteure, die Verfertiger der Emballage usw. 144 Millionen Mark, der Detaillist 156 Millionen.

Dies sind die Beispiele, die Uhlenhorst giebt, und sie sind typisch für die Bilder, die sich oberflächliche Zuschauer von den Folgen einer in ihren Ursachen nicht begriffnen Erscheinung machen.

Die Wahrheit ist, daß der Handel niemals seine volkswirtschaftlichen Aufgaben besser erfüllt hat als heute, und daß gerade die für des Lebens Notdurft wichtigsten Gebrauchsgüter im Verkehr niemals weniger verteuert worden sind als in unsern Tagen. Zu dieser Überzeugung kommen wir, wenn wir uns die Folgen der Entwicklung klar machen, zu der die unmittelbar Beteiligten allerdings stets von ihrem Egoismus und ihrem Selbsterhaltungstrieb gedrängt worden sind.

An einem einzelnen Artikel kann man die Entwicklung, die der Handel durchgemacht hat, am besten sehen. Ich schlage die Berliner Lederware vor, da ihre Einführung auf den deutschen Markt ungefähr mit dem Beginn des Aufschwungs im Verkehrswesen zusammenfällt.

Geldbeutel, Portemonnaies, Visitenkartentaschen, Handtaschen usw. wurden früher von den Täschnern hergestellt. Doch verarbeiteten diese oft andre Stoffe als Leder — man denke an die Geldbörsen —, sodaß man sagen kann, die Lederwarenindustrie habe die herkömmlichen Bedürfnisse durch neue Arten von Gebrauchsgütern befriedigt. Ihre Erzeugnisse waren anfänglich meist Luxuszeugnisse: noch vor dreißig Jahren z. B. trugen nur reiche Leute Portemonnaies. Die Herstellung geschah anfänglich ganz und geschieht noch heute zum Teil in der Hausindustrie. Allmählich kamen aber die großen Betriebe auf. Die verwendeten Schlöffer sind ausschließlich Erzeugnisse ganz großer Fabriken.

Als nun die Berliner Lederindustrie auskam, d. h. als kapitalistische Unternehmer, als „Verleger“ bei Täschnermeistern Beutel, Portemonnaies und Taschen anfertigen ließen, um die Ware in ganz Deutschland zu vertreiben, begann der

Handel mit diesen Erzeugnissen damit, daß junge Kaufleute sie zunächst auf den Jahrmärkten der größern Provinzialstädte abzusetzen versuchten. Als dies gelang und damit die Konkurrenzfähigkeit der Berliner Ware bewiesen war, traten die Fabrikanten vor allem mit den Täschnermeistern in der Provinz, aber auch mit Kaufleuten, deren Geschäft sich dazu eignete, in Verbindung, um durch sie ihre Waren an das Publikum abzusetzen. Die Produktionskosten der Ware samt dem Gewinn des Verlegers, der Fracht und dem Gewinn des Zwischenhändlers mußte also billiger sein als die Ware des Täschnermeisters in der Provinz, denn sonst wäre an eine Konkurrenz nicht zu denken gewesen. Das Entscheidende lag in der Fracht, und die Täschnermeister beschuldigten mit Recht die Eisenbahnen als die Ursache ihres Niedergangs.

Neben dem Billigerwerden der Gebrauchsgegenstände läuft aber die Zunahme des Bedürfnisses her; eins verstärkt das andre. Je billiger der Geldbeutel wird, eine um so größere Anzahl Menschen kann ihn kaufen, je mehr er aber gekauft wird, um so billiger wird seine Herstellung, und zwar in zwei Beziehungen: 1. wird dieselbe Sorte billiger und 2. fertigt man schlechtere Sorten an, die das Bedürfnis der Ärmern befriedigen und so den Absatzkreis erweitern.

