

DIE DEUTSCHE FERTIGWARE

MONATSSCHRIFT FÜR MARKTPOLITIK UND MARKTFORSCHUNG

VERÖFFENTLICHUNGSORGAN DES INSTITUTS FÜR WIRTSCHAFTSBEOBSACHTUNG
DER DEUTSCHEN FERTIGWARE

Gegenwartsfragen der Marktordnung

Wilhelm Vershofen: Marktzufall oder Marktordnung

Ludwig Erhard: Marktordnung und Preisbildung

Erich Schäfer: Marktordnung, Absatzwirtschaft und Absatzforschung

Georg Bergler: Marktordnung und Markenwesen

Die Konsumfertigware im Jahre 1936

Bericht des Instituts für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware



9. Jahrgang

Januar

Heft 1 / 1937

CARL HEYMANNS VERLAG · BERLIN

„Die Deutsche Fertigware“ ist die einzige Zeitschrift, die unabhängig von einem besonderen Wirtschaftszweig die allgemeinen Interessen der deutschen Fertigwarenwirtschaft vertritt.

Der Bezugspreis der Zeitschrift beträgt RM 12.— pro Jahrgang. Einzelhefte RM 1,50. Teil A der Zeitschrift behandelt die wirtschaftspolitischen Fragen der deutschen Fertigwarenwirtschaft, wogegen Teil B ausschließlich und völlig unabhängig von Teil A der Marktforschung, Verbandsstatistik und Betriebsbeobachtung im allgemeinen und in ihrer Anwendung auf das Gebiet der Fertigwarenwirtschaft gewidmet ist. Anschrift für Einsendungen und redaktionelle Angelegenheiten: Nürnberg A, Emilienstr. 10/I, Fernruf 5 16 21.

Anschrift für Bestellungen und für die Aufgabe von Anzeigen: Carl Heymanns Verlag, Berlin W 8, Mauerstrasse 44.

INHALT HEFT 1

TEIL A:

Marktzufall oder Marktordnung	
Prof. Dr. Wilhelm Vershofen	3
Marktordnung und Preisbildung	
Dr. Ludwig Erhard	8
Marktordnung, Absatzwirtschaft und Absatzforschung	
Dozent Dr. habil. Erich Schäfer	18
Marktordnung und Markenwesen	
Dr. Georg Bergler	22

TEIL B:

Die deutsche Konsumfertigware im Jahre 1936	
Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware	1

WIRTSCHAFTSPOLITISCHE BLÄTTER DER DEUTSCHEN FERTIGINDUSTRIE

Herausgegeben von Karl Albrecht, Gustav Baum, Ludwig Erhard, Rudolf Görnandt, Albert Hackelsberger, Otto Jung, Heinrich Maurach, Paul Rott, Karl Theodor Thurmman, Wilhelm Vershofen und Adalbert Zöllner
unter Schriftleitung von Ludwig Erhard

Zum Verlagswechsel

Mit dem Beginn ihres neunten Jahrgangs geht die Monatsschrift „Die Deutsche Fertigware“ in den Carl Heymanns Verlag, Berlin, über. Die Herausgeberschaft darf diesen bedeutsamen Abschnitt in der Geschichte der Zeitschrift nicht vorübergehen lassen, ohne dem C. E. Poeschel Verlag in Stuttgart für die Förderung zu danken, die er der Zeitschrift hat angedeihen lassen, und auch nicht, ohne noch einmal in wenigen Sätzen das Aufgaben- und Arbeitsgebiet der Zeitschrift zu umreißen.

„Die Deutsche Fertigware“ ist die einzige Zeitschrift ihrer Art. Diese Einzigartigkeit besteht darin, daß ihr Blick gerichtet ist auf den Markt der gesamten Konsumfertigware. Nicht auf die Ware und den Markt schlechthin, darin besteht ihre Sonderheit; nicht auf irgendeine bestimmte Fertigware, darin liegt ihre Verallgemeinerung. Es gibt zahlreiche und gut geführte Fachzeitschriften für die verschiedensten Marktobjekte. Mit diesen wetteifern zu wollen, wäre überflüssige Kraftanstrengung. Aber es gibt außer der Deutschen Fertigware keine Zeitschrift, die das zum Gegenstand ihrer Tätigkeit macht, was aller Fertigware gemeinsam ist. Das aber ist ein so bedeutsames Gebiet, daß seine Pflege nur mit Schaden für die Gesamtwirtschaft und die Wirtschaftspolitik vernachlässigt werden könnte. Die verbrauchsfertige Ware hat ihre ganz besonderen Absatzwege und Absatzmethoden, sie hat einen besonders gelagerten Markt. Sie darf in dieser Hinsicht nicht mit Rohstoffen und Halbfabrikaten, selbst nicht mit jener fertigen Ware zusammen geworfen werden, die selbst wieder der Fabrikation dienen soll (Betriebsmittel).

Sie hat deshalb ihre eigne Absatzstruktur und ihr eignes Marktschicksal (Konjunktur). Sie hat auch wirtschaftspolitisch ihre besonderen Interessen, deren richtige Einschätzung der Gesamtwirtschaft nur dienlich sein kann.

Dabei ist die Konsumfertigware, wie das gar nicht anders sein kann — Zweck der Wirtschaft ist der Verbrauch — der Menge und dem Werte nach der gewichtigste Teil des Marktvolumens überhaupt. Aber ihre Erzeugung ist in so viele Zweige und innerhalb ihrer wieder in so viele, auch kleinste Betriebe, gegliedert,

daß bei der Vertretung der Einzelinteressen die großen gemeinsamen Gesichtspunkte, ebenso wie der unbedingt erforderliche Austausch der Erfahrungen von Zweig zu Zweig, zu kurz kommen. „Die Deutsche Fertigware“ hat sich durch nunmehr acht Jahrgänge hindurch bemüht, diese bis dahin bestehenden Lücken auszufüllen und die Art und Weise, wie sie sich das Vertrauen der verschiedenen Fertigwarenzweige hat erwerben können, dürfte dafür bürgen, daß sie ihre Aufgabe richtig erkannt und auch nicht allzu schlecht erfüllt hat.

Hier soll noch einmal betont werden, daß diese Erfüllung nur in engstem Zusammenwirken mit der wirtschaftlichen Praxis erreicht werden kann, daß es aber andererseits schon die Allgemeinheit des Interessengebietes erfordert, den Inhalt der Zeitschrift so zu gestalten, daß er strenger wissenschaftlicher Prüfung standzuhalten vermag. Daher die Sachlichkeit und Unseitigkeit der Zeitschrift, die aber keineswegs bedingen, die lederne Zähigkeit einer trockenen Darstellungsweise zu pflegen. Im Gegenteil! Es wird angestrebt, das, was zu sagen ist, so vorzubringen, daß es nicht ermüdet, sondern fesselt. Das ist durchaus nicht unmöglich, denn die breite Basis der Zeitschrift bringt Gesichtspunkte zutage, die vom einzelnen Wirtschaftszweig aus nicht erkannt werden können und die häufig nicht nur besonders interessant, sondern in aller Regel auch besonders wichtig sind.

Verlag und Herausgeber haben sich zusammengefunden, um in der Arbeit der kommenden Jahre den bewährten Zielen mit neuem Auftrieb zu dienen, in dem Bewußtsein, dadurch zu ihrem Teil beitragen zu können zur Erfüllung der großen Aufgaben, die der deutschen Volks- und Gemeinwirtschaft in unserer Zeit gesetzt sind.

Herausgeber und Verlag.

Wilhelm Vershofen / Marktzufall oder Marktordnung

Ein Aufsatz mit Verkehrssignalen.

Erstes Signal: Hier kommt man zunächst in das Gebiet der Weltanschauung! Wer das vermeiden will, beachte erst das zweite Signal.

Zu welchem Zweck und Ende wird gewirtschaftet? Eine solche Frage beantwortet sich nicht aus dem Handgelenk. Verschiedene Zeitalter haben sie überhaupt nicht interessant gefunden, in anderen ist sie gestellt, aber auf die verschiedenste Weise beantwortet worden. So merkwürdig es auf den ersten Anhieb scheinen mag, die Beantwortung dieser Frage verlangt nämlich eine weltanschauliche Entscheidung. Das Wort „Weltanschauung“ ist etwas unter die Scheidemünze des Sprachverkehrs geraten und findet deshalb nicht mehr überall die Beachtung, die es verdient. Bemerkenswert ist ja, daß dieses Wort, wie viele andere voll starker geistiger Beziehungen, deutschen Ursprungs und von anderen Sprachen des westlichen Kulturkreises übernommen ist. Hierher gehören Wörter wie *Vaterland*, *Volksgeist* und *Kultur*, die vom angelsächsischen Sprachkreis aufgenommen worden sind. Es kommt der deutschen Wortprägung gemäß darauf an, wie man die Welt anschaut, welche Schau man von der Welt hat, wenn man die Welt und das Geschehen in ihr beurteilen will. Beurteilen bedeutet zuletzt nichts anderes als werten, und werten muß der Mensch aus seiner Grundbeschaffenheit heraus alles, was ihm widerfährt. Die Bildung einer Weltanschauung entspricht also einem Grundbedürfnis des Menschen. Es ist erstaunlich, wie mannigfaltig dieses Grundbedürfnis befriedigt werden kann. Davon hier nur ein (leicht übertriebenes) Beispiel: „Irgendwann ist durch irgendeinen Anstoß etwas Besonderes passiert und dadurch ist die Welt und alles, was sie enthält, entstanden.“ Bekannt ist in dieser ganzen Aussagereihe nur die Welt und auch die nur in kleinen Ausschnitten. Die Zeit, der Anstoß und was passiert ist, sind gänzlich unbekannt, und doch hat diese Formulierung voller Unbekannten vielen Menschen zur Grundlegung ihrer Weltanschauung genügt. Ihnen erscheint die Welt als Zufall, und was sich fernerhin noch in ihr ereignen wird, das ist ihnen so sicher voraus bestimmbar wie die Ziehung des großen Loses in einer Lotterie. Es ist selbstverständlich, daß einer solchen Anschauung auch keine Möglichkeit gegeben ist, dem Wirtschaften ein festes Ziel zu setzen.

Wir sprechen hier nur von der Wirtschaft des Menschen und möchten uns vielleicht zunächst mit der Feststellung der bloßen Tatsache, daß der Mensch wirtschaftet, um seine Existenz zu erhalten, begnügen. Aber auch diese Aussage ist voller Ungenauigkeiten, denn der Ausdruck Mensch ist in ihr zu allgemein und das Wirtschaften dient nicht nur der Existenzerhaltung, sondern auch der Existenzverbesserung. In Wirklichkeit wirtschaften immer nur Gruppen von Menschen. In primitiven Verhältnissen sind es isolierte Sippen oder Stämme, in unserem eigenen Mittelalter waren es in der Regel isolierte Höfe (Fronhofwirtschaft) und heute sind

es die in staatlichen Verbänden zusammengeschlossenen Nationen, die wirtschaften. Derartige Gruppen von Menschen sind keine bloßen summativen Gebilde oder gar nur Massenanhäufungen, sie sind Gestalten, d. h. Wesen besonderer und verhältnismäßig sehr hoher Art. In diesem Sinne verhalten sich auf einer höheren Ebene die Nationen zueinander wie sich innerhalb ihrer die einzelnen Menschen zueinander verhalten. Sie wetteifern miteinander, sie wirken zusammen, sie stehen im Gegensatz, sie fühlen sich verbunden, je nach ihrer besonderen Art und Lage, kurzum sie machen Geschichte. In der geschichtlichen Entfaltung offenbart sich erst das Wesen der Nation. Und die Offenbarung dieses Wesens ist die Aufgabe, die sie in der Geschichte hat. Die Nation ist auch der Träger ihrer Wirtschaft, und sie wirtschaftet so, daß sie ihre Mission in der Geschichte erfüllen kann. Die Wirtschaft ist also Mittel zum Zweck.

In ungemein verwickelter Weise sind die einzelnen wirtschaftlichen Verrichtungen, die bedeutungsvollsten sowohl wie die geringfügigsten, auf die einzelnen Individuen in der Nation verteilt. Es ist, um mit Hegel zu sprechen, eine Art List der Vernunft, daß diese einzelnen vielfach glauben, sie wirtschafteten nur in ihrem eignen und persönlichen Interesse. Durch diese naive Vorstellung erhält das wirtschaftliche Tun des einzelnen jenen starken Antrieb, dessen die Gesamtheit in ihrem eigenen Heile nicht entbehren kann. Je nach der Lage der Nation gibt es Zeiten, wo es vom Standpunkt des Volksgeistes aus zweckdienlich ist, sie stark einzuengen. In einer solchen Zeit leben wir jetzt in Deutschland. Heute ist es notwendig zu betonen, daß alles Wirtschaften dazu zu dienen hat, daß die Nation ihre geschichtliche Sendung erfüllen kann. Das muß nicht nur im Bewußtsein des einzelnen lebendig gemacht werden, sondern es müssen auch Einrichtungen getroffen werden, die geeignet sind, den einzelnen auf diesem Wege zu leiten und zu führen.

Zweites Signal: Die Organisation der (gewerblichen) Wirtschaft ist ein Instrument der Wirtschaftsführung!

Aus welcher Lage heraus sind die Zwangsorganisationen der Wirtschaft entstanden und wie verhalten sie sich zu den älteren freien Verbänden? Der sogenannte *Friede von Versailles* beendete nur den Krieg mit den Waffen, nicht aber das Bestreben der Feinde, das Deutsche Reich in der Schwäche, die der Ausgang des Krieges mit sich gebracht hatte, zu erhalten. Die Mittel zum Zweck, die angewandt wurden, waren im wesentlichen wirtschaftlicher Natur: Beschlagnahme des deutschen Vermögens im Auslande, Raub der Kolonien, Abtretung von landwirtschaftlichen und industriellen Erzeugungsgebieten, Reparationszahlungen, Handels- und Verkehrsbeschränkungen. Da Deutschland seiner wirtschaftlichen Struktur gemäß auf Weltverkehr angewiesen ist — Bezug von Rohstoffen, Ausfuhr von Fertigwaren, Schaffung von Anlagen im Auslande, Speditionsdienste — mußten die angewandten Mittel alsbald wirksam werden. Die deutsche Zahlungsbilanz wurde passiv und konnte nur durch Schuldenaufnahme im Auslande zum Ausgleich gebracht werden. Die Beschäftigung im Innern ging immer mehr zurück, die Arbeitslosigkeit nahm gefährlichste Formen

an, und jedem Einsichtigen mußte klar werden, daß bei einem Weiterwirken dieser Zustände der Bestand des Reiches selbst gefährdet war. Um es rein wirtschaftlich auszudrücken: Die Deutschland verbliebene wirtschaftliche Kraft reichte nicht mehr aus, um die Existenz der Nation zu sichern. Es gab nur die Möglichkeit, mit dem, was an wirtschaftlicher Potenz geblieben war, so umsichtig und vorsichtig zu verfahren, daß die schlimmsten Gefahren abgewendet werden konnten. Das ist in den letzten vier Jahren in der energischsten Weise durch die nationale Regierung ins Werk gesetzt worden und muß in den nächsten vier Jahren mit vermehrter Energie weiter durchgeführt werden. Damit ist die Notwendigkeit gegeben, den einzelnen immer wieder darauf aufmerksam zu machen, daß er jetzt in einer Zeit lebt, in der es erforderlich ist, das persönliche wirtschaftliche Interesse hinter dem Allgemeininteresse zurückzustellen und es ihm ganz unterzuordnen.

Die wichtigsten Einheiten in unserer heutigen Wirtschaft sind die Betriebe, mögen sie nun der Erzeugung, mögen sie der Verteilung dienen. Aber die Zahl dieser Betriebe ist ungemein groß, und der Art nach sind die Betriebe ungemein mannigfaltig. Es wäre völlig untunlich, den Willen der Allgemeinheit, wie er in der Wirtschaftspolitik des Staates zum Ausdruck kommt, jedem einzelnen Betrieb für sich übermitteln zu wollen. Genau so, wie es untunlich wäre, in jedem einzelnen Falle die Bedürfnisse des einzelnen Betriebes zu prüfen und danach die Wirtschaftspolitik auszurichten. Um den Willen, der der geschichtlichen Sendung der Nation entspricht, in zweckdienliches Geschehen umzupolen, bedarf es der *Zwischengebilde*.

Solche Zwischengebilde hatten sich schon in der vorhergehenden Epoche der wirtschaftlichen Entfaltung in der Gestalt der „Marktverbände“ herausgebildet. Diese Verbände waren zweigwirtschaftlich orientiert, d. h. in ihnen hatten sich die verschiedenen Betriebe eines Wirtschaftszweiges mehr oder minder geschlossen zusammengefunden, um das Marktgeschehen möglichst einheitlich den Interessen des gesamten Zweiges entsprechend zu beeinflussen. Aber diese Verbände beruhten auf den Grundsätzen des freiwilligen Zusammenschlusses und des vertragsgebundenen Handelns. Sie kannten deshalb keine autoritative Führung, sondern mußten stets Beschlüsse herbeizuführen suchen, die von einer möglichst großen Mehrheit getragen wurden. Diese Verbände durchzogen auch nicht alle Gebiete der Erzeugung und der Verteilung, sondern kamen besonders dort stark zur Geltung, wo das Marktobjekt, dessen Regelung sie übernommen hatten, möglichst einfacher Natur war. Was von ihnen ohne weiteres für die neue, von der Zeit geforderte Regelung brauchbar war, das war der zweigwirtschaftliche Gedanke, also ihre allgemeine Tendenz. Das aber genügte nicht, um sie etwa auf dem Wege der Umwandlung und Vervollständigung in die allgemeine Organisation der Wirtschaft einzubauen. So mußte es neben diesen alten Verbänden zu einer neuen umfassenden Organisation kommen, die auf den Grundsätzen des Zwangszusammenschlusses und der staatlichen Führung beruhte. Diese Organisation mußte rasch geschaffen werden, ohne daß der Aufgabenkreis im einzelnen schon hätte fixiert werden können. Eine nicht

genügende Klarheit der Gliederung liegt allemal dann vor, wenn der Hauptton auf die bloß technische Seite — Gemeinschaft der Grundstoffe, verwandter Arbeitsprozeß — gelegt ist, während die Marktseite, die als die Seite des Absatzes die wichtigste ist, vernachlässigt wird. So können zum Beispiel Hohlglas und Geschirrporzellan als viel näher miteinander verwandt betrachtet werden, als etwa Geschirrporzellan und technisches Porzellan, denn die beiden ersten haben gemeinsame Absatzwege, konkurrieren im gleichen Markt und vermögen weitgehend gleiche Verbrauchsdienste zu leisten; die letzten aber haben in all diesen Hinsichten überhaupt nichts gemeinsam. Das wird hier besonders hervorgehoben — es gibt sehr viele solcher Beispiele — weil die neuen wichtigen Aufgaben, die mit dem Ministerialerlaß vom 12. November 1936 überwiesen worden sind, nur dann leicht zu erfüllen sind, wenn in der Gruppe einheitliche Marktausrichtung besteht. Sind aber die Absatzformen und Absatzbedingungen innerhalb der gleichen Gruppe, also z. B. für Fachgruppen und Untergruppen, verschiedene, so wird diese Arbeit ganz besonders verwickelt und in ihren Ergebnissen auch unvergleichbar sein.

