



Staats- und
Universitätsbibliothek
Bremen

Staats- und Universitätsbibliothek Bremen

DFG Projekt Die Grenzboten

Die Grenzboten

Berlin u.a., 1841 - 1922

Hegart, Kuno: Der Zwischenhandel : (Schluß)

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



Der Zwischenhandel

Von Kuno Hegart

(Schluß)



ine ganz andre Bedeutung, als in den eben betrachteten Fällen, hat der Zwischenhandel für die auf der mittlern Entwicklungsstufe befindlichen Produktionen, bei denen eine auch örtlich durchgeführte Arbeitsteilung unter den einzelnen Unternehmungen besteht, wie sie für viele Geschäftszweige heute typisch ist. Nehmen wir eine Fabrik an, die mit ihren hundert Arbeitern und zahlreichen Maschinen jahraus jahrein nur schwarze Glaceehandschuhe zu bestimmten Preisen oder Baumwollentoff von einer bestimmten Art anfertigt, oder einen Verleger, dessen sämtliche Hausarbeiter, zusammengedrängt auf einen kleinen Bezirk, ebenso gleichmäßig ganz rohe schmuck- und kunstlose Holzpferdchen als Kinderspielzeug herstellen. Hier ist ohne weiteres klar, daß ein besondrer Absatz an bestimmten Orten durch eigne Detailgeschäfte nicht denkbar ist. Alle Produktionsbetriebe also, deren Leistungsfähigkeit nur ein kleines Gebiet des Geschäftszweiges umfaßt, in dem sie thätig sind, sind notwendigerweise auf den Zwischenhandel angewiesen, um ihre Ware an den Konsumenten zu bringen.

Früher war für solche Unternehmungen, namentlich für Hausindustrien, der Hausirhandel üblich (ich erinnere an die pfälzischen Babuschenmacher, die Schwarzwälder Uhrmacher usw.), oder der Jahrmarktsbesuch (so für die Bunzlauer Töpfer, für Landschuhmacher, Böttcher usw.). Ich entsinne mich beider Formen des Absatzes noch aus den siebziger Jahren. Heute sind sie ganz im Aussterben begriffen, weil sie gegenüber den modernen Arten des Warenverkehrs viel zu kostspielig sind. Der heutige Jahrmarkts- und Hausirhandel hat eine ganz andre Aufgabe, als die Vermittlung zwischen Produzenten und Konsumenten: er schaltet, soweit er mehr ist als eine häßliche Form der Bettelrei, die aller kleinsten Krämer in Dorf und Landstadt aus, indem er das kleine Kapital, das der seßhafte Krämer braucht, um die Bedürfnisse eines Ortes zu befriedigen, für Warenversorgung einer ganzen Anzahl solcher Ortschaften benutzt und infolge dessen viel öfter umsetzt. Daher kann sein Betriebskapital entweder noch kleiner sein, als das des seßhaften Krämers (dies ist der Fall

beim Einzelhausfurer), oder er kann bei gleichem Kapital mehr Artikel führen (so der „Marktfahrer“), oder er sendet als kleinkapitalistischer Unternehmer mehrere Einzelhausfurer selbst aus (so die meisten der slowakischen Topfbinder).

Für die oben geschilderten Fabriken fällt also der Hausfir- und Fahrmarktshandel als Absatzform zur Zeit völlig weg; sie sind genötigt, an den selbständigen Zwischenhändler zu verkaufen, der seinerseits die Produkte der verschiedensten Unternehmungen in seinem Geschäft vereinigt. Hier schiebt sich nun zwischen Produktionsort und Absatzort ein drittes Glied ein: der Grossist. Warum? Im Interesse des Produzenten nicht, da dieser bei direktem Absatz an den Detaillisten sich mit diesem (oder dem Konsumenten) in den Gewinn teilen könnte, den jetzt der Grossist einsteckt; ebenso wenig natürlich und aus gleichen Gründen im Interesse des Detaillisten. Es entsteht also die Frage: Wann und warum ist der Grossist notwendig?

Sobald die Detailgeschäfte ihrer Natur nach notwendigerweise so dezentralisiert sind, daß das Auffuchen jedes einzelnen durch Reisende oder die Beförderung der Ware an sie unmittelbar vom Erzeugungsorte aus die Ware in höherem Grade verteuern würde, als es das Einschleppen einer besondern Mittelsperson zur Erfüllung dieser beiden Aufgaben thut. Und zwar giebt es zwei verschiedene Arten solcher Mittelspersonen, den Agenten und den Engrosfortimerter.