Reisende schickten die Berliner Verleger zunächst nicht aus, sondern sie ließen sich besuchen (daß das nur von reichern Kaufleuten geschehen kann, ist klar) und beschickten ihrerseits die Messen, namentlich die Leipziger, mit Mustern — schon im Gegensatz zu dem Handel der eisenbahnlosen Zeit, wo die Messen mit Lagern besucht wurden. Nach den größern Provinzialstädten kamen wiederum die wohlhabendern Landbewohner in regelmäßigen Zwischenräumen, um einzukaufen. Sowie aber das Eisenbahnnetz ausgebaut wurde, ließ der Fabrikant durch Reisende seine Waren in den größern Provinzialstädten auch solchen Kaufleuten anbieten, die zu weiten Reisen nicht die Mittel hatten, daher bis jetzt noch nicht seine Kunden gewesen waren. Sie wurden nun durch den Besuch der Reisenden gleich leistungsfähig, wie der reichere Kaufmann ihrer Stadt. Dieser seinerseits suchte seine Überlegenheit dadurch auszunutzen, daß er Großhändler wurde, d. h. daß er in dasselbe Verhältnis zu den Krämern in den Landstädten ohne oder mit schlechter Bahnverbindung trat, in dem der Berliner Fabrikant zu ihm gestanden hatte. Er kaufte also vom Fabrikanten Ware in größern Mengen und daher billiger ein und wurde von den Krämern der Landstädte regelmäßig besucht. Mit der Vermehrung der Bahnverbindungen aber wurde es dem Großhändler möglich, auch seine Kundschaft durch Reisende besuchen zu lassen; und das that er, um die größern Krämer abzuhalten, sich unmittelbar nach Berlin zu wenden, und um auch die allerkleinsten, die ihn aus Furcht vor Reisekosten nicht besucht hatten, mit Ware zu versorgen. Natürlich ließ aber der Fabrikant, sowie das Eisenbahnnetz soweit gediehen war, von Berlin aus die bedeutendern Krämer in den kleinen

Landstädten gleichfalls besuchen und beseitigte wieder den Großhändler. Dieser behielt schließlich bloß noch die Dorfkrämer und die Hausierer in Stadt und Land, die ihre kleinen Warenvorräte von Haus zu Haus tragen. Aber auch das Hausiergewerbe wurde, ebenso wie das der Ausrufer auf den Jahrmärkten, kapitalistisch eingerichtet, da oft ein Unternehmer sechs eigentliche Hausierer hielt, die die unmittelbar vom Fabrikanten gekaufte Ware für ihn zu vertreiben hatten.

Der beseitigte Großhändler suchte nun aus seiner finanziellen Überlegenheit dadurch Vorteil zu ziehen, daß er Engrosfortimenter wurde. Da wir in Deutschland noch nicht zu einer solchen Zentralisation der Industrie gekommen sind, daß in einem Bezirk, und wäre es auch der industriereichste, die Artikel auch nur eines Geschäftszweigs sämtlich hergestellt würden, hat zwar ein kapitalkräftiger Großhändler, der nur Berliner Lederware verkaufen wollte, keinen Vorteil vor dem kapitallosen „Agenten.“ Ist er aber imstande, an einem Plage alle irgendwie in den Geschäftszweig einschlagenden Artikel aus den verschiedensten Ursprungsorten aufzustapeln, so kommt er in die günstige Lage, seinen Absatz bedeutend zu erhöhen, indem er nun allen kapitallosen Krämern seiner Stadt und ihrer Umgegend durch Darbietung größerer Auswahl von Handelsartikeln in kleinen Mengen Gelegenheit giebt, auch ihren Umsatz zu vergrößern. Dabei läßt sich beobachten, wie im Handel*) Unternehmungen, die einen höhern Grad wirtschaftlicher Entwicklung bezeichnen, zum Siege gelangen. Am Anfange seiner Laufbahn ist der Engrosfortimenter nicht imstande, an die bereits bestehenden Detaillisten zu verkaufen, denn da diese sämtlich ihr kleines Kapital auf den Handel mit ziemlich wenig Artikeln verwenden müssen, werden sie vom Produzenten unmittelbar versorgt. Er schafft sich daher einen ganz neuen Kundenkreis, indem er fast ganz kapitallosen Leuten, z. B. kleinen Krämern, Waren in größter Auswahl, aber ganz kleinen Mengen zum Verkauf übergiebt und sie so gegen die bereits bestehenden Detaillisten trotz deren Kapitalbesitz konkurrenzfähig macht. Da der Engrosfortimenter die Waren billiger einkauft als der Detaillist, und seine Kunden sich mit geringem Nutzen begnügen, drückt er langsam, aber stetig den Verdienst und den Umsatz der alten Detaillisten herab, bis es für diese unmöglich wird, noch vom Fabrikanten unmittelbar zu kaufen, und sie sich gleichfalls an ihn wenden.