Drittes Signal: Das neue Verhältnis der Gruppen zu den Kartellen und der neue Aufgabenkreis.

Zwei Aufgabenkreise, die einander bedingen. Durch den oben erwähnten Erlaß sind die Gruppen der gewerblichen Wirtschaft den Kartellen übergeordnet worden in dem Sinne, daß sie deren Marktpolitik zu überwachen und zu begutachten haben. Damit hat die Regierung den Gruppen eine Funktion übertragen, die sie bis jetzt unmittelbar selbst ausgeübt hat. Zwar behält sich die Regierung auch jetzt noch in besonderen Fällen die Entscheidung vor, aber die Vorbereitung dieser Entscheidung liegt immer bei den fachlich zuständigen Gruppen. Dieses ist der eine neue Aufgabenkreis. Damit die Gruppen den auf diese Weise sich ergebenden Aufgaben gerecht werden können, müssen sie selbst eine möglichst weitgehende Betriebs- und Marktorientiertheit besitzen. Diese aber können sie nur gewinnen, wenn sie eine entsprechende Statistik, Kosten- und Marktforschung treiben.

Bemerkenswerterweise hat sich aus diesem Aufgabenkreis schon innerhalb weniger Wochen der Betriebsvergleich besonders hervorgehoben, und es sind Anzeichen dafür vorhanden, daß man an die schwierigen und, wenn sie richtig betrieben werden, auch sehr lohnenden Arbeiten dieser Art herangehen möchte, ohne daß überall die Voraussetzungen für ein möglichst billiges und dabei doch ergiebiges Verfahren geschaffen sind.

Viertes Signal: Der Weg zum Betriebsvergleich!

Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit ein Betriebsvergleich Nutzen bringen kann? Wie bekannt, war den Gruppen schon von Anfang an die Aufgabe der zweigwirtschaftlichen Statistik zumindest nahegelegt. Viele Gruppen haben sich dieser Aufgabe mit Eifer und Nachdruck gewidmet, ohne daß deshalb auch voll brauchbare Resultate erzielt worden wären. Die Voraussetzung einer zuverlässigen Verbands- oder zweigwirtschaftlichen Statistik ist nämlich die, daß die einzelnen

Betriebe, die erfaßt werden sollen, selbst eine zuverlässige Betriebsstatistik zu führen vermögen. Es gibt aber nur sehr wenige Zweige der deutschen Wirtschaft, die diese Voraussetzung erfüllen. Die Erziehung zur Betriebsstatistik ist nicht minder schwierig wie die Erziehung zur richtigen Kalkulation. Jeder, der sich auf diesen Gebieten betätigt hat, weiß, wie vieles da im argen liegt. Allzuviel ist hier noch dem Zufall überlassen und allzuviel sieht hier aus wie ein Lotteriespiel. Anstatt exakter Angaben werden Schätzungen vorgenommen, anstatt genauer Berechnungen gebraucht man Faustregeln oder den Grundsatz, den Konkurrenten immer um ein paar Prozent zu unterbieten. Als der Verfasser dieser Ausführungen im Jahr 1924 seine Arbeit „*Die Statistik der Wirtschaftsverbände*“ (Nürnberger Beiträge, Heft 1) veröffentlichte, gab es auf diesem Gebiet überhaupt keine Vorarbeit. Aber die Veröffentlichung erschien gerade in jenem Augenblick, in dem größere Wirtschaftsgruppen, wie zumal der *Verband Deutscher Maschinenbau-Anstalten*, sich mit der Absicht trugen, brauchbare Verbandsstatistiken aufzubauen. In dieser Hinsicht fand die genannte Arbeit wohl fruchtbaren Boden, aber dieser Boden ist bis zum heutigen Tage ziemlich beschränkt geblieben. Einer der ersten Verbände der deutschen Fertigware, der sich sowohl mit Statistik wie mit Verbandskalkulation sehr eingehend beschäftigte, war der *Verband Deutscher Porzellangeschirrfabriken, G. m. b. H., Berlin*, der auf diesen Gebieten seit dem Jahre 1919 eine ununterbrochene Tätigkeit entwickelt hat. Trotzdem ist es ihm nicht gelungen, *alle* in Betracht kommenden Betriebe zu einer wirklich zuverlässigen Statistik, wie auch zu einer gleich zuverlässigen Kalkulation zu erziehen. Die Gruppen allerdings werden, da die Autorität des Staates sie trägt, mehr Erfolg haben, in der Hinsicht nämlich, die einzelnen Betriebe veranlassen oder zwingen zu können. Damit ist aber auch bei ihnen noch nichts über die innere Güte dessen, was sie zu erzwingen vermögen, ausgesagt. Zunächst gibt es gar nicht so viele Spezialisten als benötigt werden, wenn in jedem Wirtschaftszweig jeder Betrieb zur sorgfältigen Statistik und Kalkulation anzuhalten sein wird. Aber nicht nur die Erzielung zuverlässiger Unterlagen ist das Problem, auf das es hier ankommt, sondern auch die Verarbeitung dieser Daten, durch die der Betriebsvergleich erst ermöglicht wird, setzt Schulung und Erfahrung voraus, die nicht aus dem Handgelenk zu erwerben sind.

In dem oben zitierten Werk hat der Verfasser den Betriebsvergleich, ohne ihm diesen Namen zu geben, in seiner einfachsten Form wie folgt geschildert: „Die Mitglieder erhalten ... einen monatlichen Positionsnachweis. In diesem Nachweis werden sie davon unterrichtet, an welcher Stelle sie unter allen Verbandsmitgliedern etwa der Menge und dem Werte ihrer Produktion, ihrem Versand, der Arbeiterzahl, der Kosten pro kg Masse usw. nach, in Summa eben dem Güteverhältnis oder der Intensität ihres Betriebes nach stehen. — Es hat sich in der Praxis gezeigt, daß gerade diese Ausweise einen ungemein starken Ansporn zum technischen und geschäftlichen Wettbewerb unter den Mitgliedern bilden, und daß von einem Rosten in der weichen Atmosphäre des Kartells für die einzelnen Werke keine Rede sein kann, wenn das Kartell selbst den Wettbewerb in dieser Weise anfacht. — Selbst-

verständlich erwächst der Technik der Bearbeitung des statistischen Materials durch eine derartige Praxis ein ganz neuer Aufgabenkreis, der schon von der Gruppierung der Erhebungen an zu berücksichtigen ist.“

In diesem Sinne ist ja der Betriebsvergleich auch von der Regierung gewollt; daß er nämlich eine Art der Rationalisierung fördert, die im Interesse der Gesamtwirtschaft gelegen ist. Und weil man in der gegenwärtigen Zeit so wenig als möglich dem Zufall überlassen darf, deshalb muß das wichtige Hilfsmittel aller Wirtschaftsführung, der Betriebsvergleich, nach allen Möglichkeiten hin ausgebaut werden. Aber dieser Ausbau muß ein solider sein, wenn er seine Kosten rechtfertigen und wirklich nützen soll,

Fünftes Signal: Führt der Weg zum Branchevergleich?

Das besondere Interesse der Fertigwarenindustrie am Branchevergleich. Ein Vergleich, dessen Gegenstand nicht die einzelnen Betriebe ein und desselben Wirtschaftszweiges, sondern das Ganze zweier oder mehrerer Wirtschaftszweige ist, wird unter den neuen Aufgaben noch nicht erwähnt. Das braucht nicht zu bedeuten, daß man an ihn überhaupt nicht gedacht hat. Man wird dem Zufall nicht neue Einfallstore öffnen wollen, indem man in dem einen Wirtschaftszweig *jene* Methoden des Vertriebsvergleichs und in einem anderen völlig *andere* sich entwickeln läßt. Sondern man wird darauf bedacht sein müssen, daß die Methoden, soweit es die beobachteten Objekte und Vorgänge überhaupt gestatten, so gleichartig als nur möglich sein sollen. Es ist nämlich für eine aus staatspolitischen Gründen geführte Wirtschaft sehr wichtig, daß gewisse Erfahrungen von Wirtschaftszweig zu Wirtschaftszweig möglichst rasch ausgetauscht werden können. Es ist aber unter Umständen auch sehr wichtig, den verhältnismäßigen Wert eines ganzen Wirtschaftszweiges für die Volkswirtschaft zu erkennen. Gerade die Fertigwarenindustrie findet in der Regel nicht jene Beachtung, die ihrer volkswirtschaftlichen Bedeutung entspricht, hauptsächlich deshalb nicht, weil sie in sehr viele Zweige und innerhalb dieser wieder in sehr viele Betriebe auch der verschiedensten Größenordnung aufgegliedert ist. Für sie wäre es von großer Wichtigkeit, wenn sich aus einem systematisch durchgeführten Branchevergleich Kennziffern für die volkswirtschaftliche Rangordnung ergeben könnten. Das hier aufgezeichnete Aufgabengebiet ist nicht ohne Gefahren, das soll von vornherein zugegeben werden. Aber das bedeutet noch keinen Grund, in ihm dem Zufall mehr Spielraum zu lassen, als unvermeidlich ist.

Ludwig Erhard / Marktordnung und Preisbildung

Die Behandlung dieses Themas macht zunächst einige Vorbemerkungen nach der formalen Seite hin notwendig. Der allzu Wortgläubige könnte aus dem Umstand, daß Preisverabredungen und Preisbindungen auch nach der Anordnung vom 12. November grundsätzlich den marktregelnden Verbänden, also den Kartellen vorbehalten bleiben, während den für die Aufrechterhaltung und Sicherung der Markt-

ordnung verantwortlichen Gruppen der gewerblichen Wirtschaft ein unmittelbares Eingriffsrecht in die Preisbildung nicht zusteht, den Schluß ziehen, daß Preisbildung und Marktordnung nichts miteinander zu tun hätten. Praktisch aber liegen die Dinge so, daß die durch die Aufgabentrennung bedingte reinliche Scheidung von Gruppen- und Kartelltätigkeit notwendig auch zu einer unterscheidenden Bezeichnung und Charakterisierung der beiden Arten von Marktverbänden führen mußte. So verbinden sich zwar heute mit dem Begriff der marktregelnden und der marktordnenden Tätigkeit der Verbände ganz bestimmte, fest umgrenzte Inhalte, ohne daß aber die Begriffe Marktordnung und Marktregelung, abgesehen von solchen organisatorischen Fragen, in sich selbst und in ihrer gegenseitigen Abgrenzung logisch absolut eindeutig zu bestimmen wären.

Unsere Themastellung erscheint uns deshalb auch unbedenklich, denn wer möchte wohl bestreiten, daß die Preispolitik eines der wesentlichsten Instrumente einer auf die Marktordnung hinzielenden Markt- oder Wirtschaftspolitik darstelle. Was anderes will denn auch die Preisverordnung vom 26. November 1936 erreichen, als durch die Tätigkeit des Preisbildungskommissars die sozialpolitische Ordnung — und was wieder ist das anderes als eine Marktordnung — zu gewährleisten. Insbesondere setzt die Durchführung des zweiten Vierjahresplanes eine straffere gegenseitige Bindung von Einkommen und Preisen voraus, die in erster Linie die Kaufkraft (das Realeinkommen) der wirtschaftlich Schwachen sicherstellen soll. Nur aus dieser sozialpolitischen Zielsetzung heraus ist die Forderung nach einem „festen Verhältnis zwischen Löhnen und Preisen“ zu verstehen, obgleich zu betonen ist, daß als korrespondierende wirtschaftliche Größe zu den Preisen nicht allein die Löhne als eine bestimmte Einkommenskategorie, sondern alle auf dem Markte wirksamen Einkommen zu gelten haben. Damit bringen wir bereits zum Ausdruck, daß wir eine gegenseitige Abhängigkeit, eine innere Beziehung zwischen Einkommen und Preisen als gegeben ansehen, die, soweit man die derzeitige Ordnung der Marktwirtschaft nicht überhaupt aufhebt, grundsätzlich auch kein Gesetz auszuschalten vermag. Die Verlautbarung des Reichskommissars für die Preisbildung, daß nicht unter allen Umständen und nicht in jeder Situation Angebot und Nachfrage preisbestimmend sein sollen und sein dürfen, hat wieder einmal die Übereifrigen dazu verleitet, alle volkswirtschaftlichen Regeln und Erkenntnisse außer Kurs zu setzen. Die gleichen Leute, welche die Preisbildung der Kartelle als gemeinschädlich aufs schärfste verurteilen, preisen völlig kritiklos die jetzt allgemein gültige Ordnung.

Demgegenüber bedarf es der ausdrücklichen Feststellung, daß die Preisverordnung nicht von der Absicht geleitet ist, „für ewige Zeiten ein starres, unbewegliches System aufzubauen“, sondern daß diese vielmehr dem Preiskommissariat von einer Ruhelage aus das gesicherte Fundament zu einer bewußten, aber doch gleichzeitig organischen Preisbeeinflussung verschaffen soll. Angesichts der unabdingbaren Forderung nach Stabilität der Währung muß auch die Stabilität der Nominal-einkommen gewahrt bleiben, um nicht von der Nachfrageseite aus die Güterpreise auf ein Niveau zu heben, das unter Berücksichtigung der Wechselkurse jeglichen

internationalen Verkehr ausschließt und auf diese Weise zwangsläufig die Währungsrelation sprengen muß. Selbstverständlich kann diese Forderung nach Stabilität der Nominaleinkommen nicht so verstanden werden, als ob das in Währungseinheiten ausgedrückte Volkseinkommen nicht mit höherer Leistung der nationalen Wirtschaft, also mit einer Vermehrung des Sozialprodukts, ebenfalls eine entsprechende Erhöhung erfahren dürfte. Entscheidend bei dieser Überlegung ist nur der Grundsatz, das Arbeitsentgelt für eine gleiche Leistung (also z. B. die Stundenlöhne) nominell nicht zu erhöhen. Sofern man nun in einer solchen Wirtschaft der nominellen Werteinheit auch die gleichbleibende Kaufkraft sichern will, erscheint eine Stabilisierung auch der Preise unerlässlich.

Nun lehrt uns die Entfaltungsgeschichte der modernen Geld- und Marktwirtschaft, daß es nicht in jeder wirtschaftlichen Situation erforderlich ist, ein auf längere Sicht stabiles und sozialpolitisch tragbares Verhältnis zwischen Einkommen und Preisen durch bewußte Maßnahmen oder selbst staatliche Eingriffe herbeizuführen, wenngleich sie auch nicht zu bestätigen vermag, daß das freie Spiel der Kräfte stets diese Harmonie verbürge. Dieses Streben nach einer wirtschaftlichen Ordnung, nach einer Gleichgewichtslage der wirtschaftlichen Kräfte, gipfelt zuletzt immer in der Frage nach dem „gerechten“ Preis. Die schier unlösbare Schwierigkeit aber ist die, den allgemein gültigen Maßstab für das, was als gerecht zu gelten hat, aufzufinden. Dem Liberalismus ist mit Recht der Vorwurf zu machen, daß er das wirtschaftliche Leben in all seinen Erscheinungen nur als einen mechanischen Ablauf verstanden hat, ohne zu bedenken, daß diese Wirtschaft von Menschen getragen wird und menschliche und soziale Schicksale damit verknüpft sind. Nach ihm war der Preis, derjenige Marktpreis für Waren und Dienste gerecht, der dem jeweiligen Größen- und Kräfteverhältnis entsprach. Betrachten wir demgegenüber in der Sphäre der Betriebe die Kostenpreise auf Grund der tatsächlichen Aufwendungen, so müssen wir zwar dem Unternehmer zugestehen, daß dieser Preis von seinem Standpunkt aus gerechtfertigt erscheint, obwohl er selbst zur Genüge weiß, daß in diesem Falle der Markt seine Forderung nicht immer als „gerechten“ Preis anerkennt. Und ebensowenig wie dieser Einzelpreis kann ein irgendwie errechneter Durchschnittspreis aus einer Mehrzahl von Betrieben gleicher Branche als ein in diesem umfassenden Sinn gerechter Preis festgelegt werden. Wenn heute die Forderung erhoben wird, die Preise seien auf einer Ebene zu stabilisieren, die den wirtschaftlich Schwachen ihren Anteil am Sozialprodukt sichere, so verdient auch dieser Standpunkt, der im Interesse des Volksganzen soziale Spannungen und Erschütterungen vermieden sehen will, Anerkennung. Den „gerechten“ Preis, den wir begrifflich überhaupt nur als einen Durchschnitt aus allen vorkommenden Preisen verstehen können, werden die Menschen so wenig finden, wie den Stein der Weisen. Denn ein solches Beginnen müßte zunächst voraussetzen eine absolute Statik, während wir alle wissen, daß Wirtschaften ein im höchsten Maße dynamisches Geschehen darstellt. Wenn das so ist, und daran kann nicht gezweifelt werden, dann bedeutet aber auch Marktordnung nichts Starres, sondern auch diese kann nur aus der Lage des Augenblicks

heraus beurteilt werden. Diese Erkenntnis allerdings kann und darf nun nicht dazu verleiten, die Hände resigniert in den Schoß zu legen; viel eher möchten wir das Gegenteil behaupten. Wenn wir wissen, daß es den gerechten Preis nicht geben kann, dann eben kann nur der Preis gerecht sein, der vom Standpunkt der Wirtschaftsgemeinschaft — und das ist die Nation — geeignet erscheint, die Verwirklichung der nationalpolitischen Notwendigkeiten und Ziele sicherzustellen.

Die Aufgabe, die dem Preiskommissar für die Preisbildung gestellt ist, konnte also nur dahin lauten, einen unter den vorstehenden Gesichtspunkten gerechten Preisausgleich herbeizuführen. Die Durchführung dieser Verordnung wird nach eigenen Erklärungen des Preiskommissars ein hohes Maß von Opferbereitschaft fordern müssen, denn trotz des Bestrebens, ungebührliche Härten zu vermeiden und trotz vorgesehener Ausnahmegestimmungen wird es nicht immer möglich sein, selbst individuell berechtigten Ansprüchen Erfüllung zu gewähren. Der entscheidende Wendepunkt in der Auffassung vom Wesen der Wirtschaft, der auch in dieser Maßnahme zum Ausdruck kommt, und den insbesondere die Nürnberger Schule unter der geistigen Führung von Wilhelm Vershofen seit langem vertritt, ist der: Die Wirtschaft ist nicht als ein Mechanismus zu begreifen, der nach festgesetzten Regeln und ewigen Gesetzen abläuft; nicht die sachlichen Verhältnisse, sondern die menschlichen und gesellschaftlichen Beziehungen sind die Elemente und Triebkräfte alles wirtschaftlichen Geschehens. Demgemäß sind auch Angebot und Nachfrage nicht in rechenhafter Gegenüberstellung von neutralen Größen aufzufassen, sondern sie sind in erster Linie Ausdruck menschlichen Tuns und Wollens. Auf dem Markte begegnen sich nicht Angebot und Nachfrage, sondern die Menschen und die gesellschaftlichen Gruppen, die anbieten und nachfragen und dabei von den verschiedensten Wünschen und Absichten geleitet sind. Wohl hat die Entfaltung des Marktes aus sich selbst heraus seit je organisch die Einrichtungen und Spielregeln entwickelt, die diese Beziehungen möglichst reibungslos gestalten sollen, aber diese Marktordnung ist fortwährenden Wandlungen unterworfen und erfordert auch heute Maßnahmen, die vielen unter uns unverständlich erscheinen mögen. Wer jedoch den Menschen in den Mittelpunkt des wirtschaftlichen Geschehens stellt, der muß auch notwendig erkennen, daß die Forderung nach Sicherung der Kaufkraft der volksmäßig überwiegenden Einkommensschicht als entscheidendes Prinzip der Marktordnung keiner weiteren Rechtfertigung bedarf.