Ein Agent als Vermittler zwischen dem Produzenten und dem Detaillisten tritt in zwei Fällen ein; erstens: für alle Warenarten, bei denen die Detailgeschäfte, mögen sie noch so sehr dezentralisiert sein, doch immerhin noch auf einem verhältnismäßig engen Raume, z. B. innerhalb einer großen Stadt, zusammenliegen. Zweitens: für eine bestimmte Warengattung von hohem spezifischen Wert, die an weit zerstreuten Orten an vereinzelte Konsumenten abzusetzen ist. Denn nur wertvolle Waren halten die Verteuerung aus, die dadurch entsteht, daß ihretwegen eine Person die Detailgeschäfte in den kleinen und kleinsten Orten eines Bezirks bereist.

Ich gebe ein paar Beispiele. In einer großen Stadt wird ein Kaufmann davon leben können, daß er als Agent einer leistungsfähigen Kammsfabrik an alle, auch die kleinsten Detaillisten des Orts und auch in den kleinsten Mengen deren Ware absetzt. Die Fabrik gewährt ihm eine Vergütung von 3 bis 5 Prozent des Umsatzes und hat dafür die Gewähr, daß er in seinem eignen Interesse so viel als möglich von ihrer Ware verkauft. Die Fracht für diesen Absatz in kleinsten Mengen verbilligt sich dadurch, daß man an den Agenten ja immer größere Sendungen auf einmal machen kann. Für den zweiten oben erwähnten Fall giebt der Handel mit seidnen Bändern ein Beispiel. Der Agent wird hier alle Putzmakerinnen und andre Detaillisten mehrerer Kreise oder eines Regierungsbezirks besuchen können, ohne daß die an sich wertvolle Ware dadurch allzu sehr verteuert würde. Die Fabrik aber erspart sich einen

Reisenden und dessen Überwachung und Spefen — der Agent bezahlt diese aus seiner Tasche — gegen die Gewährung eines geringen Verdienstes, der den Gehalt eines Reisenden kaum übersteigt. Der Agent erleichtert sich oft die Spefenlast dadurch, daß er mehrere Fabriken vertritt.

Nun haben wir auch das Gebiet bestimmt, für das der Engrosfortimenter in Frage kommt: nämlich für alle Waren von so geringem Wert und so ausgedehntem Absatzgebiet, daß sich ihr Vertrieb an Detaillisten durch besondere Reisende oder Agenten nicht lohnt. Da aber auf die Stellung dieses Engrosfortimenters zu seinen Abnehmern und auf seine ganze Entwicklung die Lage und die Entwicklung seines Kundenkreises, nächst der Entwicklung der Produktion, von größtem Einfluß ist, müssen wir zunächst diesen Kundenkreis betrachten.

In diesem Kundenkreis können wir verschiedene Gattungen von Detaillisten unterscheiden, je nach der Entwicklung, die sie durchgemacht haben: z. B. den Spezialisten, der sein Lager vergrößert, den zum Handel übergehenden Handwerker, den kleinen Verleger, der zugleich einen offenen Laden hält, den kleinen Krämer in der Vorstadt und auf dem Lande u. a.

Als typisch für die zuerst angeführte Gattung wählen wir die Kolonialwarenhändler. Vor vierzig bis fünfzig Jahren mußte man schon ein ansehnliches Vermögen haben, um in einer mittelgroßen Stadt ein Kolonialwarengeschäft zu führen. Denn die Waren mußten wegen des unentwickelten Verkehrs im ganzen eingekauft werden, und der Geschäftsinhaber mußte deswegen öfter weitere Reisen machen. Heute geht der Kolonialwarenhändler der kleinen Stadt zum Engrosfortimenter. Wegen des einen oder andern Artikels wendet man sich vielleicht noch an den Importeur oder an den Produzenten. Sonst legt der Kolonialwarenhändler sein Kapital viel besser an, wenn er zehn halbe Säcke von zehn verschiedenen Sorten Kaffee im Sortimentsgeschäft kauft, als fünf Säcke einer Sorte beim Importeur. Und so ist es bei allen Artikeln: Stärke, Zucker, Rosinen, Spiritus, Petroleum — alles wird beim Sortiment in kleinen Mengen gekauft. Man braucht dabei weniger Kapital und bringt es öfter über den Ladentisch als in frühern Jahren. Wer nun bei dieser neuen Form des Handels Kapital übrig hat, der nutzt es dadurch aus, daß er die Anzahl der Artikel, die er führt, erhöht, indem er einen Sortiment eines andern Geschäftszweiges, z. B. von Kurzwaren oder Cigarren, zuzieht. Daher finden wir heute, selbst in großen Städten, in den Kolonialwarenhandlungen so verschiedene Artikel: Cigarren, Butter, Käse, Peitschen, Spazierstöcke, Konfekt, Wurst, Delikatessen, Spirituosen, Wein, Bier, Schiefertafeln, Papier und sonstiges Schreibmaterial.