Warum ist der Zwischenhandel heute ein notwendiges Glied des Wirtschaftslebens? Um diese Frage zu beantworten, müssen wir drei typische Stufen der Produktion beachten. 1. Die Arbeitsteilung unter den einzelnen Unternehmungen ist noch so wenig entwickelt, daß ein einziger Unternehmer alle Sorten irgend eines Artikels herstellt, der von einer größern Gesellschafts-

*) Auch zum Teil in der Produktion, z. B. beim Beginn der Mattsezung des Handwerks durch den Verlag.

schicht gebraucht wird. 2. Es findet in der Produktion, der von einer größern Gesellschaftsschicht verlangten Sorten des betreffenden Artikels eine weitgehende Arbeitsteilung unter den einzelnen Unternehmungen statt. 3. Es besteht bereits eine solche Zentralisation des Kapitals, daß eine einzige Unternehmung wieder alle Sorten eines Artikels herstellt, die von einer größern Gesellschaftsschicht verlangt werden. Im ersten und dritten Falle sind die Unternehmer, wenn sie den größten Teil ihres Absatzes an einer nicht zu großen Anzahl bestimmter Plätze finden — diese Beschränkung ist von Bedeutung — imstande, sich an wenigen Orten eigne Detailmagazine für den Verkauf lediglich ihrer Produkte zu halten. Zur Erläuterung wähle ich das Beispiel der Schuhfabrikation.*)

Hier wird am Anfange der Entwicklung eine Fabrik mit ihrem in Gebäuden und Maschinen angelegten Kapital alle Schuhe, die eine bestimmte, breitere Gesellschaftsschicht verlangt, zu dem auf dem Weltmarkte festgesetzten Preise zu liefern imstande sein. Dieser Fabrik wird es bei der großen Auswahl ihrer Produkte möglich sein, an wenigen Orten ihre ganze Produktion abzusetzen, sie wird also an diesen Orten Detailverkaufsstellen zur Umgehung des Zwischenhandels einrichten.

Bei zunehmender Konkurrenz der Schuhfabriken unter einander wird sie finden, daß es ihr nicht möglich ist, mit dem ihr zur Verfügung stehenden Kapital alle ihre Artikel zu dem vom Weltmarkte vorgeschriebnen Preise zu liefern. Sie wird deshalb ihr gesamtes Kapital benutzen, um in einer oder in einigen Sorten konkurrenzfähig zu bleiben. Die von ihr jährlich hergestellten Paar Schuhe — es sollen 100000 Paar sein — werden sich von nun an statt auf zehn auf vier Sorten verteilen. Die Fabrik wird dann, weil sie dies zu diesen Sorten gehörige Leder in größern Mengen und daher billiger einkauft, weil sie ferner für diese Sorte eine noch weiter gehende Arbeitsteilung einführt, und weil sie endlich ihren ganzen Betrieb einheitlicher, d. h. ebenfalls billiger gestaltet, schließlich vielleicht sogar ein Monopol erringen. Ob die Fabrik, deren Absatz für diese wenigen Sorten sich natürlich räumlich ausdehnt, weiter in der Lage sein wird, diese Sorten unmittelbar an die Konsumenten in eignen Verkaufsläden zu vertreiben — man denke, es sind nur vier Sorten, für die der Bedarf an einem Ort verhältnismäßig gering ist —, ist fraglich.