Wenn trotzdem die Verwirklichung politischer Ziele im Bereiche der Wirtschaft Widerständen begegnet, so daß bei Laien vielfach der irrtümliche Eindruck mangelnder Einsatzbereitschaft der hier verantwortlich tätigen Menschen vorherrscht, so muß in Ergänzung unserer Ausführungen notwendig darauf hingewiesen werden, daß der Mensch in seinen wirtschaftlichen Handlungen trotz aller Unberechenbarkeit doch nicht völlig frei ist. Größe und Zusammensetzung des Sozialprodukts einerseits und die Höhe des Volkseinkommens andererseits stellen Realitäten dar, die nicht nur von zwingendem Einfluß auf die gesamtwirtschaftlichen

Verhältnisse eines Landes sind, sondern auch die Freizügigkeit des einzelnen Individuums weitgehend einengen.

Wir glauben jedenfalls, dem Gebot der Stunde nicht besser dienen zu können, als durch eine phrasenlose Darstellung des Sachverhaltes das Verständnis für die nationalpolitischen Notwendigkeiten zu wecken, weil wir der Ansicht sind, daß Opfer derjenige leichter und freudiger zu tragen bereit ist, der um die Voraussetzungen weiß und Weg und Ziel erkennen kann. Soweit bei diesem Unterfangen grundsätzliche volkswirtschaftliche Fragen zu erörtern sind, werden wir uns einer möglichst knappen und verständlichen Darstellung befleißigen. Die wiederholt vorgenommene Gegenüberstellung von Einkommen und Preisen besagt selbstverständlich nicht, daß diese beiden Faktoren jeweils selbständige und beziehungslose wirtschaftliche Größen darstellen. Vielmehr sind Einkommen und Preise so eng miteinander verkoppelt, daß es berechtigt ist zu sagen, sie seien nur verschiedene Ausdrücke eines gleichen wirtschaftlichen Vorgangs. Mit der Gütererzeugung entstehen im gleichen Rhythmus die Einkommen, die deren Träger wieder in die Lage versetzen, das auf den Markt gelangende Sozialprodukt nach Maßgabe ihrer Zuleistung zu erwerben und zu verzehren. Das Sozialprodukt als Mengenbegriff erfährt dabei in der Geldwirtschaft durch die Preisbildung einen Wertausdruck, der die vergleichbaren Beziehungen zum Nationaleinkommen zuläßt. Preise stellen also, gleichgültig ob sie in Preis- oder in Mengeneinheiten ausgedrückt werden, doch immer Mengenverhältnisse dar. Wenn in einer primitiven Wirtschaft ein Tongefäß gegen zwei Körbe ausgetauscht wird, so besagt das in unserer Sprache, daß ein Tongefäß zwei Weidenkörbe kostet. Nichts anderes bringen auch die Preise der modernen Wirtschaft zum Ausdruck. Fahren wir in der obigen Betrachtung fort, dann wäre festzustellen, daß die Summe aller Einkommen der Summe aller Preise gleich sein müßte und eine Störung dieser Relation im ganzen auch dann nicht eintreten könnte, wenn es einzelnen gelänge, sich auf Kosten anderer zu bereichern. Der Versuch, in einer Wirtschaft das Preisniveau im ganzen zu erhöhen, ohne gleichzeitig das Nominaleinkommen zu steigern, müßte scheitern, da ja die nominelle Kaufkraft fehlen würde, die Güter in vollem Umfang vom Markte zurückzukaufen. Nur aber, wenn das möglich wäre, könnten die Anbieter von Waren ein Interesse an derartigen Bestrebungen haben.

Wenn wir in der deutschen Wirtschaft in den letzten Jahren ein langsames, aber stetiges Ansteigen der Preise feststellen können, so liegen die Ursachen hierzu offenbar nicht in einem solchen untauglichen Versuch begründet, dem mit Polizeigewalt sehr wohl zu begegnen wäre, sondern diese Erscheinung hat andere, tiefer liegende, aber auch ernster zu nehmende Bestimmungsgründe. Wir wissen, daß in der modernen Wirtschaft nicht alle erzeugten Güter auf den Markt kommen, dort aber wohl auch das Einkommen als wirksame Nachfrage in Erscheinung tritt, das mit der Erzeugung von Produktionsmitteln — von Kapitalgütern schlechthin — zur Entstehung gelangt. Daraus leitet sich die volkswirtschaftliche Regel ab, daß der Umfang der Kapitalgütererzeugung von dem Ausmaß der Spartätigkeit abhängig bleiben müsse, denn der mit Sparen geübte Verzicht auf Konsummöglichkeiten setzt jene, die Sparkapitalien

aufnehmenden Industrien und die darin tätigen Menschen in die Lage, ihrerseits Kapitalgüter zu schaffen und gleichzeitig marktbereite Genußgüter zu verzehren, ohne dadurch das wirtschaftliche Gleichgewicht zu stören und das Preisgebäude zu gefährden. Nun aber wissen wir, daß die Sparkapitalbildung zusammen mit dem Steueraufkommen des Reiches seit Jahren nicht hinreichen, um die Mittel zu gewinnen, die erforderlich sind, um die im Interesse des deutschen Volkes und der Nation als lebenswichtig angesehenen Aufgaben durchzuführen. Nur mit Hilfe zusätzlicher Kreditfinanzierung konnte und kann es gelingen, das Riesenwerk des ersten und nun auch zweiten Vierjahresplanes zu verwirklichen. Aber wir müssen uns dabei bewußt sein und die Regierung hat es auch nicht versäumt, immer wieder darauf hinzuweisen, daß diese Voraueskomptierung künftiger Spartätigkeit von der heutigen Generation und künftigen Geschlechtern Opfer fordert, die sich nicht anders als in einer Beschränkung unserer Konsumkraft auswirken können.

Es erscheint uns an dieser Stelle zweckmäßig, auch diesen Sachverhalt an einem übersichtlichen primitiven Beispiel zu erläutern. Wir vergleichen die Lage unseres Landes heute häufig mit der einer belagerten Festung und es ist von da aus nicht schwer, die Verhältnisse auf eine geschlossene und isolierte Hauswirtschaft zu reduzieren. Auch dort wird sich ganz organisch und den vorherrschenden Umständen gemäß ein Verhältnis herausbilden, wie viele Menschen dieser Gruppe mit der Beschaffung von Genuß- und Verbrauchsgütern betraut sind und wie vielen anderen wieder die Sorge um die Erhaltung von Haus und Hof, die Herstellung von Geräten und dergleichen mehr obliegt. Ganz offensichtlich ist in dieser Gruppe das Ausmaß der vorhandenen Konsummöglichkeiten weitgehend von diesem Verhältnis abhängig und niemanden wird es verwundern, wenn im Falle einer der Gemeinschaft drohenden Gefahr, die eine Vielzahl von Gruppenmitgliedern zur Errichtung von Schutzbauten zwingt, die täglichen Rationen kleiner werden. Wäre in dieser Gruppe für die Zuteilung ein Magazinverwalter verantwortlich, so könnte es keinem einfallen, jenem die Schuld an dieser notwendig gewordenen Einschränkung aufzubürden; aber die Gruppengemeinschaft wird mit Recht von ihm fordern, daß er die vorhandenen Genußgüter gerecht, d. h. so verteilt, daß allen Gruppenmitgliedern die Lebensmöglichkeit erhalten bleibt.

Es fällt nicht schwer, von dieser Betrachtung wieder an das heutige Geschehen anzuknüpfen. Die Funktion des Magazinverwalters wird in der modernen Wirtschaft durch die Preisbildung besorgt, die das Mittel darstellt, um den einzelnen zu Einschränkungen in seiner Lebenshaltung zu zwingen. Wenn heute durch die Tätigkeit des Preiskommissars wieder eine Art Magazinverwalter über die Verteilung des Sozialprodukts wacht, dann darf das deutsche Volk von ihm ebensowenig eine Vergrößerung der Rationen, sondern auch hier nur einen gerechten Ausgleich erwarten. Von hier aus erkennen wir erst völlig den Sinn der Preisverordnung, von einem stabil gehaltenen Preisgebäude aus einen Überblick über die Lebensmöglichkeiten der untersten Einkommenschichten zu gewinnen, um dann bewußt lenkend eingreifen (und das will heißen: verteilen) zu können. Die Preise und ihre Ent-

wicklungstendenz, deren Bedeutung viele in völlig irriger Auffassung der Verordnung vorschnell und ohne Überlegung leugnen zu müssen glaubten, stellen gerade eines der wichtigsten sozialpolitischen Erkenntnismittel dar, deren der Preiskommissar zur Erfüllung seiner Aufgabe nicht entraten kann und wo immer er einzugreifen beabsichtigt, vermag auch er das nur mittels der Preisbildung. Mit diesem Instrument lenkt er aber gleichzeitig auch Angebot und Nachfrage, und darum ist es ebenso abwegig, auf Grund einer meist falsch verstandenen Äußerung des Preiskommissars das Verhältnis von Angebot und Nachfrage als für die Preisbildung heute bedeutungslos einfach abzutun.

Ganz eindeutig glauben wir mit dieser Darstellung den engen Zusammenhang von Preisbildung und Marktordnung herausgestellt zu haben. Indem der Preiskommissar in die Preisbildung eingreift, verändert er das Gefüge der Wirtschaft in der Richtung einer Marktordnung, die als verbindlichen Maßstab die Sicherung der Lebenshaltung der breiten Massen setzt. Daß dieser Grundsatz selbst in hervorragendem Maße ein Ordnungsprinzip verkörpert, das für das Schicksal der Nation bedeutungsvoll ist, kann nicht geleugnet werden. Wir gewinnen aber noch eine weitere Erkenntnis. Die Preisverordnung ist, im ganzen genommen, nicht als eine Polizeimaßnahme zu verstehen, um die gewerbliche Wirtschaft zur Ordnung zu rufen, sondern sie schafft ein neues Instrument der Marktordnung, um von einer höheren Warte aus dort einzugreifen und zu lenken, wo die private Initiative mangels hinreichenden Einblicks nicht mehr wirksam werden kann und staatliche Autorität die Befolgung einer einheitlichen Linie sicherstellen muß. Dieser Erlass mußte nicht deshalb erfolgen, weil es einzelnen sozialen Schichten oder Berufsgruppen an nationalpolitischer Gesinnung oder sozialem Verantwortungsbewußtsein ermangelt hätte, sondern er ist aus der wirtschaftlichen Lage heraus erforderlich geworden. Wenn das noch weiterer Unterstreichungs bedarf, so sei darauf hingewiesen, daß nicht nur das Wirksamwerden zusätzlicher Kaufkraft aus dem Bereich der Kapitalgütererzeugung auf dem Markt der Konsumgüter eine preisstärkende Tendenz auslösen muß, sondern daß auch die Notwendigkeit zur Schaffung eigener und zunächst noch teurerer Rohstoffe, verbunden mit einer Verknappung an ausländischen Rohstoffen, notwendig eine Preiserhöhung vieler Verbrauchsgüter zur Folge hat. Je mehr wir uns dieser weitreichenden Strukturverlagerung bewußt werden, drängt sich uns die Erkenntnis auf, daß das wirtschaftende Individuum in der heutigen Wirtschaft, auf sich gestellt, versagen müßte und nur auf der Ebene zweigewirtschaftlichen Denkens und Handelns die Probleme noch lösbar erscheinen.

Unsere Auffassung über die vom Preiskommissariat auszuübende Funktion muß notwendig zu der Feststellung führen, daß auch der Wirtschaftslenkung in bezug auf das Ausmaß der zusätzlichen Kapitalschöpfung Grenzen gesetzt sind. Das Verhältnis von Kapitalgüter- und Verbrauchsgütererzeugung muß, soweit nicht der Umfang echter Sparkapitalbildung das natürliche Regulativ darstellt, so gehalten werden, daß die aus beiden Produktionssphären gewonnenen Einkommen auf dem Markt der Konsumgüter einem Angebot begegnen, das zur vollen Deckung des gesellschaft-

lichen Bedarfs hinreicht. Diesem quantitativen Problem gegenüber ist sogar die Frage der Preisbildung als dem Instrument der Zuteilung von relativ untergeordneter Bedeutung. Wenn z. B. die Statistik ausweist, daß die Verbrauchsgütererzeugung von 1933 bis 1936 eine rund 16%ige Zunahme erfahren hat, so steht fernab jeder Preisüberlegung eindeutig fest, daß das dem deutschen Volk in seiner Gesamtheit zur Verfügung stehende genußreife Sozialprodukt eine Ausweitung erfahren hat, die eine Verbesserung seiner Lebensmöglichkeit bedeutet. Erst unter Ansehung der Preise und der Einkommen wäre zu erkennen, ob und in welcher Weise dadurch die Konsumverhältnisse einzelner Schichten und Berufsklassen eine Veränderung erfahren haben. In diesem Falle wissen wir ja alle sehr wohl, daß es in erster Linie die nahezu fünf Millionen Arbeitslosen mit deren Frauen und Kindern gewesen sind, die durch das nationale Aufbauprogramm Arbeit und Brot gefunden haben, während auf breiter Grundlage den Lohn- und Gehaltsempfängern noch keine Verbesserung ihrer Lebenshaltung zuteil werden konnte. Wenn wir, um den vorliegenden Sachverhalt zu beleuchten, darauf hinweisen, daß die Preise für einzelne Gütergruppen im gleichen Zeitraum 1933/36 eine teilweise doch recht beachtliche Zunahme erfahren haben (Agrarstoffe insgesamt 20%, industrielle Konsumgüter 13,5%), so verstehen wir zwar, warum sich das Realeinkommen im einzelnen nicht erhöhen konnte, ja vielleicht sogar verschlechtern mußte, aber wir dürfen doch eben nie vergessen, daß der der deutschen Wirtschaft zur Verfügung stehende Verbrauchsgüterfonds in seiner Gesamtheit eine Ausweitung erfahren hat. Die derzeitigen Kaufkraftverhältnisse erscheinen uns manchmal auch deshalb nicht voll verständlich, weil das deutsche Wirtschaftsleben ein Bild stärkster Anspannung und Intensität bietet, das den oberflächlichen Betrachter recht leicht zu der Meinung verleiten kann, diese so außerordentlich vermehrte Arbeitsleistung müßte sich notwendig auch in einem starken Anstieg der Konsummöglichkeiten des Volkes wie auch des Lebensstandards des einzelnen äußern. Berücksichtigen wir aber, daß einer Zunahme der Verbrauchsgütererzeugung von 16% eine Steigerung der Produktionsgütererzeugung von über 100% gegenübersteht, die nur zu einem Teil aus echter Spartätigkeit und Steuererträgen finanziert werden konnte, dann fällt es nicht mehr schwer, dieses Phänomen zu begreifen. Das Produkt der in der Produktionsmittelsphäre geleisteten Arbeit gelangt ja nicht auf den Verbrauchsgütermarkt, wohl aber treten die in der Produktionsmittelindustrie erzielten Einkommen auf jenem Markte gütlich in Erscheinung, ohne daß dort über den Umfang der Spartätigkeit und der Besteuerung hinaus durch Verzicht auf Konsummöglichkeiten ein dieser zusätzlichen Nachfragegröße entsprechender Güterfonds bereitgestellt wäre oder bereitgestellt sein könnte. Diese Zusammenhänge sind einfach nicht aufzulösen; in ihnen spiegeln sich die Realitäten wider, die das wirtschaftliche Geschehen gegenüber den politischen und kulturellen Wandlungen so schwerfällig erscheinen lassen. Wir haben Verständnis dafür, daß es angesichts dieser erhöhten Nachfrage sozialpolitisch nicht vertretbar erscheint, den sich aus dem Kräftespiel von Angebot und Nachfrage entwickelnden Preis als „gerecht“ anzuerkennen, auch wenn wir die marktpolitische Berechtigung

dieses Preises nicht bestreiten können. Es zeigt sich heute ja auch deutlich genug, daß die bewußte Herbeiführung einer Stabilität der Preise von Warenerzeugern und -anbietern u. U. materielle Opfer zugunsten derjenigen erfordert, deren Kaufkraft durch die Preispolitik geschützt werden soll. Es ist wohl gerecht, wenn die im nationalen Interesse notwendigen Opfer den wirtschaftlich stärkeren Schichten aufgelastet werden, aber es erscheint auch hier nicht müßig, auf die Grenzen dieser Belastungsfähigkeit, die in der Rentabilität der Betriebe liegen, hinzuweisen. Wirtschaftliche Unternehmungen sind zwar privatwirtschaftlich vom Ertragsstreben geleitet, aber sie sind vor allem die Träger der volkswirtschaftlichen Gütererzeugung und damit zugleich der Einkommensbildung. Die Zunahme des deutschen Volkseinkommens von 46,5 Milliarden Mark im Jahre 1933 auf 61,5 Milliarden Mark im Jahre 1936 verkörpert das Schaffen der deutschen Wirtschaft, an der Tausende von Unternehmungen mit Millionen von Gefolgschaftsmitgliedern ihr Teil zugeleistet haben. Daß diese 36%ige Einkommenssteigerung gegenüber einer nur 16%igen Zunahme der Verbrauchsgütererzeugung eine Preissteigerung auslösen mußte, kann uns nicht überraschen und nicht erschrecken. Aus der Erkenntnis der Ursachen und Zusammenhänge gewinnen wir auch immer die Sicherheit zur Ergreifung der wirksamen Maßnahmen. Besondere Beachtung verdient im übrigen der Umstand, daß dieses Volkseinkommen von 61,5 Milliarden Mark in vergleichbarer Kaufkraft von 1928 einen Nominalwert von 74 Milliarden Mark repräsentiert, denn dieser Vergleich beweist, daß unsere Preise trotz der heute unvergleichlich ungünstigeren Produktionsverhältnisse noch wesentlich unter dem Niveau des Jahres 1928 liegen. Dieser Tatbestand läßt nicht nur auf eine höhere Ergiebigkeit der heutigen Wirtschaft schließen, sondern er bestätigt auch die verantwortungsbewußte Haltung aller für die Preisentwicklung maßgebenden wirtschaftlichen Kräfte. Unsere Betrachtung entbehrte im übrigen der Vollständigkeit, wenn nicht noch darauf hingewiesen werden würde, daß das Maß der vorhandenen Konsummöglichkeiten allein nichts Endgültiges über den Reichtum und die Wohlfahrt einer Nation auszusagen vermag. Erfährt durch unseren Verzicht an augenblicklichen Genüssen und Freuden das deutsche Volksvermögen eine Bereicherung und gewinnen wir mit solchen Opfern Freiheit und Sicherheit für kommende Geschlechter, dann finden wir darin ein Äquivalent unserer Sorgen und Mühen.