Eine zweite Gattung von Detaillisten sind die, die sich vom Handwerker zum Zwischenhändler entwickelt haben; hierzu gehören z. B. die Gerätschaftsflempner. Diese fertigten früher die Eimer, Krüge, Brotdosen usw., die sie

feil boten, durchaus selbst an. Da begann plötzlich die Konkurrenz der großkapitalistischen Unternehmungen, und zwar an zwei Stellen zugleich: auf der einen Seite rissen sie die Herstellung der feinern Waren und der Luxusartikel an sich, *) auf der andern ging die ordinäre Massenware auf die kapitalistische Produktion über. Die Handwerker, denen wenig mehr als Reparaturarbeit blieb, sahen sich genötigt, die Art ihres Gewerbes völlig zu verändern. Entweder sie verzichteten auf den Verkauf, sanken herab zum Hausindustriellen und endeten in der Fabrik, oder sie verzichteten auf die Produktion und wurden zum Zwischenhändler für die nun fast ausschließlich kapitalistisch hergestellten Waren, die sie ehemals selbst fertigten. Im letztern Falle verbindet sie mit der besondern Art der von ihnen verkauften Ware kaum mehr als die Bezeichnung Klempner — das bischen Reparatur tritt bald in den Hintergrund —, und da ihnen daran gelegen sein muß, ihren Umsatz möglichst zu vergrößern, so legen sie sich nach und nach eine ganze Reihe anderer Artikel zu, die ungefähr in dasselbe Gebiet gehören, und die sie alle bei ihrer Bezugsquelle, dem Engrosfortimenter, finden. Auf diese Weise entsteht schließlich ein „Bazar für Küchen- und Wirtschaftsgeräte.“ Eine ähnliche Entwicklung finden wir auf vielen Gebieten des Handwerks.

Ein weiterer Typus der Detaillisten sind endlich jene Geschäftsleute, die teils Zwischenhändler, teils selbst Verleger sind. Als Beispiel kann der Bürstehändler dienen. Er stellt einen Teil seiner Waren (etwa Rehr- und Scheuerbürsten) selber durch Hausindustrielle her; da dieser Teil allein aber den Verkauf nicht lohnt, so bezieht er von den übrigen einschlägigen Artikeln als Zwischenhändler einige (wie die gewöhnlichen Putz- und Kleiderbürsten) unmittelbar von der Fabrik, den Rest (also die bessern Sorten, außerdem Zahnbürsten, Toilettenbürsten und alle Ergänzungsartikel, wie Bürstenständer und -Taschen, Toiletten- und Wirtschaftsgegenstände usw.) vom Engrosfortimenter.

Zuletzt mögen noch die kleinen Krämer auf dem Lande und in den Vorstädten genannt werden, die alle mit Hilfe des Engrosfortimenters neben ihren frühern Artikeln (Gemüse, Eier, Obst usw.) ein kleines, aber fortirtes Lager von billigen Wirtschafts- und Schmuckgegenständen und von Spielzeug halten.

*) Es ist nichts als eine Phrase, wenn man das „Kunsthandwerk“ als Mittel zur „Hebung“ des Handwerks bezeichnet. Ein Kunsthandwerk giebt es, wenn man eine Unternehmungsform darunter versteht, schon längst nicht mehr. Alle Erzeugnisse der Tischlerei, Schlosserei, Buchbinderei, Klempnerei usw., die durch die Vorsilbe „Kunst“ gekennzeichnet werden, werden heute in kapitalistischen Unternehmungen hergestellt, teils maschinenmäßig in einzelnen Teilen, die nachher zusammengefügt werden, wie schmiedeeiserne Gitter u. ä., teils ohne Anwendung von Maschinen (Maschinen sind ja gar nicht das Kennzeichen des kapitalistischen Betriebs), aber manufakturartig oder hausindustriell, unter Leitung eines Unternehmers, der die Produktion regelt, die Musterzeichnungen herstellen läßt und einer Arbeiterschaft befehlt, die wirtschaftlich völlig abhängig ist und an Zahl weit über das im Handwerk übliche Maß hinausgeht.