Erst wenn sie den in diesen Sorten zur Zeit größtmöglichen Absatz errungen hat und das aufgesuchte Kapital dazu benutzt, die Produktion auch anderer Sorten an sich zu reißen, wenn sie also als Riesenbetrieb alle von einer bestimmten breitem Gesellschaftsschicht begehrten Sorten zum Weltmarkt-

*) Hierher gehören auch die großen Geschäfte der sogenannten Herren- und Damenkonfektion, deren Besitzer nichts weniger als Zwischenhändler, sondern in erster Linie Verleger hausindustriell gearbeiteter Waren (Damenmäntel usw.) sind.

preis abzugeben imstande ist, ist es wahrscheinlich, daß sie wieder den Absatz unmittelbar an die Konsumenten aufnimmt.

Die Produktion für den Bedarf der luxustreibenden Bevölkerung, namentlich in Artikeln, die sehr ins Geld laufen, steht in Deutschland meist noch auf der ersten Stufe der Entwicklung und verkauft insfolgedessen oft ihre Waren unmittelbar an die Konsumenten. Typisch hierfür sind die Fabriken feiner Möbel. Ihre Ware wird nur in wenigen Städten und dort nur von einem kleinen Kreise verlangt. Dazu kommt, daß sie, um ihr Kapital zu verwerten, nur einen kleinen Kundenkreis brauchen. Denn sie setzen beim Verkauf eines Büffets vielleicht 6000 Mark um, eine Fabrik für Massenbedarf dagegen nur 300 Mark. Sie brauchen also bloß den zwanzigsten Teil der Kundschaft, um denselben Umsatz und — was dasselbe bedeutet — denselben Nutzen zu haben, wie eine Fabrik von billigen Erzeugnissen gleicher Gattung.

Viele Fabriken, die zwar ebenfalls in ihren Zweigen so ziemlich alle Sorten herstellen, die eine bestimmte Schicht der Gesellschaft verlangt, aber einen weit verzweigten Absatz haben, schlagen, um den Zwischenhändler zu umgehen, wenn sie das Risiko des direkten Detailverkaufs mit seinen Ladenmieten, seinen hohen Spesen und seiner Schwierigkeit der Überwachung scheuen, einen andern Weg ein: sie richten einem ganz kleinen Kapitalisten, nach ausdrücklicher Vereinbarung mit ihm aber auch ohne eine solche, ein eignes Geschäft ein. Dieser Kapitalist übernimmt mit seinem Gelde das Risiko der Unternehmung, besorgt, je nach dem Grade der Abhängigkeit, in dem er sich von seinem Lieferanten befindet, die Ladeneinrichtung, steht meist auch für die Miete ein und versteht als „selbständiger“ Kaufmann gegen ein Einkommen, das meist das eines Kommiss nur wenig übersteigt, den Verkauf. Die Fabrik hat dann alle Vorteile des direkten Detailverkaufs, aber weniger Risiko und ist der kostspieligen Kontrolle überhoben. Ein typisches Beispiel für diese Einrichtung des Absatzes ist der Cigarrenhandel. Nur so erklärt sich die unglaubliche Anzahl dieser Geschäfte, besonders wenn man in Betracht zieht, daß bei Tabak, Schnaps und Bier der sonst in seinen Bedürfnissen schon völlig uniformierte Mitteleuropäer noch seinen persönlichen Geschmack — zumal in den mittlern und höhern Ständen — stark zur Geltung bringt. Kommen zufällig fünf Cigarettenraucher zusammen, so rauchen sie, abgesehen von den verschiedenen Preisen, sicherlich fünf verschiedene Sorten, wie „Ägypter,“ „Türken,“ „Österreicher,“ „Russen,“ „Dresdner“; und ähnlich ist es mit den Cigarren.

(Schluß folgt)