Wir kommen zum Schluß und betonen nochmals: Der Preis ist Erkenntnismittel und ist ein Instrument der Verteilung, gleichgültig, ob wir dabei den Marktpreis oder den verordneten Preis im Auge haben. Es ist müßig, über den gerechten Preis zu streiten, weil es zu dessen Beurteilung keine ewigen Maßstäbe geben kann. Die Forderung des Preiskommissars jedoch nach Preisen, die den Minderbemittelten die Lebensmöglichkeit sichert, ist über alle Zweifel gerecht und wir können deshalb auch erwarten, daß er zu dieser Verteilungsmaßnahme die gerechten Preise finden wird. Mehr zu erreichen vermag er nicht.

Die deutsche Wirtschaft jedoch, deren Wirtschaftlichkeit durch die Preisverordnung vielfach auf eine noch schämlere Basis gestellt ist, wird neue Mittel und Wege

zu ersinnen haben, um die Ergiebigkeit der Leistung zu steigern. Nur wenn es gelingt, bei gleichem Aufwand die Kosten zu senken oder zu gleichen Kosten die Leistung zu erhöhen, verbessert sich der Gütegrad der Wirtschaft und läßt dann schließlich die heute fest verankerten Preise auch vom Kostenstandpunkt als wieder gerechtfertigt erscheinen. Die Verbesserung der Lebenshaltung der breiten Massen ist, ohne die Existenz der Unternehmungen zu gefährden, auf die Dauer nur durch eine solche Leistungsverbesserung der Wirtschaft möglich, wie davon auch in gleicher Weise das Tempo der weiteren Kapitalgütererzeugung abhängig bleibt. Es hat also seinen guten Grund, wenn heute die Forderung nach Leistungsverbesserung und Leistungssteigerung zum Kernproblem der Marktordnung gestempelt wird, denn mittels der autoritär gehandhabten Preispolitik lassen sich wohl Schönheitsfehler und Ungerechtigkeiten beseitigen, nie aber kann dadurch auch nur ein Laib Brot mehr zur Verteilung kommen. Es geht aber zuletzt nur darum, das Sozialprodukt, und zwar das genußreife Sozialprodukt zu vermehren. Nachdem heute freie Arbeitskräfte nicht mehr zur Verfügung stehen und die Kapitalgüterindustrien Arbeitskräfte noch nicht abgeben können, bleibt kein anderer Weg als der, den Gütegrad der Wirtschaft zu verbessern. Leider hat in unseren Köpfen der Gedanke der Rationalisierung so tief Wurzel gefaßt, daß wir, wenn von Leistungsverbesserungen die Rede ist, immer nur an technische Maßnahmen denken, während beispielsweise die u. E. viel bedeutenderen Möglichkeiten und Maßnahmen zur Herbeiführung einer markt- und bedarfsgerechten Absatzgestaltung (wir verweisen in diesem Zusammenhang auf den Beitrag von Erich Schäfer: Marktordnung, Absatzwirtschaft und Absatzforschung) noch kaum gesehen und noch weniger geprüft wurden. Es ist charakteristisch für das wirtschaftliche Denken unserer Zeit, daß wir dabei über die Grenzen des Betriebes kaum hinauskommen und auch in diesem Bereich nur das sehen und verbessern wollen, was sich mechanistisch erfassen und regeln läßt. Deshalb erschöpfen sich die Marktordnungsbestrebungen auch noch zu sehr in Rationalisierungsmaßnahmen, worunter wir in gewissem Sinn trotz ihrer weiterreichenden Zielsetzung auch die Anstrengungen auf Einführung eines einheitlichen Rechnungs- und Kalkulationswesens zählen können. Das Feld der recht verstandenen Marktordnung aber — das sagt schon der Name — ist der Markt, mit dem jedes wirtschaftliche Unternehmen in allen Fragen seines Absatzes schicksalhaft verbunden ist. Eine Ordnung von Sachen ist freilich viel leichter zu bewerkstelligen als eine Ordnung menschlicher und gesellschaftlicher Beziehungen und es ist deshalb auch verständlich, wenn Absatz- und Vertriebsprobleme als sog. „heiße Eisen“ gerne zurückgestellt werden. Es ist jedoch ein verhängnisvoller Irrtum, die Möglichkeit einer Erhöhung des Gütegrades der Wirtschaft nur in einer Verbesserung der technischen Leistung wie überhaupt nur in mechanistisch-technischen Maßnahmen erblicken zu wollen. Wirtschaften ist eine Äußerung des gesellschaftlichen Lebens und darum müssen vor allen Dingen die mannigfachen Beziehungen der wirtschaftenden Menschen und Gruppen untereinander in eine sinnvolle Ordnung gebracht werden. Sachliche Einrichtungen sind zu rationalisieren, menschliche und gesellschaftliche Beziehungen aber, wie sie der Markt verkörpert, können nur geordnet werden.

Erich Schäfer / Marktordnung, Absatzwirtschaft und Absatzforschung

I.

Mit den Worten „Markt“ und „Absatz“ verbinden wir begriffliche Vorstellungen, die eng miteinander zusammenhängen, ja, zu einem erheblichen Teile identisch sind. Daher könnte es überflüssig erscheinen, dem Verhältnis der Marktordnung zur Absatzwirtschaft der einzelnen Unternehmungen eine besondere Betrachtung zu widmen. Es zeigt sich aber, daß sich die marktordnenden Maßnahmen und Leitlinien keineswegs auf die Absatzfunktion der Betriebe beschränken, sondern in dem Bestreben, auch auf die Marktbedingungen Einfluß zu nehmen, sowohl die Produktion wie den Verbrauch in die gesamtwirtschaftlich notwendige Richtung zu lenken trachten. Daher sollen hier einmal in aller Kürze einige Gedanken über die besondere Einwirkung der nationalsozialistischen Marktordnung auf die absatzwirtschaftliche Sphäre der Einzelbetriebe ausgesprochen werden. Anschließend kann dann angedeutet werden, inwiefern und auf welchen Gebieten die moderne Absatzforschung zu einer Erhöhung der Marktordnung beitragen kann.

II.

Ein Blick auf die historische Entwicklung kann uns zeigen, daß mit der Intensivierung des Wirtschaftens und des Marktes immer mehr Anlässe und Möglichkeiten zur Entstehung von Marktunordnung beseitigt oder doch einzuschränken versucht wurden. Das hat auf seine Weise schon Werner Sombart erkannt, besonders bewußt ist dieser Prozeß aber von Wilhelm Vershofen erfaßt und dargestellt worden (Die Marktverbände, Nürnberg 1928, und Wirtschaft als Schicksal und Aufgabe, Darmstadt 1930). Zunächst wurden im allgemeinen die größten Möglichkeiten zu Unordnung im Marktvorgang in Angriff genommen. So hat man durch das behördliche Eichen der Gewichte vermieden, daß sich der Verkäufer beim Auswiegen seiner Ware ungerechtfertigte Vorteile verschafft, womit ein den Marktvorgang unsicher machendes und damit hemmendes Element weitgehend unterdrückt war. Ähnlich ging es mit der staatlichen Regelung des Geldwesens. Die Möglichkeit, in die Markterwägungen und Markthandlungen Vorteile durch unterwertiges oder untergewichtiges Metallgeld einzubeziehen, ging damit verloren. Mehr durch die Entwicklung der Handelsgebräuche als durch obrigkeitliche Regelungen kam es — mindestens im Abendland — im Laufe der letzten Jahrhunderte immer mehr dahin, daß das Aushandeln des Preises beim Kaufakt und — eng damit zusammenhängend — die willkürlich differenzierende Preisstellung („Gesichtspreise“ usw.) immer mehr verschwanden. Vielfach bedurfte es dazu allerdings besonderer Abmachungen innerhalb der Angehörigen einer anbietenden Marktpartei. Andere Gebiete mit ähnlicher Entwicklung sind die Zielgewährung beim Warenverkauf, der Musterschutz, das Warenzeichenrecht.

Sucht man — selbst auf die Gefahr hin, den Dingen einigen Zwang anzutun — die bis hierher angedeutete Entwicklung, die etwa bis in den Anfang des 20. Jahrhunderts reichen mag, auf eine allgemeine Formel zu bringen, so kann man etwa folgendes sagen: Gemeinsam ist diesen marktordnenden Vorgängen dies eine, daß sie gewisse Übelstände, die Störungen in das Marktgeschehen bringen oder bringen können, durch gesetzliche Vorschrift oder durch freiwillige Abmachung abzustellen suchen. Die Einstellung dabei scheint uns etwa die zu sein: das Markten ist eine Art sportlichen Spiels. Damit es dabei — wie etwa beim Fußball oder beim Fechten — anständig und gerecht zugehe, müssen die Kampfregeln festgelegt werden. Hierdurch wird für die beiden Marktparteien (Verkäufer und Käufer) größere Klarheit geschaffen über das, was der „Gegner“ nicht tun darf. Im übrigen läßt man dann dem Marktspiel seinen Lauf.

III.

Die neuere und neueste Entwicklung, insbesondere in der Wirtschaftspolitik des Dritten Reiches, geht nun zweifellos in Richtung einer Festigung dieser Spielregeln. Darüber hinaus aber — und darin besteht die grundsätzliche Wendung von der liberalen Wirtschaftspolitik zur gebundenen Form — will man nun dem Marktspiel selbst eine ganz bestimmte Direktion geben. Sein Ausgang wird nicht mehr einfach hingenommen, sondern in diejenige Richtung gelenkt, die der gesamten Volkswirtschaft und — hinter ihr stehend — dem gesamten Volk als politischer Einheit am zuträglichsten ist. Die neue deutsche Marktordnung ist also von vornherein ausgerichtet auf das Ergebnis jenes „Spiels“, während man früher nur für die ordentliche Aufstellung und Einhaltung der Spielregeln gesorgt hat. So muß — um nur das bisher ausgeprägteste Beispiel zu erwähnen — nach dem Neuen Plan Einfuhr und Ausfuhr streng aufeinander abgestimmt sein; dieses eine Spiel muß also — wenn das Bild erlaubt ist — immer 1:1 ausgehen, und rückstrahlend von diesem vorausgewollten Ergebnis müssen alle Einzelmaßnahmen von vornherein darauf abgestellt werden.

Es ist klar, daß damit den Marktvorgängen jener Spiel-Charakter genommen wird, der ja auch längst nicht mehr unserer inneren Auffassung vom Ethos des Wirtschaftslebens entsprach.

IV.

Eine Betätigung, die des Spielerischen entkleidet ist, die man also nicht mehr Zufallsergebnissen zutreiben lassen will, muß notwendig planvoll sein. Das heißt aber immer, daß ihr ein bestimmtes Ziel vorgegeben wird. So ist es nur konsequent und sachgemäß, wenn die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik bestimmte „Pläne“ aufstellt, wie eben den schon genannten Neuen Plan und vor allem den Vierjahresplan.

Im Wesen planmäßiger Arbeit liegt es aber immer auch, daß der Plan gedanklich genau überlegt und durch objektive Unterlagen vorbereitet und laufend unterbaut wird. Das Spiel bedarf dessen nicht. Aber Planen ist ohne begleitendes Forschen

undenkbar. Das Spiel kann die Forschung entbehren, ja vielleicht fühlt es sich durch sie sogar eher gestört als gefördert. Wohl vor allem aus solcher Haltung heraus — wenn auch ganz unbewußt — hat sich bisher ein großer Teil der Wirtschaftler so ablehnend gegen die Wirtschaftsforschung verhalten.

Damit ist schon grundsätzlich erwiesen, daß die Absatzforschung heute in ein ganz neues Stadium praktischer Auswirkungsmöglichkeiten tritt und treten muß. Einige Arbeitsgebiete heben sich schon heute besonders deutlich ab.

Da ist zunächst das große und doch noch so unbekannte, weil unerforschte Gebiet der Absatzkosten, also der Aufwendungen dafür, daß die Ware vom Hersteller zum Verbraucher gelangt. Die Entwicklung der letzten Jahrzehnte ist — wie wir im groben wissen können — dahin gegangen, daß dank den Verbesserungen der Produktionstechnik die Herstellungskosten unserer Fertigwaren immer wieder ein Stück gesenkt werden konnten, daß aber die Absatzkosten dauernd zugenommen haben — wenn nicht absolut, so bestimmt relativ oder anteilmäßig. Aus Feststellungen für verschiedene Fertigwaren hat sich ergeben, daß der Verbraucher von der Reichsmark, die er für eine Ware auf den Ladentisch legt, vielfach 40 und mehr Pfennige für die Absatzleistung bezahlt. Während wir aber über die nicht viel mehr als die Hälfte des Verbraucherpreises ausmachenden Herstellungskosten nach allen Richtungen hin und oft in feinsten Aufgliederung Bescheid wissen und daher hier die Möglichkeiten einer Verbilligung weitgehend erschöpft sind, tapen wir über Höhe, Aufgliederung und Gesetzmäßigkeiten der Absatzkosten noch fast völlig im Dunkel. Gerade eine Aufhellung dieser Seite des Wirtschaftsvorganges verspricht daher weit erheblichere Verbesserungsmöglichkeiten.

Einige Stellen in Deutschland arbeiten seit einer Reihe von Jahren an dieser Aufgabe; so insbesondere die Forschungsstelle für den Handel in bezug auf die Kosten im Groß- und Einzelhandel und das Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware in bezug auf die Absatzkosten der Industrie. Auch das Institut für Konjunkturforschung hat verschiedentlich Unterlagen über Kosten im Handel veröffentlicht. Durch die Bildung des Reichsausschusses für wirtschaftlichen Vertrieb, der sich an das Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit anlehnt, haben diese Arbeiten einen verstärkten Auftrieb erhalten. Vor allem soll nun durch Gemeinschaftsarbeit der jeweils in Betracht kommenden Stellen versucht werden, genaue Unterlagen über die Höhe und die Gliederung der gesamten Kosten, die auf dem Wege zwischen Hersteller und letztem Verbraucher anfallen, beizubringen.

Um ein repräsentatives Bild zu erhalten, werden dabei jeweils 6 bis 8 Firmen aus jedem Zweig untersucht. Über diese Arbeiten, soweit sie vom IfWdF. durchgeführt werden, wird im Laufe des Jahres ausführlicher berichtet werden.

Erst wenn derartige objektive Unterlagen gegeben sind, wird man für die Lösung des Problems der Preisspannen und der Rabatte aller Art das erforderliche Rüstzeug in der Hand haben. Gerade das ist aber ein Gebiet, das nach übereinstimmender Auffassung aller Beteiligten dringend nach „Marktordnung“ verlangt.

Von vornherein muß allerdings bedacht werden, daß die Frage der Preis- und Handelsspannen nicht allein von der Kostenseite her beurteilt werden kann. Ein Unternehmer oder ein Handelszweig, dessen Absatzkosten, absolut genommen, höher sind als diejenigen ähnlicher Unternehmer oder Zweige, muß noch lange nicht die unwirtschaftlicheren Absatzmethoden haben. Denn je nach den Marktbedingungen, mit denen es die zu vertreibende Ware zu tun hat, werden ganz verschieden große Anstrengungen erforderlich, um sie abzusetzen. Um nur eine dieser Bedingungen — im Gegensatz zu den Kostenbedingungen nennen wir sie Ertragsbedingungen — zu nennen: eine Ware, die leicht bemustert werden kann, wie etwa Knöpfe, Stoffe usw., ist in dieser Hinsicht leichter und daher billiger anzubieten und zu verkaufen als eine schwer oder gar nicht bemusterbare, wie etwa Möbel.

Eine wichtige und dornenvolle Aufgabe der Absatzforschung ist es daher, diese Ertragsbedingungen herauszuarbeiten, sie in ein gewisses System zu bringen und sie, wenn irgend möglich, in zähl- oder meßbare Form zu bringen.

Im Zusammenhang mit der industriellen Absatzkostenforschung hat das IfWdF. einstweilen u. a. folgende Kennzahlen zur materiellen Beurteilung der Höhe der Absatzkosten verwendet:

Sortenzahl

Durchschnittliche Auftragsgröße

Auftragszusammensetzung

Zahl der Kunden

Struktur der Abnehmerschaft (Großhandel, Einzelhandel, Großabnehmer usw.)

In das Aufgabengebiet der Marktordnung gehören schließlich nicht selten Entscheidungen über die Frage der Organisation der Absatzwege. Wir erinnern nur an all die Erscheinungen, die unter dem Schlagwort „Direktabsatz“ oder „Ausschaltung“ von Gliedern der Absatzkette immer wieder und in immer neuen Formen auftreten.

Das alte „Spiel“ kann die Dinge nicht mehr wirklich „ordnen“. Die neue Gefahr ist aber, daß sich nun eine Art Dogmatik herausbildet. Sei es, daß man an bisherigen Formen unter allen Umständen und unter alleiniger Berufung auf ständische Interessen starr festzuhalten sucht, sei es, daß man auf Grund der relativ subjektiven Meinung einiger Fachleute einfach bestimmte Normen darüber festlegt, durch welche Etappen eine Ware laufen „sollte“.

Diesem Dogmatismus unterliegen nach unseren Beobachtungen sowohl diejenigen, die für radikale Verkürzung der Absatzwege eintreten, wie die andern, die die Zwischenschaltung bestimmter Absatzstufen um jeden Preis fordern.

Auf diesem Gebiet muß die Forschung beinahe noch alles tun. So ist die genaue Struktur der Absatzwege der einzelnen Waren (z. B. Anteil des industriellen Absatzes an den Großhandel, an den Einzelhandel usw.) in der Regel absolut unbekannt. Anschließend müssen dann die Kosten- und Ertragsverhältnisse jedes möglichen oder vorkommenden Absatzweges eingehend geprüft werden.

Wenn auch schon heute nur noch der Laie in dem Glauben befangen sein kann, daß der „kürzeste“ Absatzweg auch der kosten- und leistungsmäßig „billigste“ sei, so können wir uns doch erst nach Vorliegen der angedeuteten Feststellungen ein wirkliches Urteil — frei von Meinungen und Strebungen aller Art — über die Nützlichkeit oder Notwendigkeit dieses oder jenes Absatzweges erlauben. (Vgl. z. B. das Problem der Einkaufsgenossenschaften, der Fabrikfilialgeschäfte, der Versandgeschäfte usw.)