Die Sortimentsdetailgeschäfte bringen ihren Inhabern keinen großen Verdienst. Als Regel kann gelten: je kleiner das in dem Unternehmen angelegte Kapital, um so kleiner der Gewinn. Denn je kleiner das Kapital, um so geringere Ladenmiete kann gezahlt werden (d. h. um so verkehrloser ist die Straße, an der es liegt, und um so weniger ist es durch sein Äußeres in stande, kaufkräftige Kreise anzuziehen), und um so geringer ist die Auswahl unter den Artikeln, die es führt. Aber auch wohlhabendere Detaillisten haben kein großes Einkommen. Denn jedes Engrossortimentsgeschäft hat das erklärliche Bestreben, diesen Detailgeschäften immer mehr von seinen Artikeln zum Verkauf zu übergeben. Dadurch setzt es mehr Ware ab und macht das kapitalarme Detailgeschäft konkurrenzfähiger gegenüber dem kapitalkräftigen, das noch die Sortimenter vermeidet und sich unmittelbar an die Produzenten wendet. Es liegt nun gar nicht im Interesse der Engrossortimenter, zu verhüten, daß sich die Detaillisten, die von ihnen abhängig sind, allzu arg Konkurrenz machen. Im Gegenteil: mit je geringerem Gewinn diese die Ware verkaufen, um so mehr kauft das Publikum. Durch die wütende Konkurrenz der Detaillisten ist es dahin gekommen, daß das Einkommen der Mehrzahl auf das der etwas besser bezahlten Kommiss herabgesunken ist. Zweitausend Mark werden die meisten nicht erreichen. Man kann bestimmt sagen, daß dieses Einkommen auch noch weiter fallen wird, bis zu dem Punkte, wo es nicht mehr lohnt, das Risiko eines eignen Geschäfts zu übernehmen. Dann, aber auch erst dann, wird sich der Engrossortimenter, dessen Preise ja ebenfalls fortgesetzt durch die Konkurrenz gedrückt werden, veranlaßt sehen, unmittelbar an die Konsumenten zu verkaufen, sei es daß er einen „Bazar“ eröffnet, sei es daß er Filialen gründet; der Anfang zu der zweiten Einrichtung besteht schon in höherm Grade, als das Publikum ahnt, denn der Unternehmer ist schlau genug, jede Filiale mit einer andern Firma zu decken. Ob er das eine oder das andre wählt, hängt von der Ware und von dem Kundenkreis ab, für den seine Ware bestimmt ist. Obgleich nämlich die Uniformierung des Geschmacks erstaunlich weit gediehen ist, haben sich doch fast für alle Warengattungen die Detailgeschäfte in drei Arten geschieden: die erste Art befriedigt die Bedürfnisse des Teils der Bevölkerung, der Verschwendung treibt, die zweite Art liefert die Waren für den Mittelstand in der weitesten Bedeutung des Wortes, die dritte Art ist für die Proletarier.

Für die erste Gattung haben wir längst Bazare, in denen man alles bekommt, was man sich nur wünschen kann. Je kapitalkräftiger solche Magazine sind, um so mehr Artikel führen sie. Eine Grenze für ihre Ausdehnung ist nur in dem Kapital des Unternehmers gegeben. Bei den Waren für den Mittelstand muß man unterscheiden, wenigstens in der großen Stadt, zwischen solchen, um derenwillen es sich lohnt, einen größern Weg zurückzulegen, und solchen, die man aus Bequemlichkeit gern in nächster Nähe kauft, oder