Nur einige zentrale Gebiete der Absatzwirtschaft und Absatzforschung konnten hier besprochen werden. Auch die moderne Absatzwerbung ist ein Problem der Marktordnung geworden, zu dessen Lösung die Forschung manches beizutragen hat. Man denke etwa an die Frage: Werbung und Konjunktur. Oder an die Verbrauchlenkung durch Gemeinschaftswerbung, die ohne vorausgehende Untersuchung der Aufnahmefähigkeit des Marktes und der bestehenden Verbrauchstendenzen kaum zu verantworten ist und bei planloser Betätigung eher neue Unordnung denn bessere Marktordnung hervorrufen kann.

Allein der Umfang, aber auch die Natur der geschilderten Forschungsaufgaben bedingt es, daß diese Arbeit nicht etwa nur von den paar wissenschaftlichen Instituten geleistet werden kann, die dafür in Betracht kommen. Vielmehr werden die Wirtschafts- und Fachgruppen der gewerblichen Wirtschaft ein gut Teil dieser neuen und vielversprechenden Arbeit selbst durchführen müssen. Der Forschung kommt es zu, ihnen dabei mit allen Kräften zu helfen, soweit diese Hilfe gewünscht und als solche empfunden wird.

Georg Bergler / Marktordnung und Markenwesen

Im letzten Jahrgang dieser Zeitschrift hat Kurt Albrecht den Markenartikel „einen Träger der Markt- oder besser Wettbewerbsordnung bei der Fertigware“ genannt¹⁾. Der Verfasser selbst und mit ihm die „Nürnberger Schule“ haben in Vorträgen und Veröffentlichungen versucht, die volkswirtschaftlichen Aufgaben und Funktionen des Markenwesens herauszustellen. Zuletzt hat Vershofen in einem Vortrag vor der Hauptversammlung des Markenschutzverbandes dies in eindrucksvoller Weise getan. Es muß daher reizvoll sein, an dieser Stelle einmal die Bedeutung des Markenwesens im Hinblick auf die Gesichtspunkte Marktordnung und Marktregelung von verschiedenen Seiten aus darzustellen und zu beleuchten.

Da ist zunächst einmal auf das Prinzip der Gütefestsetzung hinzuweisen. Wenn vom Markenartikel die Rede ist, entsteht sofort die Gedankenverbindung mit

¹⁾ Karl Albrecht: Marktordnung der Fertigware. Die deutsche Fertigware, Teil A, Januar 1936, S. 9.

dem Grundsatz der immer gleichbleibenden Güte. Von Anfang an legte der Markenartikelhersteller entscheidendes Gewicht darauf, daß seine Ware, für die er ja mit seinem Namen oder seiner Marke bürgte, überall in gleicher Zusammensetzung, Ausstattung, in gleicher Art, Größe usw., heute und morgen, zu jedem Zeitpunkt, zu haben war. Nur Ereignisse höherer Gewalt konnten ihn vorübergehend davon abdrängen. Der Zweig unserer Fertigwarenindustrie, in dem das Markenwesen am vollkommensten ausgebildet ist — die pharmazeutische Industrie —, mußte dies nicht nur aus privat- und volkswirtschaftlichen Erwägungen heraus tun, er war aus innersten Lebensnotwendigkeiten heraus dazu gezwungen, denn er arbeitet für die Volksgesundheit. Nur ein ganz geringfügiges Abweichen von der Zusammensetzung eines Präparates kann den Tod eines kranken Menschen bedeuten. Nirgendwo sind daher die Kontrolleinrichtungen, die den Herstellungsgang wie das Fertigprodukt zu überwachen haben, so stark und sorgfältig ausgebaut wie gerade hier. Ähnlich ist es in der Lebensmittelindustrie, für die Herstellung von Kosmetika und so weit abliegende Erzeugnisse wie die der Elektrotechnik oder Feinmechanik; immer liegen ihrer Herstellung sorgfältige Kontrollen zugrunde, die den erstrebten Gütegrad gewährleisten sollen.

Wie wirkt sich die Gütefestsetzung nun auf Markt und Marktordnung aus?

Eine Ware, die in immer gleichbleibender Güte zu haben ist, braucht nicht stoßweise gekauft zu werden. Es wird wohl kaum jemand geben, der sich einen Vorrat Zahnpasta nach Hause legt oder Suppenwürfel, Rasierklingen, Zigaretten, weil er Angst hat, er könnte diese Artikel so schnell nicht mehr in gleich guter Ausführung oder Zusammensetzung erhalten. Es brauchen keine „guten Gelegenheiten“ ausgenützt zu werden. An die Stelle des Meinungskaufes tritt der Kauf nach Bedarf. Abgesehen von saisonmäßigen Einflüssen, denen natürlich auch eine ganze Anzahl Markenartikel unterliegen, tritt daher ein ziemlich gleichmäßiger Bedarf auf, durch den wieder eine gleichmäßige Beschäftigung der Industrie wie der Verteilerstellen — Groß- und Kleinhandel — gewährleistet wird. Beschaffung, Finanzierung, Herstellung, Lagerhaltung, Beschäftigung können auf längere Sicht mit größerer Sicherheit, mit weniger Kosten geplant, bewerkstelligt und geregelt werden. Vom Absatz her kommen Gleichmäßigkeit, Ruhe und Vertrauen, denn der Markt strebt aus einem ungeordneten Zustande der Ordnung zu; einer Ordnung, die nicht ihre Ursache hat in irgendwelchen organisatorischen Anordnungen, sondern organisch entsteht aus dem Wesen der Waren, die diesem Marktteil sein Gepräge geben.

Von dieser Ordnung, die quer durch fast alle Zweige der Fertigwaren hindurchgeht und nicht branchengebunden ist, soll im weiteren Verlauf dieser Untersuchung noch gesprochen werden.

Hier darf, gewissermaßen in Klammern, gesagt werden, daß bis jetzt sozusagen nur der Idealzustand geschildert worden ist. Es ist uns natürlich bewußt, daß es nicht auf allen Gebieten des Markenartikels so aussieht. Oft genug ist betont worden, wie vielfach gerade die Gütefestsetzung nicht eingehalten worden ist und wie das

immer wieder Störungen an allen Ecken und Enden ergab. Diese Erscheinung wurde mit dem sehr unvollkommenen Namen „Pseudomarkte“ bezeichnet. — Unvollkommen, weil eine wirkliche Abgrenzung nicht möglich ist. — Wenn aber trotz dieser dauernden Verwässerung jene geschilderten Ordnungstendenzen klar ersichtlich sind, so kann dies als ein Beweis dafür gelten, welche Wichtigkeit ihnen beigemessen werden muß.

Aber nicht nur Marktordnung entspricht dem Wesen des Markenartikels, sondern auch Marktregelung. Bisher war nur vom sogenannten klassischen Markenartikel die Rede. Mit ihm verbunden ist auch das System der Preisbindung. An keinem Ort und zu keiner Zeit ist der betreffende Artikel zu einem anderen als dem festgesetzten Preis zu haben. Eine Einschränkung ist auch hier zu machen: Auch dies Prinzip ist da und dort durchbrochen worden, und der kosmetische Markenartikel war vielleicht am meisten davon betroffen. In der Verhinderung oder Abstellung solcher Übelstände ist wohl mit die Hauptaufgabe des Markenschutzverbandes zu suchen. Zu diesem Zwecke hat er sein Revers-System aufgebaut. Der Gedanke des festen Preises, der an allen Orten stets der gleiche ist, hat sich aber heute schon so weitgehend durchgesetzt, daß der von der Herstellerfirma festgesetzte und empfohlene Preis auch ohne die Basis der offiziellen Preisbindung in den meisten Fällen eingehalten wird. Ja, verschiedene Untersuchungen, die von der Gesellschaft für Konsumforschung durchgeführt wurden und die sich auf Verbraucher in allen Teilen Deutschlands erstreckten, ergaben ziemlich eindeutig als Meinung des deutschen Verbrauchers, daß der feste, an allen Orten stets gleiche Preis — auf einen längeren Zeitraum gleichbleibend — erwünscht ist und als vorteilhaft für die Bedarfsdeckung wie die Abwicklung der Kaufhandlung selbst angesehen wird.

Vom Verbrauch her gesehen, ergibt sich aus dieser Sachlage folgendes: Zu der gleichbleibenden Qualität gesellt sich nun der gleichbleibende Preis. Das bedeutet für ihn jetzt auch rein wirtschaftlich, daß er solche Waren nicht um eines augenblicklichen oder örtlichen Preisvorteils willen horten muß. Er ist geschützt vor kleinen zeitweiligen Veränderungen im Preisgefüge der Roh- und Hilfsstoffe, die der Herstellung dieser Artikel dienen. Er weiß, die Preise werden sich für ihn erst dann — nach unten oder nach oben — ändern, wenn auf den Märkten für die vorgelagerten Rohstoffe z. B. Preisveränderungen vor sich gegangen sind, die als strukturelle angesehen werden müssen. Die Einkäufe sind dadurch gewiß im einzelnen kleiner geworden, aber sie erfolgen stetig und regelmäßig und daraus ergibt sich dasselbe, was wir schon vorhin feststellen konnten, daß nun von der Absatzseite des Fertigprodukts her u. a. auch der Markt für Roh- und Hilfsstoffe, Verpackungsmaterialien usw. stark beeinflusst wird. Kleinere Konjunkturspitzen werden da und dort ausgeglichen, Störungen beseitigt und ein Zustand der Ruhe herbeigeführt, in dem zielbewußtere und erfolgreichere Arbeit für Hersteller, Verteiler und Verbraucher möglich ist.

Das Prinzip der Güte- und Preisfestsetzung wirkt sich aber auch noch im Wettbewerb der Hersteller und des Handels untereinander aus. Wer seine Ware als Markenartikel anbietet, wird sich hüten, die einmal festgesetzte Güte zu vermindern. Durch ihren Gütegrad wird sie aber zwangsläufig in das bestehende Preisgebäude für Waren gleicher oder ähnlicher Art eingeordnet. Daraus ergibt sich also der Preis, der als gebundener Preis angesehen wird, auch wenn ihm, wie wir gesehen haben, kein irgendwie geordnetes Revers-System zugrunde gelegt ist. Dieser Preis kann sich nur in verhältnismäßig großen Zeitabständen ändern. Tut er es, so ändern sich die Preise der Waren gleicher oder ähnlicher Art mit ihm. Eine Preispolitik als Wettbewerbsmaßnahme der einzelnen Hersteller untereinander ist also grundsätzlich unmöglich. Wer es trotzdem versucht, wird zwangsläufig aus dem Bereich dieser organischen Marktregelung für Markenartikel ausgeschieden. Preisermäßigung aus Wettbewerbsgründen — und nur um eine solche kann es sich in diesem Zusammenhang handeln — ist meist mit einer Minderung des bisherigen Gütegrades der Ware verbunden. Dem Verbrauch ist damit in keiner Weise gedient, er gerät vielmehr in dieselbe Unruhe wie die beteiligten Hersteller- und Verteilerkreise auch. Die Schädlichkeit von Preiskämpfen solcher Art ist allgemein bekannt, so daß wir uns hier mit diesen Andeutungen begnügen dürfen.

Nun wird der Wettbewerb auf einer anderen Ebene ausgetragen. Entscheidend ist jetzt die Leistung: Also Steigerung des Gütegrades, des Gebrauchs- und Verbrauchswertes der Ware. Dazu bessere Einrichtungen in Herstellung und Absatz und als Voraussetzung dafür allergrößte Konsumnähe. Das sind Wettbewerbsbedingungen, unter denen ein Konkurrenzkampf durchgeföhrt werden kann, durch den die Marktordnung nicht gestört und weder dem Verbrauch noch den Herstellern oder Händlern völlig unsinnig geschadet wird.

Mit Absicht war bisher nur vom Markenartikel als dem Spitzenrepräsentanten des Markenwesens die Rede. Damit ist es gelungen, die ordnenden Tendenzen, die dieser Vertriebsform von Haus aus innewohnen, am klarsten herauszustellen; weiter aber auch zu zeigen, wie eine auf Teilgebieten durch die Preisbindung erzwungene Regelung sich organisch dem Wesen dieser Vertriebsform vermählt und nun als ein untrennbarer Bestandteil empfunden wird, auch wenn er juristisch und de facto gar nicht vorhanden ist. Der Gedanke einer freiwilligen Unterordnung unter eine als richtig und vorteilhaft erkannte Regelung spielt schon gar keine große Rolle mehr. Die Überzeugung, daß es so und nicht anders sein muß, ist derart in den Bewußtseinsinhalt übergegangen, daß nun auch ein Höchstmaß an Erfolg erzielt werden kann: Eine Marktordnung und — in den aufgezeigten Grenzen — eine Marktregelung kann sich mit dem Willen aller Beteiligten entfalten, ohne eine einzige Verwaltungs- oder gesetzgeberische Maßnahme, die eben deswegen und weil sie nicht nur eine engbegrenzte Branche, sondern große Teile des Gesamtgebietes der Fertigware umfaßt, von großer Bedeutung sein könnte. Denn hier ist eine Stabilisierung des Preisniveaus möglich, wie sie die neue Preisverordnung vom 26. 11. 1936 für das Gesamtgebiet der deutschen Wirtschaft erstrebt.

Hier wird es nun Zeit, daß wir an die Stelle des bestimmten „kann“ das nur versprechende Wörtchen „könnte“ setzen, denn jetzt müssen alle die Vorbehalte, die an anderer Stelle schon gemacht wurden, wieder angemeldet werden. Ein neuer kommt hinzu: Der Markenartikel ist nur ein Teil, wenn auch die repräsentative Spitze des Markenwesens. Nicht überall liegen dort die Verhältnisse so klar und einfach.

Es erweist sich daher als notwendig, noch einmal von einem neuen Ansatzpunkt auszugehen, bevor wir das Fazit aus dieser Betrachtung ziehen können.

Wenn wir eine plastische Vorstellung von der Ausdehnung des Markenwesens gewinnen wollen, halten wir uns am besten an die Einteilung von Schäfer²⁾. Er unterscheidet:

1. Die Fabrik- und Herstellermarke. Alle Erzeugnisse eines Industrieunternehmens tragen einen Namen oder ein Zeichen. Sie sollen Ausdruck für eine bestimmte Qualität sein (z. B. Rosenthal-Porzellan, Mercedes-Wagen).
2. Die Erzeugnismarke (Markenartikel). Hier bezieht sich die Gütegewähr auf ein bestimmtes Erzeugnis oder auf eine bestimmte Erzeugnisgruppe einer Herstellerfirma. Die Ware wird relativ selbständig und bürgt mit ihrem Namen oder ihrer Marke für die angezeigte Qualität (z. B. „Odol“, „Eukutol“ für Einzelerzeugnisse, „4711“ für Erzeugnisgruppen).
3. Das Markengeschäft (im Handel), „Die am geringsten ausgeprägte und daher bisher wohl am wenigsten beachtete Form von Markenbildung“ ist die Form der Gütegewähr für alles, was ein Händler, „insbesondere ein Einzelhändler in seinem Geschäft zum Verkauf bereit hält“. Beispiel: Für Zigarren-Raucher haben etwa die Läden der Firma Wolsdorff die Bedeutung einer gewissen Mindestgewähr für die dort vorrätig gehaltenen Zigarren. Die Gütegewähr kann sich aber auch „auf bestimmte und besonders gekennzeichnete Waren oder Warengruppen innerhalb des von dem Händler geführten Sortiments“ erstrecken. Beispiel: „ZentRa-Uhren“. Hier findet eine Markenbildung statt, die sich auf bestimmte Fachgeschäfte bezieht, nicht dagegen auf einen bestimmten Hersteller oder ein bestimmtes Erzeugnis.
4. Die Haus- oder Händlermarke. Die Gütegewähr bezieht sich auf die einzelne Ware. „Da aber der Gewährleistende nicht ihr Hersteller ist, kann sich die Garantie nicht wie dort auch auf die Güte der Herstellung selbst erstrecken, sondern nur auf die Sorgfalt der Auswahl, Prüfung und Lagerung dieser markierten Ware durch den Händler.“ Solche Marken kennt der Facheinzelhandel wie der Großhandel. Eine gewisse Sonderstellung nehmen die Eigenmarken der Einkaufsgenossenschaften des Facheinzelhandels ein.

Damit wäre das Gesamtgebiet des Markenwesens abgesteckt. Es ist nicht nur auf die Produktion beschränkt, wenn es vielfach auch dort zuerst entwickelt wurde, sondern hat immer mehr Bedeutung auch in den verschiedensten Formen des Handels

²⁾ Zur Analyse des Markenwesens. Die deutsche Fertigware, Nr. 3, 5 und 11/1935.

erlangt. Dauernd vollzieht sich ein Entwicklungsprozeß von der einfachsten Form der Markenware bis zum Markenartikel, von der Hausmarke zur Herstellermarke und zum Markenartikel, von der anonymen Ware zur Markenware. Das Gebiet, in das die Markenware Eingang gefunden hat, ist sehr weit gespannt. Markenware ist der Protos-Staubsauger und der Wanderer-Wagen, ist die Mercedes-Schreibmaschine und der Faber-Bleistift, der Elbeo-Strumpf und der Goldfisch-Badeanzug, sind Alpina-Uhren und W.K.-Möbel, Greif-Berufskleidung und Klepper-Sportmäntel, Hutschenreuther-Porzellan und Krauß-Badewannen, Erdal und Abrador, Dralles Birkenwasser und Chlorodont. Kaum ein Gebiet der Konsumfertigware, das nicht irgendwie erfaßt ist. Aber nicht in allen diesen Branchen ist das Problem gleichgelagert. Oft muß die Entwicklung andere als die gewohnten Wege gehen. So kennen wir heute ziemlich stark ausgeprägte Marken für Textilwaren. Allein, sie können nur in den aller-seltensten Fällen aus der Eigenart der Ware heraus alle Anforderungen erfüllen, die an den klassischen Markenartikel gestellt werden. Niemand wird ihnen deshalb weniger Berechtigung und weniger Wert beimessen können. Weil aber diese Entwicklung so verschiedene Wege gehen muß und weil das Markenwesen immer in der Vielfalt seiner Erscheinungsformen, in seinen einzelnen Stadien und Übergängen vor uns steht, deswegen ist es immer wieder leicht, die große Linie der Marktberuhigung und der Ordnung durch einige wenige, die ernten wollen, wo sie nicht gesät haben, zu stören. Das sind jene, deren Erzeugnissen man den Namen Pseudo-Marken gegeben hat. Wie leicht können sie verwechselt werden mit jenen ernsthaften Könnern und Verantwortungsbewußten, die einen Artikel aus bescheidenen Anfängen heraus entwickeln und die nicht bekannt sind, weil sie am Anfang ihres Weges stehen. Wie schwer ist es da, die notwendige Abgrenzung zu finden.