die zu geringen Wert haben, als daß man sich ihretwegen die Schuhe naß macht. Für die zweite Gattung ergiebt sich die Filiale, also z. B. für die meisten Lebensmittel, für die erste der Bazar, wenn auch nicht in durchgeführter Zentralisation. Vorläufig haben wir in den einzelnen Stadtgegenden meist noch mehrere Bazare für den Mittelstand, die sich dadurch unterscheiden, daß der eine Teil sich auf Gewebe, der andre sich auf harte Waren beschränkt. Daß aber diese Scheidung verschwindet, ist nur noch eine Frage der Zeit. Aber selbst wenn diese Vereinigung vollzogen sein wird, werden in einer Stadtgegend, so lange wenigstens, als den Bazaren für den Mittelstand nicht ganz bedeutende Kapitalien zur Verfügung stehen, noch eine größere Anzahl dieser Unternehmungen bleiben: nämlich so viel, als der Mittelstand Schichtungen hat. Je weniger das werden, um so mehr wird die Zentralisation erleichtert. Die Anzahl der Artikel eines Bazars wird, wie gesagt, nur durch das Kapital des Unternehmers begrenzt. Um alles zu führen, was der Mittelstand außer den Lebensmitteln und den unbedeutendsten sonstigen Bedürfnissen (wie Nadeln, Zwirn usw.) braucht, dazu gehören Millionen. Man denke nur, welche Räume allein nötig sind für ein Möbellager, welche Pflege für Pelzwaren, was für Einrichtungen zum Verkauf von Porzellan und Glas. In Berlin ist man ja schon ziemlich weit. Zum Teil beschränkt man sich sogar schon nicht mehr darauf, nur eine der drei Gesellschaftsschichten zum Kunden zu haben. Für die obere Zehntausend liefert Gerson bereits alles, was man braucht. Mit gewebten Waren befriedigen Herzog und Israel die Bedürfnisse ziemlich aller Gesellschaftsschichten, einschließlich des bessern Proletariats. Und der untere Mittelstand, der gern noch behäbig erscheinen möchte, ohne es zu sein, findet bei Wertheim und Lubasch seinen gesamten Bedarf. Daß es nicht diese Bazare sind, die die Handwerker „morden,“ sondern daß umgekehrt diese längst untergegangen sein müssen, ehe der Bazar die betreffende Ware führen kann, glaube ich nachgewiesen zu haben.*)

Die Detailgeschäfte der dritten Art, die für die Proletarier bestimmt sind, sind wohl jetzt schon überall in zahlreichen Bazaren zentralisirt. An den Waren für diesen größten Bedarf wird zu wenig verdient, als daß sich schnell bei einem Unternehmer eines solchen Bazars ein Kapital ansammeln könnte, groß genug, alle Bedarfsartikel, vielleicht mit Ausnahme der Lebensmittel, zu führen und wenigstens die Kundschaft mehrerer Proletarierviertel auf sich zu vereinigen. Wir gehen hier sicher einer weitgehenden Zentralisation entgegen, doch wird der Weg dahin sehr langsam zurückgelegt werden. Zur Zeit ist die Lage in den großen Städten so, daß jedes Viertel ein Kolonialwarengeschäft

*) Der Kampf gegen die Bazare bedeutet nicht den Kampf des Handwerks gegen den Kapitalismus, sondern, wie fast die ganze heutige Handwerkerbewegung, den Kampf kleiner kapitalistischer Unternehmer gegen übermächtig gewordene.

und ein Geschäft für die übrigen Bedürfnisse hat, Möbel und Küchengeräte vielleicht ausgenommen. Von diesen Geschäften kann man sagen, daß sie in absehbarer Zeit alle Krämer ihres Viertels beseitigt haben werden.

Daß durch große Bazare und durch ein weitverzweigtes Filialwesen die Verteuerung, die die Ware im Detailverkauf erfährt, verringert werden würde, ist zweifellos. Nur darf man namentlich bezüglich der notwendigsten Bedarfsartikel keine allzu großen Hoffnungen hegen. Schon jetzt ist der gesamte Engroszhandel stark zentralisiert. Wo früher hundert Firmen thätig waren, z. B. beim Import eines überseeischen Produkts, sind es jetzt nur noch zehn, und wo wir früher zur Versorgung der Detaillisten einer Provinz Duzende von Grossisten hatten, sind es heute nur noch fünf oder sechs, die in Betracht kommen. Selbst wenn jede der übrig gebliebenen Firmen den vierfachen Gewinn gegen früher hat, ist die Verteuerung, die die Ware auf der betreffenden Station des Zwischenhandels erleidet, auf die Hälfte oder ein Drittel herabgegangen. Und der Detaillist selbst hat aus den oben angeführten Gründen auch keinen hohen Verdienst, namentlich wenn man die Aufschläge vergleicht, die die Detaillisten noch vor zwanzig Jahren auf die Preise der Waren machten.