Damit kommen wir auf unser Versprechen zum Anfang unserer Ausführungen zurück: Die Marktordnung, wie sie bisher üblich war oder durch Gesetze herbeigeführt wurde, bezog sich immer auf die Zusammenfassung von Fabrikanten ein und derselben Branche und auf die Zusammenfassung von Händlern ein und derselben Branche. Das Ordnungsprinzip bezog sich auf die Gleichartigkeit des verwendeten Rohstoffes, des Herstellungsverfahrens oder auch Verwendungszwecks. Darauf baut z. B. die Organisation der gewerblichen Wirtschaft in ihren Reichsgruppen, Wirtschaftsgruppen usw. sowohl in Industrie wie in Handel und Handwerk auf. So sind in der Wirtschaftsgruppe Eisen-, Blech- und Metallwarenindustrie, dem Rohstoff entsprechend, u. a. vereinigt: Blechwaren — Schneidwaren — Waffen — Musikinstrumente — Schmuckwaren. In der Wirtschaftsgruppe Chemische Industrie finden sich u. a. nach dem Grundsatz „Chemische Herstellung“ Düngemittel — Bleistifte — Pharmazeutische Erzeugnisse. In der Wirtschaftsgruppe Bekleidungsindustrie endlich finden sich, dem Verwendungszweck entsprechend, u. a. Unterorganisationen für: Krawatten — Herren-Sommerhüte — Frisierhauben — Bettfedern. Kein Gebiet, und mag es noch so unbedeutend sein, das nicht unter diesen Gesichtspunkten eingeordnet worden wäre. Damit wurde ein vertikaler Aufbau der Marktordnung erzielt.

Das Markenwesen zieht sich, wie wir gesehen haben, quer durch alle Branchen der Konsumfertigerwaren hindurch, durch Industrie und Handel. Die Marktordnung, die sich hier anzeigt, könnte man im Gegensatz zu der erstgenannten eine *h o r i z o n t a l e* nennen. Sie richtet sich nach einem völlig neuartigen Grundsatz aus, dem der gleichartigen Absatzform. Nicht die „Herkunft“, um mit Sch ä f e r zu sprechen, sondern die „Hinkunft“ ist die Grundlage. Und so ergeben sich ganz andere Warenverwandtschaften. Es hat seine Berechtigung, wenn aus solchen Gedankengängen heraus kürzlich ein Industrieller sagte: Markenbriefpapier hat viel mehr absatzmäßige Verwandtschaft mit irgendeinem Markenhaarwasser als mit den vielen Schreibpapieren für alle möglichen Zwecke, die man im Schreibwarengeschäft erstehen kann. Diese Verwandtschaft ergibt sich aus den gleichen Grundsätzen, die für die Schaffung und den Absatz des Markenbriefpapiers wie des Markenhaarwassers maßgebend sein müssen, weil es sich um die gleiche Form des Absatzes handelt: Jede Marke erfüllt auf ihrem Gebiet die gleiche Funktion der Marktordnung, -beruhigung usw.

Da das Markenwesen auch den Handel teilweise entscheidend beeinflußt und auch völlig neue Arten von Fachgeschäften geschaffen hat, da ferner auch aus dem Handel heraus fortwährend neue Marken entstehen, endigt diese „horizontale Marktordnung“ nicht bei dem letzten Hersteller, der Verbindungen zum Markenwesen hat, sondern bezieht auch den Handel mit ein. Diese umfassende Ordnung hat in der deutschen Wirtschaft und in der deutschen Forschung bisher kaum die gebührende Beachtung, keine gemeinsame ideelle Grundlage und auch noch keine organisatorische Form gefunden. Wenn auch Ansätze nach dieser Richtung hin — etwa im Markenschutzverband — vorhanden sind, so muß doch bei aller Anerkennung der bisher geleisteten Arbeit notwendig darauf hingewiesen werden, daß damit von einer markt- und absatzwirtschaftlicher Ordnung in dem von uns dargestellten Sinn noch keinesfalls gesprochen werden kann. Wichtiger als das Auffinden der zweckmäßigsten Form erscheint es uns zunächst, den gedanklich logischen Inhalt dieser Zusammenhänge in genügender Klarheit herauszustellen, denn wir sind der Ansicht, daß sich der Geist in jedem Falle die Form schaffen wird.

MARKT-UND BETRIEBSBEOBACHTUNG

Herausgegeben vom Institut für Wirtschaftsbeobachtung der deutschen Fertigware (Hindenburg-Hochschule, Hochschule für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Nürnberg) unter Schriftleitung von Prof. Dr. Wilhelm Vershofen und Priv.-Doz. Dr. Erich Schäfer

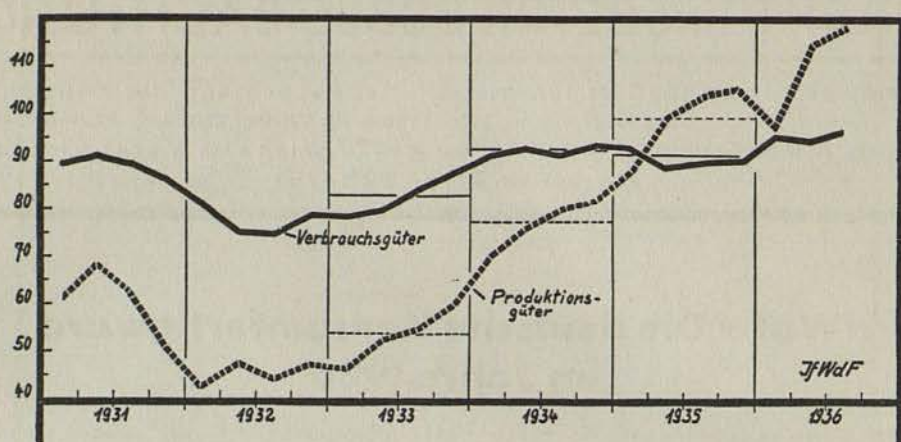
IfWdF / Die deutsche Konsumfertigware im Jahre 1936

Das Wirtschaftsjahr 1936 ist durch zwei bedeutsame Ereignisse gekennzeichnet: die Vollendung des ersten Vierjahresplanes, dessen Ziel es war, alle vorhandenen Kräfte wieder in den Kreislauf der deutschen Wirtschaft zurückzuführen, und den Beginn des zweiten Vierjahresplanes, der bezweckt, eine grundlegende Neugestaltung der gesamten Wirtschaftsstruktur durchzuführen, so daß in Zukunft die Bedarfsdeckung des deutschen Volkes aus eigenen Mitteln sichergestellt ist. Es ist daher besonders wichtig, sich an diesem entscheidenden Wendepunkte ein klares Bild von der gegenwärtigen Lage und der jüngsten Entwicklung der deutschen Wirtschaft, insbesondere in unserem Falle der konsumnahen Fertigwarenwirtschaft, zu machen.

Zu diesem Zweck müssen zuerst jene allgemeinen Faktoren, welche die Erzeugung und den Handel in Konsumfertigwaren beeinflussen, klargestellt und in ihrem zeitlichen Verlaufe verfolgt werden (Abschnitt I). Ihre Auswirkung auf die Beschäftigungs- und Absatzlage der verschiedenen Zweige der Konsumfertigwarenwirtschaft wird sodann in einem weiteren Abschnitt zu untersuchen sein (Abschnitt II). Schließlich wird in einem letzten Abschnitt die Ausfuhr von Erzeugnissen der deutschen Konsumfertigwarenindustrie behandelt werden müssen, für die jedoch in der Hauptsache die Marktsituation und die Aufnahmewilligkeit der Abnehmerländer entscheidend ist (Abschnitt III). Erst die Berücksichtigung aller jener Verhältnisse, mit denen wir in den einzelnen Abschnitten unserer Untersuchung bekanntwerden, ermöglicht uns ein brauchbares Urteil über die gegenwärtige Marktstellung der konsumorientierten Fertigwarenwirtschaft im ganzen ihrer einzelnen Zweige.

1. Die allgemeinen Marktfaktoren der Verbrauchersphäre.

An Hand eines Vergleiches der Indizes der industriellen Produktion von Verbrauchsgütern mit den Indexzahlen der industriellen Erzeugung von Produktionsgütern wollen wir die besondere Lage des unserer Untersuchung zugrunde liegenden Zweiges der Wirtschaft, der Konsumfertigwarenwirtschaft, beleuchten (Darstellung 1). Besonders deutlich fällt dabei ins Auge, in welch relativ geringem

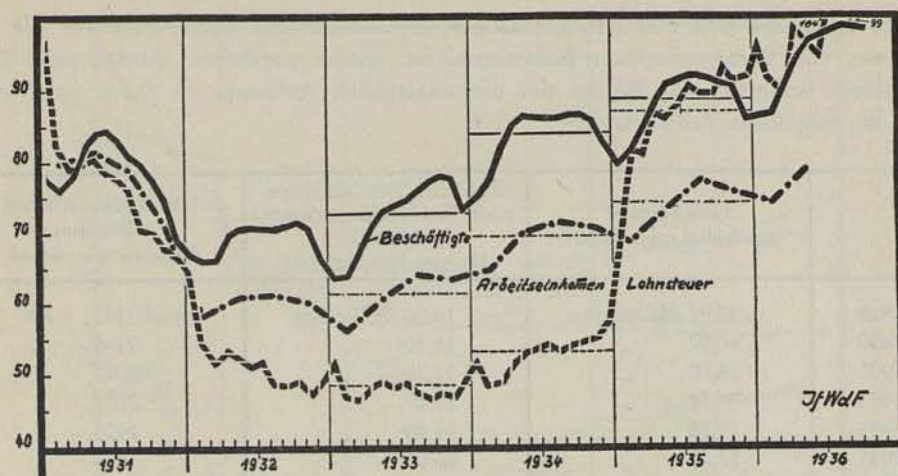


Darstellung 1: Arbeitstägliche Produktion von Verbrauchsgütern und von Produktionsgütern, saisonbereinigt (Durchschnitt 1928 = 100)

Maße die gewaltige Steigerung der Erzeugung von Produktionsgütern, bedingt vor allem durch die Maßnahmen zur Sicherung des deutschen Lebensraumes, auf die Konsumtionssphäre unseres Wirtschaftskörpers in Gestalt einer Zunahme der Verbrauchsgütererzeugung weitergewirkt hat. Die zahlenmäßige Auswirkung dieser Erscheinung läßt die nachfolgende Aufstellung deutlich erkennen:

	1932	1934	1935	1936
Produktionsgüter	45,7	77,2	99,4	111,5
Proz. Zuwachs gegenüber 1932	—	68,8 %	117,5 %	146,3 %
Verbrauchsgüter	78,1	92,6	91,0	96,0
Proz. Zuwachs gegenüber 1932	—	18,6 %	16,5 %	23,7 %

Die Erzeugung von Verbrauchsgütern ist bekanntlich abhängig von der Einkommensbildung, da die Gesamtheit der Verbrauchereinkommen — die Sparbeträge, die Steuern und die Versicherungsbeiträge abgesetzt — dem Markt der Verbrauchsgüter als Kaufkraft zur Verfügung stehen kann. Wie aus Darstellung 2 hervorgeht, gelang es im Berichtsjahr, die Zahl der Beschäftigten so zu vermehren, daß die Beschäftigtenzahl des Jahres 1928 nahezu wieder erreicht ist und demnach die Arbeitslosigkeit in Deutschland im Jahre 1936 als fast beseitigt gelten kann. Dieses Einspannen aller Kräfte in den Produktionsprozeß der deutschen Wirtschaft mußte zwangsläufig eine erhebliche Zunahme des deutschen Arbeitseinkommens, besonders aus Lohn und Gehalt, zur Folge haben. Dennoch stieg dieses, bedingt durch das in der heutigen Wirtschaftspolitik gültige Prinzip der



Darstellung 2: Beschäftigte nach der Krankenkassenstatistik, Arbeitseinkommen aus Lohn und Gehalt und Einnahmen aus der Lohnsteuer (Durchschnitt 1928 = 100)

Lohnstabilität, nicht im gleichen Verhältnis wie die Zahl der Beschäftigten (vergleiche nachstehende Übersicht). Während die Zahl der Beschäftigten im Jahre 1936 um rund 33% diejenige des Jahres 1932 überstieg, erhöhte sich das Volkseinkommen in der gleichen Zeit nur um 27,2%. Doch scheint sich diese Spannung infolge Leistungssteigerung eines Teiles der Schaffenden langsam aufzuheben, denn im Jahre 1936 ist die Zunahme gegenüber dem Vorjahre sowohl bei den Beschäftigten als auch beim Arbeitseinkommen fast gleich und im Jahre 1935 ist der Zuwachs des Arbeitseinkommens gegenüber dem Vorjahre 1934 sogar größer als bei der Beschäftigtenzahl.

	1932	1933	1934	1935	1936*)
Jahres-Index der Beschäftigten	69,5	72,6	83,9	88,8	92,6
Proz. Zuwachs gegenüber Vorjahr	—	+4,2	+15,3	+5,6	+4,0
Proz. Zuwachs gegenüber 1932 ..	—	+4,2	+20,7	+27,9	+33,3
Jahres-Index des Arbeitseinkommens aus Lohn und Gehalt	60,6	61,4	69,4	74,1	77,1
Proz. Zuwachs gegenüber Vorjahr	—	+1,1	+12,9	+6,5	+3,8
Proz. Zuwachs gegenüber 1932 ..	—	+1,1	+14,5	+22,2	+27,2

*) Nur aus Werten des 1. Halbjahres errechnet.

Dies würde aber letztlich bedeuten, daß das Einzeleinkommen, das sich ganz grob aus dem Einkommen aus Lohn und Gehalt und aus der Zahl der Beschäf-

tigten errechnen läßt und daß gerade für den Absatz und damit auch für die Erzeugung von Verbrauchsgütern bestimmend ist, wieder zunehmen würde. Seine Entwicklung, besonders seit Beginn des wirtschaftlichen Aufbaues im Jahre 1933, geht aus den folgenden Zahlen hervor:

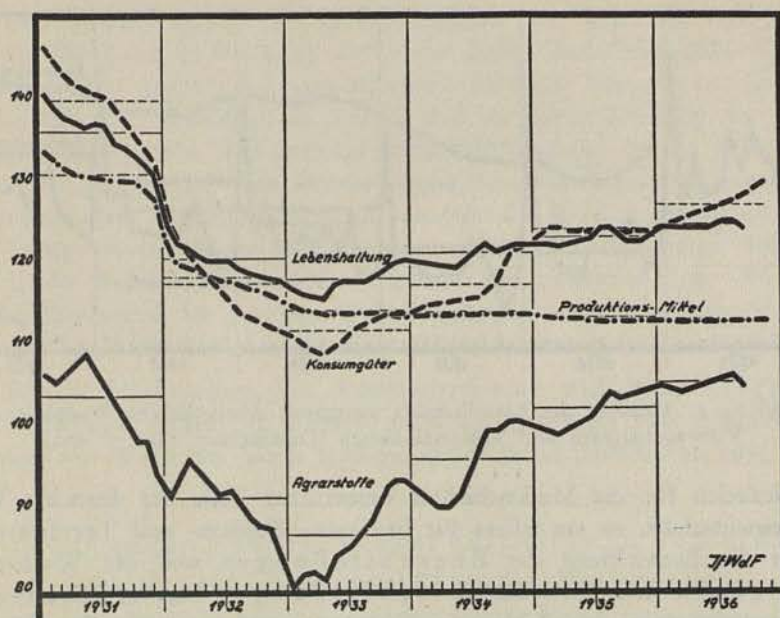
	Einkommen aus Lohn und Gehalt	Zahl der Beschäftigten nach der Krankenkassen- statistik (Monatsdurchschnitt)	Durchschnittliches jährliches Arbeitseinkommen
1928	42,91 Milliarden	18,00 Millionen	rund 2384,— RM
1930	40,97 „	16,40 „	„ 2498,— „
1932	26,00 „	12,70 „	„ 2047,— „
1933	26,34 „	13,07 „	„ 2015,— „
1934	29,58 „	15,40 „	„ 1921,— „
1935	31,77 „	16,00 „	„ 1985,— „
1936*)	16,52 „	16,67 „	„ 1982,— „

*) 1. Halbjahr

Wenn auch die absolute Höhe des hier angeführten Einzeleinkommens nicht ganz zutreffend sein dürfte, da keine völlige Übereinstimmung zwischen dem Bereich der in der Statistik des Arbeitseinkommens Erfaßten und demjenigen der in der Beschäftigtenstatistik Erfaßten besteht, so kommt jedoch den Veränderungen von Jahr zu Jahr Bedeutung zu. Zweifellos sind gerade auch diese Verschiebungen in den Einkommensverhältnissen ein wichtiger Grund dafür, daß die Produktion von Verbrauchsgütern nicht den Verlauf nimmt, den man auf Grund der Gestaltung der Erzeugung von Produktionsgütern erwarten könnte.

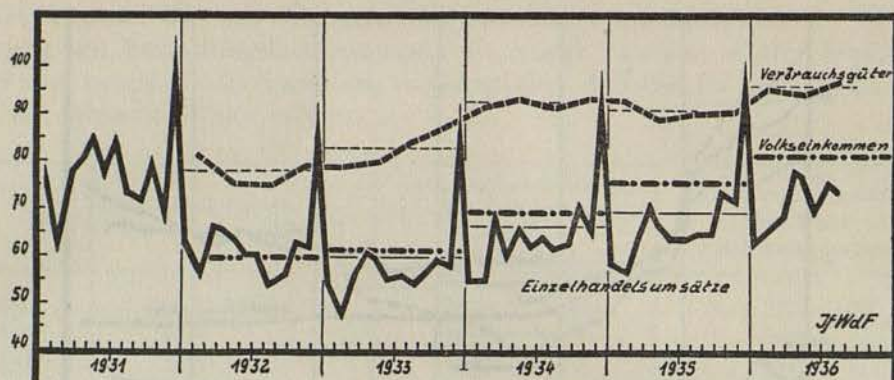
Die Entwicklung der Lohnsteuer, ein Mittel zur relativ sicheren Abschätzung besonders der unteren und mittleren Einkommen aus Lohn und Gehalt, verläuft nach der schlagartigen Erhöhung als Folge einer Veränderung der Besteuerungsbasis im Jahre 1934 weitgehend der Beschäftigungsentwicklung parallel.

Einen weiteren Einfluß auf die Gestaltung der konsumtiven Kaufkraft üben notwendigerweise noch die Preise aus. Wir bringen in Darstellung 3 die Indizes der wichtigsten Preisreihen. Die starke Aufwärtsbewegung der Preise für Agrarstoffe als Folge der Marktpolitik des Reichsnährstandes scheint nunmehr durch eine langsame organische Entwicklung abgelöst worden zu sein, die in ihrer Richtung weitgehend der Preisgestaltung der industriellen Konsumgüter gleicht. Dagegen zeigt die Reihe der industriellen Produktionsmittelpreise seit 1933 das wirtschaftspolitisch erwünschte Bild völliger Konstanz. Die enge Verknüpfung des Lebenshaltungsindex mit den Preisen von industriellen Konsumgütern und besonders den Preisen von Agrarstoffen äußert sich auch in seinem entwicklungsmäßigen Kurvenverlauf.



Darstellung 3: Indexziffern der Großhandelspreise für Agrarstoffe, für industrielle Produktionsmittel und für industrielle Konsumgüter (Durchschnitt 1913 = 100) und Indexziffern der Lebenshaltungskosten, insgesamt (Durchschnitt 1913/14 = 100)

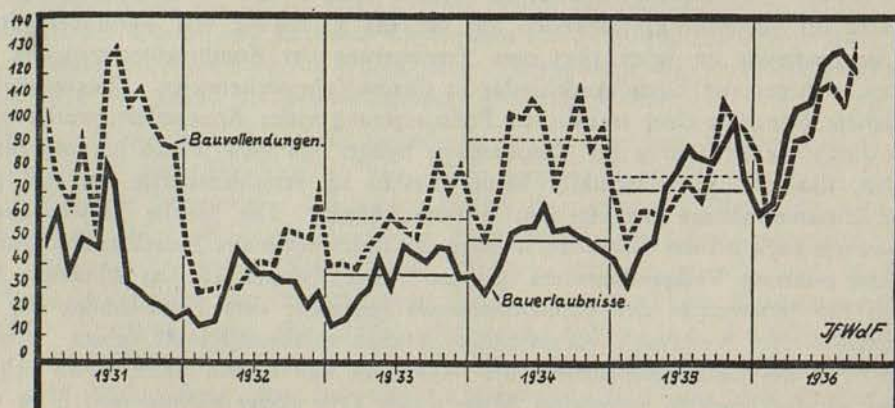
Besonders aufschlußreich ist ferner die Übersicht 4, welche neben der Darstellung der Umsatzentwicklung des gesamten Einzelhandels, der bekanntlich den größten Teil der konsumtiven Kaufkraft aufnimmt, auch die Jahresindizes des gesamten Volkseinkommens bringt. Ein Vergleich der Bewegung der Umsätze des gesamten Einzelhandels mit der der Erzeugung von Verbrauchsgütern läßt beispielsweise im Jahre 1935 eine Verringerung der Konsumgütererzeugung erkennen, während der Einzelhandelsindex in diesem Jahr weitersteigt. Unsere hieraus abgeleitete Annahme einer merklichen Preissteigerung vieler Konsumfertigwaren wird auch durch die Preiskurve für Konsumgüter belegt. Es muß jedoch hervorgehoben werden, daß die innere Struktur beider Reihen so verschiedenartig ist, daß nur große Zusammenhänge herausgelesen werden können. Die gleiche Einschränkung müssen wir auch bei der Gegenüberstellung der Indexreihen der Einzelhandelsumsätze und des gesamten Volkseinkommens machen. Ohne Zweifel läßt das schnellere Ansteigen der Indexzahlen des Volkseinkommens gegenüber dem Einzelhandel, der als unmittelbar dem Verbrauch vorgeschaltete Etappe erfahrungsgemäß einen wesentlichen Teil des Gesamteinkommens des Volkes an sich binden kann, einen Schluß darauf zu, daß auch in steigendem Maße große Teile dieses Einkommens nicht unmittelbar dem Konsum zugeführt werden, sondern auf dem Sparwege wieder der Erzeugung von Produktivgütern zufließen.



Darstellung 4: Umsätze des Einzelhandels insgesamt; arbeitstägliche Produktion von Verbrauchsgütern und Volkseinkommen (Durchschnitt 1928 = 100)

Aufschlußreich für das Marktschicksal wesentlicher Teile der deutschen Konsumfertigungswirtschaft, so vor allem für bestimmte Hausrat- und Textilwaren, kann noch sein die Entwicklung der Eheschließungen und der Wohnungsbautätigkeit. Die Ziffer der Eheschließungen liegt im Jahre 1936 bereits wieder durchweg unter den Zahlen der Jahre 1935 und gar 1934, eine Erscheinung, die für die Herstellung und den Absatz von Möbeln und sonstigen Gegenständen des Wohnbedarfes, wie Nähmaschinen, Rundfunkgeräte usw., von größter Bedeutung ist.

Dagegen bahnt sich im Wohnungsbau eine besonders erfreuliche Entwicklung wieder an (Darst. 5). Der geringe Auftrieb der Bauvollendungen, der im 1. Halbjahr 1935 beobachtet werden konnte, zeigt besonders in der zweiten Hälfte des Jahres



Darstellung 5: Bauverläubnisse und Bauvollendungen im Wohnungsbau in 96 Groß- und Mittelstädten (Durchschnitt 1928 = 100)

einen günstigeren Verlauf. Besonders erheblich ist aber die Steigerung seit Beginn der Bausaison im Frühjahr des Jahres 1936. Außerdem nahm die Zahl der Bauerlaubnisse im Jahre 1936 noch in einem stärkeren Ausmaße zu, als es bereits 1935 der Fall war. Beachtlich ist hierbei, daß die starke Belebung des Wohnungsbauemarktes zum großen Teil privater Initiative verdankt werden kann. Dennoch muß für die nächste Zeit eine Einschränkung des Wohnungsbaues trotz des hohen Bedarfes an neuem Wohnraum erwartet werden. Im Rahmen des neuen Vierjahresplanes haben private Wohnbedürfnisse gegenüber den wichtigeren Aufgaben der Sicherung der Rohstoffbasis und des Lebensraumes zurückzustehen. Bei der verringerten Bautätigkeit für privaten Wohnbedarf wird zudem in Zukunft der Anteil des Staates zweifellos wieder in stärkerem Maße hervortreten.

Die für die Marktstellung der Konsumfertigware wichtigsten allgemeinen Verhältnisse werden in Tafel I nochmals in Gestalt von prozentualen Veränderungen der Werte des Jahres 1936 gegenüber ihren Werten von 1935 dargestellt.

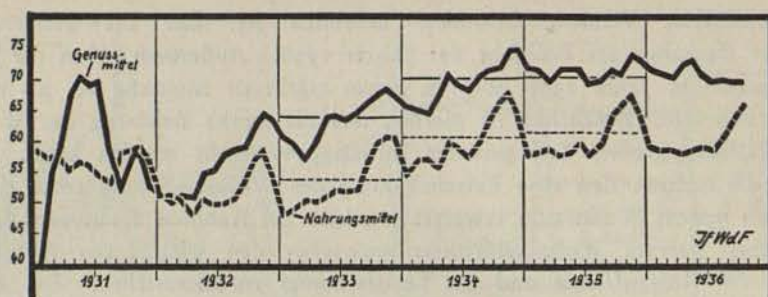
II. Erzeugungs- und Absatzverhältnisse in den einzelnen Zweigen der Konsumfertigwarenwirtschaft

Der geringe Aufschwung der industriellen Produktion von Konsumgütern, den wir in Darstellung 1 für das Jahr 1936 feststellen konnten, hat sich in der Beschäftigung einzelner Zweige der Konsumfertigindustrie nicht in entsprechendem Maße ausgewirkt, so vor allem in der Herstellung von Nahrungs- und Genußmitteln (Darstellung 6). Es scheint also in diesen Industrien, besonders jedoch bei der Gewinnung von Genußmitteln, seit 1934 bereits eine Gleichmäßigkeit der Beschäftigung eingetreten zu sein.

Tafel I

	Prozentuale Veränderung des Jahres 1936 gegenüber 1935 (Januar bis Oktober)
Produktionsindex der Verbrauchsgüter ¹⁾	+ 5,5
Produktionsindex der Produktionsmittel	+ 13,4
Zahl der Beschäftigten nach der Krankenkassenstatistik . . .	+ 7,4
Lohnsteueraufkommen ¹⁾	+ 15,1
Einkommen aus Lohn, Gehalt usw. ²⁾	+ 8,1
Roheisenproduktion	+ 25,9
Einzelhandelsindex insgesamt ³⁾	+ 9,5
Eheschließungen je 1000 Einwohner	— 10,4
Bauvollendungen in 96 Groß- und Mittelstädten ¹⁾	+ 43,4
Bauerlaubnisse in 96 Groß- und Mittelstädten ¹⁾	+ 61,2

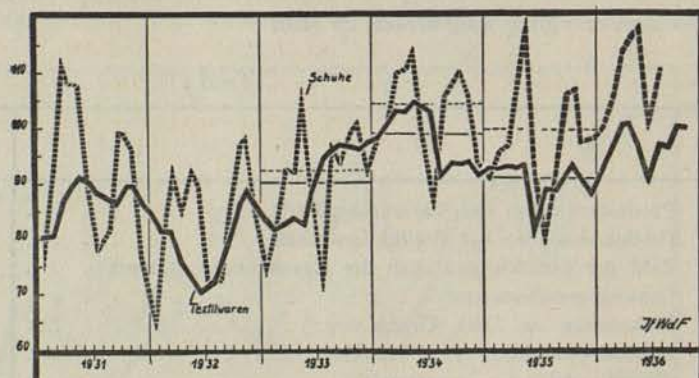
¹⁾ = Januar bis September²⁾ = Januar bis Juni³⁾ = Januar bis August



Darstellung 6: Beschäftigung in der Nahrungsmittel- und in der Genussmittelindustrie in Prozenten der Arbeiterstundenkapazität

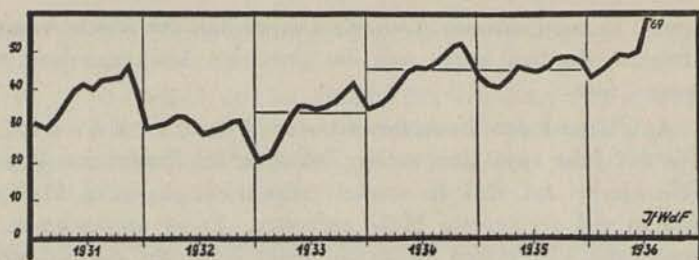
Dagegen zeigt die Produktionstätigkeit der Bekleidungsindustrien im Jahre 1936 gegenüber 1935 eine erhebliche Steigerung. Dies dürfte in der Hauptsache auf den stark gestiegenen Bedarf an Erzeugnissen der Textilindustrie im Jahre 1936 zurückzuführen sein. Bekanntlich hatte die Hamsterpsychose des Jahres 1934 einen starken Rückgang, besonders der Textilwarenerzeugung, zur Folge. Eine grundlegende Änderung in der Verbraucherhaltung gegenüber den neuen Erzeugnissen der Textilindustrie aus einheimischen Stoffen dürfte letztlich die Ursache sein, daß in starkem Maße die Beschäftigung der Textilerzeugung wieder stieg. Wie ferner aus Darstellung 7 entnommen werden kann, verbesserte sich auch die Beschäftigung der Schuhindustrie im Jahre 1936 gegenüber 1935 wesentlich. Wir führen dies auf den stark gestiegenen Bedarf der inzwischen wieder in den Beschäftigungsprozeß aufgenommenen Arbeitslosen zurück.

Darstellung 7: Arbeitstägliche Produktion von Textilien (bewegl. Dreimonatsdurchschnitt) und von Schuhen (Durchschnitt 1928 = 100)

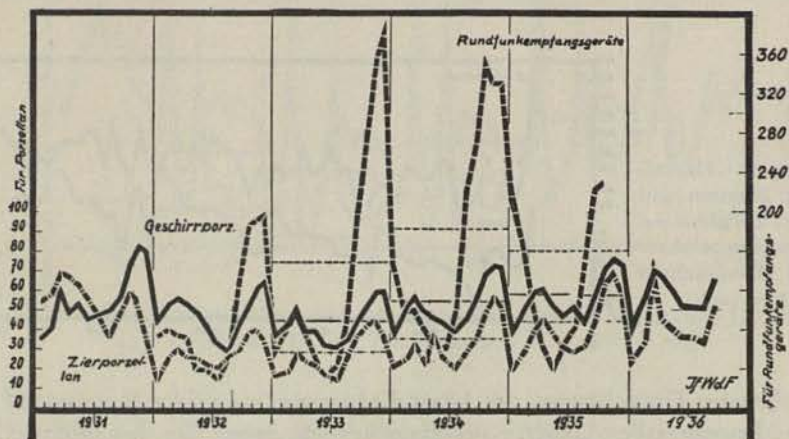


Einen besonders starken Anstieg können wir bei der Beschäftigung der Holzverarbeitenden Industrie, besonders im Sommer des Jahres 1936, beobachten, wie aus Darstellung 8 entnommen werden kann. Dennoch liegt die Kapazitätsausnutzung im Jahresmittel nur etwas über 50%.

Darstellung 8:
Beschäftigung der Holz-
verarbeitenden Industrie
in Prozenten der Arbeiter-
stundenkapazität



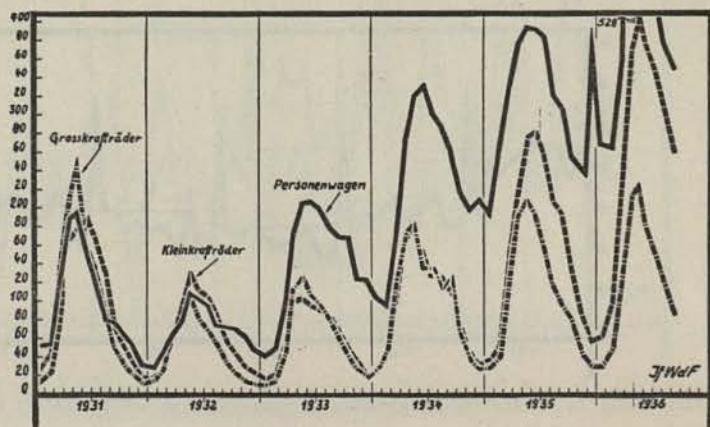
Auch die Lage der Porzellanindustrie hat sich im Jahre 1936 günstiger gestaltet. (Vgl. Darstellung 9.)



Darstellung 9: Inlandsversand von Geschirrporzellan und Zierporzellan (Durchschnitt 1928 = 100) und Umsatz von Rundfunkempfangsgeräten (Durchschnitt 1932 = 100)

Interessante Ergebnisse lassen sich aus Darstellung 10, welche Aufschluß über die Aufnahmefähigkeit des deutschen Marktes für Personenwagen und Motorräder gibt,

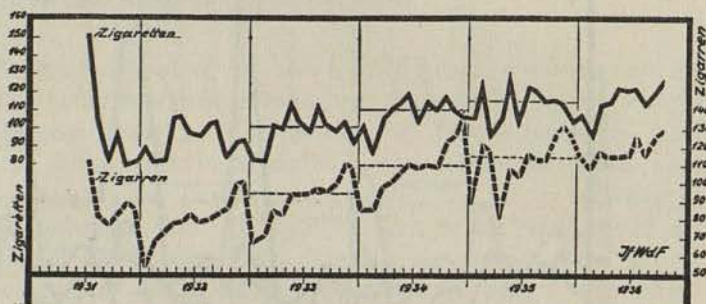
Darstellung 10: Arbeits-
tägliche Zulassungen von
Personenkraftwagen,
Großkraftträdern und
Kleinkraftträdern (Durch-
schnitt 1931 = 100)



lesen. In nur geringem Ausmaße konnte sich der Absatz von Großkraftträdern steigern, dagegen setzte sich die gewaltige Absatzzunahme vor allem bei Personenzugmaschinen fort.

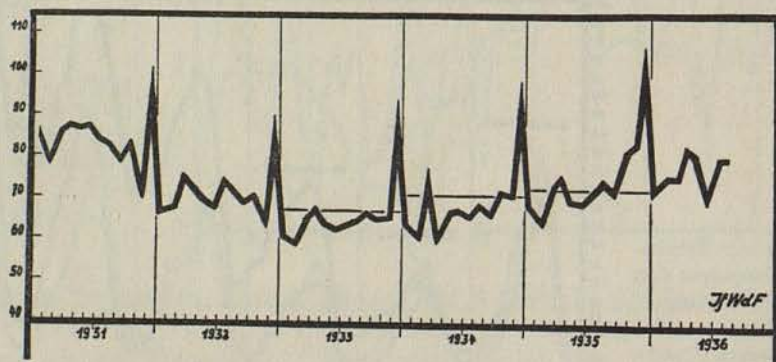
Auf Grund der Steuerausweise für Zigarren und Zigaretten ergibt sich für das Jahr 1936 eine stetige Zunahme der Produktion (Darstellung 11). Besonders fällt hierbei auf, daß die starken Schwankungen im 1. Halbjahr 1935 im Jahre 1936 nur in viel geringerem Maße auftreten. Es ist anzunehmen, daß diese Produktionssteigerung, die letzten Endes auf einer Zunahme des Verbrauchs beruht, keineswegs auf Kosten der Wertumsätze erfolgte. Es bleibt jedoch abzuwarten, in welchem Maße sich gewisse Preisherabsetzungen im Herbst 1936 wert- und mengenmäßig auswirken.

Darstellung 11: Herstellung von Zigarren und Zigaretten; errechnet auf Grund des Steuerzeichenverkaufs (Durchschnitt 1928 = 100)



Die folgenden Darstellungen der Handelsumsätze für Konsumfertigerwaren, besonders der Umsätze des Einzelhandels, lassen für den größten Teil eine Zunahme der Umsatzwerte erkennen.

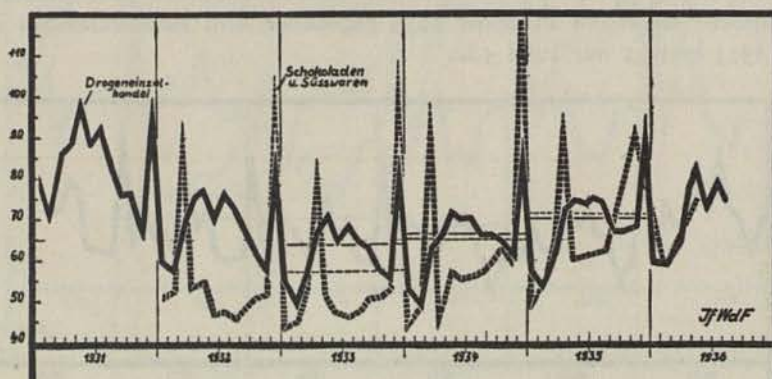
Die Darstellung 12 zeigt, daß die Einzelhandelsumsätze in Nahrungs- und Genußmitteln im Jahre 1936 weitaus höher liegen als im Jahre 1935. Jedoch dürfte die Ursache hierfür nur zum Teil in einer Steigerung der Absatzmenge liegen,



Darstellung 12: Einzelhandelsumsätze in Nahrungs- u. Genußmitteln (Durchschnitt 1928 = 100)

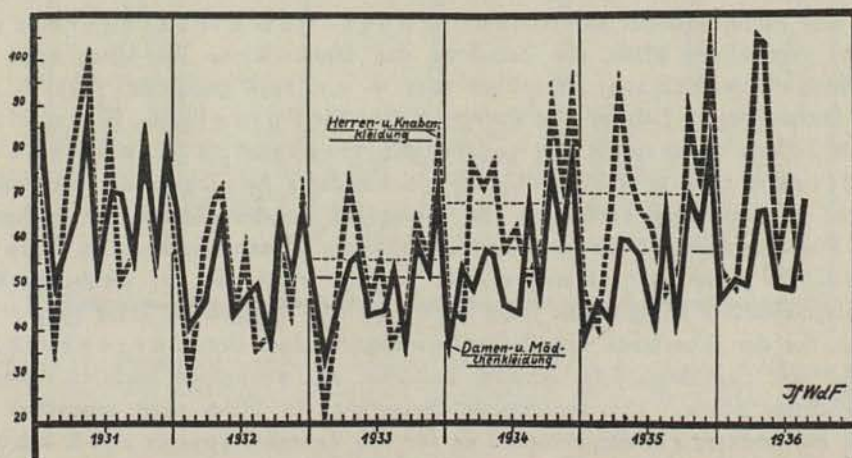
vielmehr wirken sich hier gewisse Preiserhöhungen aus, auf die wir bereits in Darstellung 4 hingewiesen haben.