Zum Schluß noch ein Wort über den Verdienst des Kaufmanns an der Ware. Zunächst über den der Grossisten. Hier kann als Regel gelten, daß sich der Verdienst nach dem Kapital richtet. Bei Massenartikeln, deren Herstellung schon völlig großkapitalistisch ist, wird den Sortimentern und Agenten einfach vom Fabrikanten der Verkaufspreis vorgeschrieben. Der Fabrikant nimmt so viel Verdienst für sich in Anspruch, als ihm seine Konkurrenz*) nur irgend läßt, und gönnt dem Grossisten gerade so viel, daß es für diesen sich noch lohnt, mit den betreffenden Artikeln zu handeln. Wo aber der Grossist kapitalkräftiger ist als der Fabrikant — und das wird wohl meist der Fall sein bei nicht durchaus notwendigen Bedarfsartikeln, deren Herstellung noch nicht völlig großkapitalistisch und zentralisiert ist —, nimmt der Zwischenhändler den Löwenanteil für sich und drückt den Fabrikanten so viel als möglich. Vom Detaillisten wiederum nimmt der Grossist um so höhern Verdienst, je abhängiger der Detaillist von ihm ist, sodaß der Sortimenter, der es auf der einen Seite mit nicht allzu mächtigen Fabrikanten und auf der andern Seite mit ganz kapitalarmen Detaillisten zu thun hat, verhältnismäßig in der besten Lage ist.

Beim Detailverkauf richtet sich der Verdienst des Verkäufers außer nach den Spezen, die der Verkauf der betreffenden Ware verursacht, vor allem nach

*) Die Konkurrenz ist stets um so heftiger, je zersplitterter noch die Kapitale sind. Zunehmende Zentralisierung des Kapitals mindert gewöhnlich die Preisdrückerei und ruft schließlich die Kartelle hervor. Vorkommnisse wie der „Zwirnkrieg“ in Oesterreich vor einigen Jahren (erbitterter Kampf zweier Nebenbuhler, die ohne weitere Konkurrenz waren) sind äußerst selten.

dem Risiko, das er mit dem Verkauf dieser Ware übernimmt. Bei Waren, die sehr leicht altmodisch werden oder verderben können, bei Luxuswaren, bei denen man leicht den Geschmack des Publikums verfehlen kann, wird der Verdienst höher sein als beim Verkauf von Spiritus und Schieferstiften. Dazu kommt, daß sich die Menschen leichter entschließen, mit sogenannten Stapelartikeln als mit riskanteren Waren zu handeln; infolgedessen ist für die Stapelartikel die Konkurrenz am größten und der Verdienst am kleinsten. Deshalb sammeln auch die Inhaber der Bazare für Proletarierbedarf so schwer größere Vermögen. Während an Waren, die für den Kulturmenschen unumgänglich notwendig sind, sehr wenig verdient wird, wird an Waren, die einem wenn auch noch so geringen Luxus dienen, verhältnismäßig viel verdient. Der Verdienst beläuft sich namentlich dann oft auf 50 bis 100 Prozent, wenn die Ausgabe an sich gering ist, die Abnutzung des betreffenden Gegenstandes aber ziemlich langsam vor sich geht, z. B. bei Cigarrenspitzen. Daß Verleger hausindustrieller Ware durch maßlose Ausbeutung der Arbeitskräfte oft enorme Verdienste herauswirtschaften, ist bekannt. Es wird dann meistens der Preis verlangt und bezahlt, den die Ware in Anbetracht ihrer primitiven Herstellung mit der Hand oder an kleinen Maschinen ohne Motorenbetrieb haben müßte, wenn der Arbeiter den Durchschnittslohn für gelernte Arbeit erhielte.

Niemand wird bestreiten, daß die Zersplitterung des Detailhandels, die zur Zeit wohl aber ihre größte Ausdehnung schon überschritten hat, einen großen Schaden für die Volkswirtschaft bedeutet. Wir haben aber gesehen, daß diese Zersplitterung nur eine Stufe in dem Entwicklungsgange des Handels ist, die auch wieder überwunden werden wird. Und da wir die Entwicklung als notwendig erkannt haben, wird es niemandem in den Sinn kommen, logische Ergebnisse durch Gewalt oder freundliche Worte aus der Welt schaffen zu wollen. Am letzten Ende der Entwicklung steht wohl das, was sich Uhlenhorst wünscht: Organisation der Konsumenten als solcher in Konsumvereinen, Gemeinde- und Staatssozialismus. Derartige Einrichtungen aber einer Zeit aufdrängen wollen, die noch nicht reif dafür ist, ist sinnlos.