Auch im Drogeneinzelhandel und im Handel bei den Fachgeschäften für Schokoladen und Süßwaren setzte sich der Umsatzanstieg weiter fort, wie aus Darstellung 13 zu lesen ist. Zweifellos spielen hier neben einer Zunahme der Absatzmenge auch Preiserhöhungen eine Rolle.



Darstellung 13: Umsätze im Drogeneinzelhandel und in den Fachgeschäften für Schokoladen und Süßwaren, Kaffee, Tee (Durchschnitt 1928 = 100)

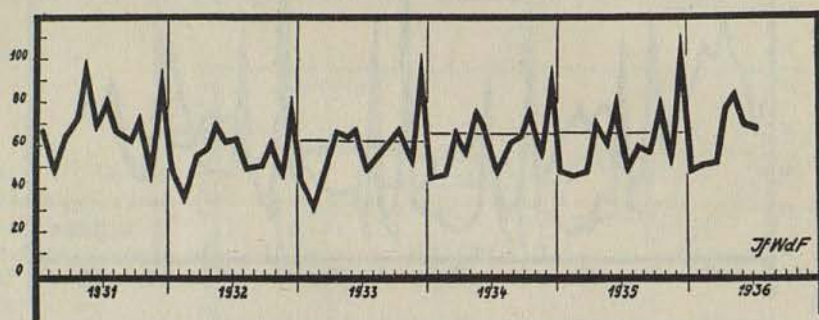
Ein Belebung des Bekleidungs-Einzelhandels erfolgte auch im Jahre 1936. Es scheinen sich nunmehr die nachteiligen Folgen der übertriebenen Eindeckungskäufe des Jahres 1934, besonders bei den Fachgeschäften für Damen- und



Darstellung 14: Umsätze der Fachgeschäfte für Damen- und Mädchenkleidung und für Herren- und Knabenkleidung (Durchschnitt 1928 = 100)

Mädchenkleidung, im Jahre 1936 wieder ausgleichen zu wollen. Aber auch der Absatz von Herren- und Knabenkleidung konnte sich weiterhin verbessern (vgl. Darstellung 14).

Die Darstellung 15 bestätigt unsere Annahme, daß ein, wenn auch geringer Anstieg der Umsatzzahlen im Schuh-Einzelhandel im Jahre 1936 noch Platz greifen konnte. Im allgemeinen ist die Kurve der Wertumsätze in diesem Einzelhandelszweig durch eine starke Konstanz der Absatzverhältnisse gekennzeichnet. Die Umsatzzunahme im ersten Halbjahr 1936 gegenüber dem entsprechenden Zeitraum im Jahre 1935 beträgt nur rund 5%.



Darstellung 15: Umsätze der Schuhfachgeschäfte (Durchschnitt 1928 = 100)

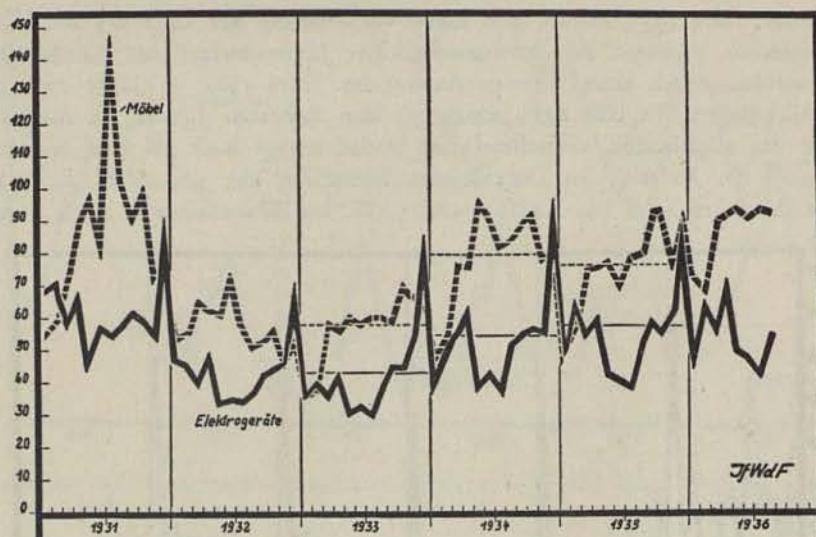
Der Rückgang der Umsätze im Möbelhandel im Jahre 1935 konnte 1936 in eine starke Steigerung umgewandelt werden. So erhöhten sich die Absatzwerte des ersten Halbjahres 1936 um 24,2% gegenüber dem ersten Halbjahr 1935 (vgl. Darstellung 16).

Bei den Fachgeschäften für Beleuchtungs- und Elektrogeräte setzte sich in verstärktem Maße die Zunahme der Umsatzwerte im Jahre 1936 fort. (Prozentuale Zunahme 1935 gegenüber 1934 + 5,1, 1936 gegenüber 1935 + 10,2.)

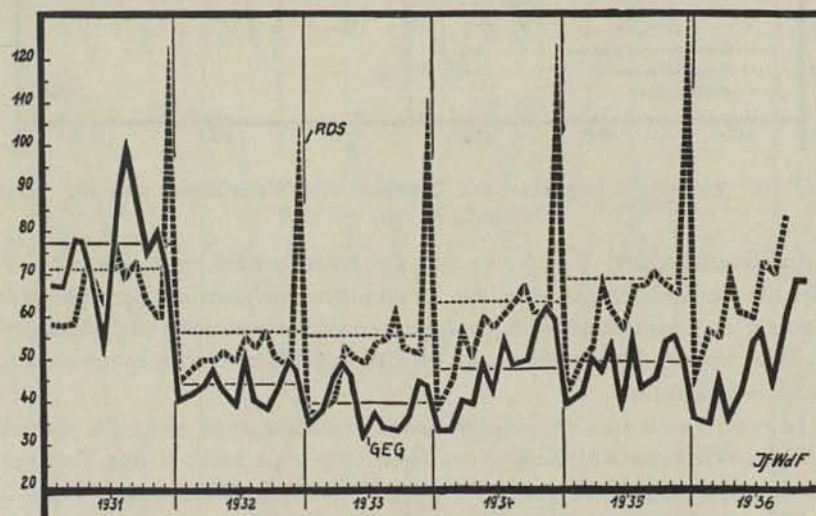
Die Darstellung 17 läßt bei den Fachgeschäften für Porzellan, Glas, Haus- und Küchengeräte (RDS.) und bei der Deutschen Großeinkaufsgesellschaft m. b. H. (GEG.) ein gleichmäßiges Anwachsen der wertmäßigen Umsätze im Berichtsjahr erkennen. So betrug bei den Mitgliedern der Fachgruppe Glas-, Porzellanwaren, Haus- und Küchengeräte die Umsatzsteigerung im Jahre 1936 = 7,8%, im Jahre 1935 gegenüber dem Vorjahre 7,5%, bei der Deutschen Großeinkaufsgesellschaft m. b. H. im Jahre 1936 = 3,3%, dagegen im Jahre 1935 = 3%.

Auch bei den Umsätzen der Einkaufsgenossenschaften der Uhrengeschäfte hält der seit 1933 begonnene Anstieg weiterhin an, wenngleich auch in etwas abgeschwächtem Maße. Die prozentuale Steigerung im Jahre 1936 gegenüber 1935 machte nur noch 17,4% aus, während sie für den Zeitraum 1934/35 20,2% betrug.

Eine Zusammenstellung der Entwicklung der Einzelhandelsumsätze und der Umsätze der Warenhäuser und der Kaufhäuser wird in Darstellung 18 gegeben.



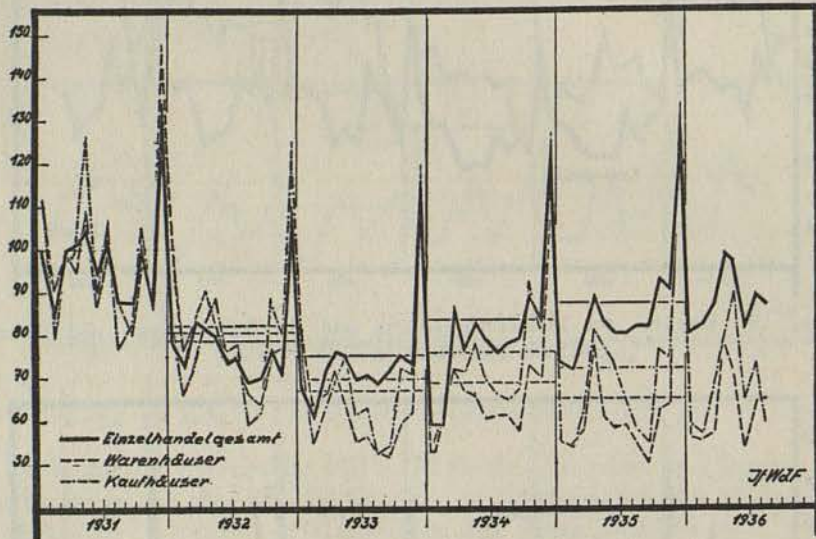
Darstellung 16: Umsätze der Möbelfachgeschäfte und der Beleuchtungs- und Elektrofachgeschäfte (Durchschnitt 1928 = 100)



Darstellung 17: Umsätze der Fachgeschäfte für Porzellan, Glas, Haus- und Küchengeräte und Hausratumsätze der Deutschen Großeinkaufs-Gesellschaft m. b. H. (GEG) (Durchschnitt 1928 = 100)

Das Jahr 1933 ist insofern ein Wendepunkt, als in diesem Jahr wieder die Einzelhandelsumsätze im Jahresdurchschnitt beachtlich höher lagen als die der Kauf- und

Warenhäuser. Seit 1933 konnte sich diese Verbesserung der Lage des Einzelhandels stetig fortsetzen, während die durchschnittlichen Jahresumsätze der Kaufhäuser und der Warenhäuser nach einem kleinen Anstieg im Jahre 1934 im Jahre 1935 wieder stark zurückgingen. Es läßt sich jedoch für den Zeitraum Januar bis August 1936 als Folge des allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwungs auch bei den Waren- und Kaufhäusern ein Aufstieg im Durchschnitt feststellen, der gegenüber dem gleichen Zeitraum im Jahre 1935 bei Kaufhäusern 5,2%, bei Warenhäusern 4,6% ausmacht.

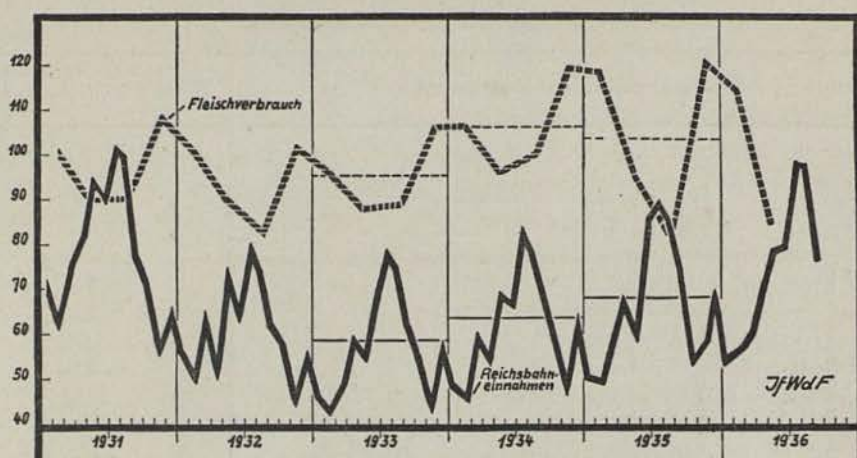


Darstellung 18: Einzelhandelsumsätze und Umsätze der Warenhäuser und der Kaufhäuser
(Durchschnitt 1931 = 100)

Von charakteristischen Verbrauchsreihen greifen wir die des Fleischverbrauchs für die Ernährungssphäre, der Reichsbahneinnahmen aus dem Personen- und Gepäckverkehr als Charakteristikum der Ausgaben für Reisezwecke und schließlich noch der Einnahmen bei den Lichtspieltheatern als Spiegelbild der Verbrauchsentwicklung im Vergnügungsbedarf heraus.

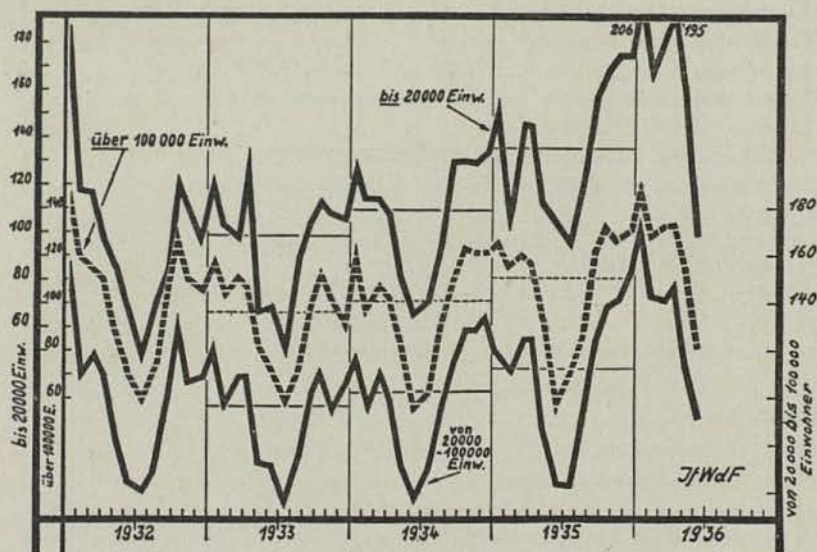
Der Fleischverbrauch ging im ersten Halbjahr 1936 um 2,2% zurück. Dies dürfte auf eine bestimmte Regulierung des Fleischangebotes und auf eine Verlagerung in der Ernährungslage zugunsten anderer Nährstoffe zurückzuführen sein (vgl. Darstellung 19). Dagegen konnten sich die Einnahmen der Reichsbahn aus dem Personen- und Gepäckverkehr 1936 um 7,8% erhöhen. Zweifellos gilt auch im Jahre 1936, daß durch Fahrpreismäßigungen usw. mengenmäßig eine noch beträchtlichere Steigerung gegenüber dem Vorjahr vorhanden sein wird.

Wie uns die Darstellung 20 belegt, haben sich die Einnahmen der Filmunternehmungen in allen 3 Städtegruppen im Jahre 1936 weiter beträchtlich erhöht. Am stärksten



Darstellung 19: Fleischverbrauch (insgesamt, gewichtsmäßig) und Einnahmen der Reichsbahn aus dem Personen- und Gepäckverkehr (Durchschnitt 1928 = 100)

kommt dies bei der Gruppe der Städte von 20 000 bis 100 000 Einwohnern zum Ausdruck, wo die Einnahmen die des Vorjahres um über 28% übersteigen.



Darstellung 20: Bruttoeinnahmen der Filmtheater in 28 Städten des Deutschen Reiches (Durchschnitt 1932/33 = 100)

Die nachfolgende Tafel II enthält noch die prozentualen Veränderungen des Jahres 1936 gegenüber dem Jahre 1935 für alle im vorstehenden behandelten Kurven der Fertigwarenwirtschaft.

Tafel 2

Konsumfertigwarenwirtschaft	Prozentuale Veränderung des Jahres 1936 gegenüber 1935 (Januar bis Oktober)
Erzeugung	
Beschäftigung in der Nahrungsmittelindustrie	+ 0,7
Beschäftigung in der Genußmittelindustrie	— 0,2
Produktion von Textilwaren (arbeitstäglich)	+ 7,0
Produktion von Schuhwaren (arbeitstäglich) ¹⁾	+ 25,7
Beschäftigung in der Holzverarbeitenden Industrie	+ 14,3
Inlandsversand von Zierporzellan ²⁾	+ 20,6
Inlandsversand von Geschirrporzellan ²⁾	+ 11,2
Zulassungen von a) Personenkraftwagen (1931 = 100) ²⁾ . . .	+ 18,2
b) Großkraftträdern (1931 = 100) ²⁾	+ 2,5
c) Kleinkraftträdern (1931 = 100) ²⁾	+ 46,0
Produktion von Zigarren	+ 7,1
Produktion von Zigaretten	+ 1,2
Handel	
Einzelhandelsumsätze insgesamt ³⁾	+ 9,5
Einzelhandelsumsätze in Nahrungs- und Genußmitteln ³⁾ . . .	+ 8,4
Einzelhandelsumsätze in Drogen ³⁾	+ 5,7
Einzelhandelsumsätze in Frauen- und Mädchenkleidung ³⁾ . . .	+ 6,8
Einzelhandelsumsätze in Herren- und Knabenkleidung ³⁾ . . .	+ 12,8
Einzelhandelsumsätze in Schuhwaren ³⁾	+ 5,0
Einzelhandelsumsätze der Möbelfachgeschäfte ³⁾	+ 24,2
Einzelhandelsumsätze der Fachgeschäfte für Beleuchtungs- und Elektrogeräte ³⁾	+ 10,2
Umsätze der Mitglieder der Fachgruppe Glas-, Porzellanwaren, Haus- und Küchengeräte ²⁾	+ 7,8
Hausratumsätze der Deutschen Großeinkaufs-Gesellschaft m. b. H. (GEG) ⁴⁾	+ 3,3
Umsätze der Einkaufsgenossenschaften der Uhrengeschäfte . .	+ 17,4
Verbrauch	
Fleischverbrauch ⁵⁾	— 2,2
Einnahmen der Reichsbahn aus Personen- und Gepäckverkehr ²⁾	+ 7,8
Einnahmen der Filmunternehmungen in	
a) Städten unter 20 000 Einwohnern ⁵⁾	+ 34,9
b) Städten von 20 000—100 000 Einwohnern ⁵⁾	+ 28,4
c) Städten über 100 000 Einwohnern ⁵⁾	+ 10,2

¹⁾ = Januar bis Juli ²⁾ = Januar bis September ³⁾ = Januar bis August ⁴⁾ = Januar bis November ⁵⁾ = Januar bis Juni

Verantwortliche Schriftleitung für Teil B: Prof. Dr. Wilhelm Vershofen, Tiefenbach über Oberstdorf i. Allgäu, u. Privatdozent Dr. Erich Schäfer, Nürnberg-O., Forstmeisterstr. 3. Carl Heymanns Verlag, Berlin W 8. Gedruckt bei A. Gallus, Berlin-Charlottenburg 2.

