ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Hanel, Alfred; Richter, Oswald

Article — Digitized Version

Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handverks im Europamarkt

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Hanel, Alfred; Richter, Oswald (1963) : Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handverks im Europamarkt, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 43, Iss. 1, pp. I-IX

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/141742

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Verantwortlich: Dipl.-Kfm. Wolfgang K. A. Disch

Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handwerks im Europamarkt

Dr. Alfred Hanel, Marbach/Marburg • Dr. Oswald Richter, Frankfurt/Main

Die wirtschaftlichen Integrationsbestrebungen der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft werden angesichts ihrer marktwirtschaftlichen Grundkonzeption eine allgemeine Verschärfung des Wettbewerbs zur Folge haben. So werden auch die Betriebe des gewerblichen Mittelstandes — vor allem der selbständige Einzelhandel und das Handwerk — ihre grundsätzlich als gut zu bezeichnenden Entwicklungschancen nur dann wahrnehmen können, wenn es ihnen gelingt, sich den schärferen Konkurrenzbedingungen anzupassen. Diese Anpassung zu erleichtern ist die Aufgabe der Einkaufsgenossenschaften. Für die genannten Betriebe liegt es deshalb nahe, ihre Geschäftsbeziehungen zu den Einkaufsvereinigungen zu intensivieren, die ihrerseits dadurch an Bedeutung gewinnen.

STAND UND ENTWICKLUNG IN DEN LÄNDERN DER EWG

In allen Ländern der Sechsergemeinschaft finden sich Einkaufsgenossenschaften der selbständigen Einzelhändler und Handwerker. Der genossenschaftliche Einkauf hat jedoch in Deutschland die weitaus größte Verbreitung gefunden; hier wurden in fast allen bedeutenden Handels- und Handwerkszweigen Einkaufsgenossenschaften gegründet.

Bundesrepublik Deutschland

In der Lebensmittelbranche sind rund drei Viertel aller Einzelhandelsgenossenschaften der Bundesrepublik tätig. Sie gehören mit wenigen Ausnahmen zwei großen Gruppen an: der Edeka-Organisation mit zwei Zentralen, 217 örtlichen Genossenschaften und 41 500 Einzelhändlern als Mitgliedern sowie der Rewe-Gruppe, die zwei Zentralen, 99 örtliche Einkaufsgenossenschaften und über 13 200 Mitglieder umfaßt. Am gesamten Einzelhandelsumsatz des Lebensmittelhandels sind die genossenschaftlich organisierten Händler mit rund 28 % beteiligt; auf die Großbetriebe (Warenhäuser, Filialbetriebe und Konsumgenossenschaften) entfällt etwa der gleiche Prozentsatz, der Anteil der Freiwilligen Ketten angeschlossenen Einzelhändler wird auf knapp 40 % geschätzt.

Etwa auf gleicher Höhe liegen die Umsatzanteile der Genossenschaftshändler im Textilwarenhandel. Die 18 Textileinkaufsvereinigungen, darunter 10 in genossenschaftlicher Rechtsform, halten einen Anteil von rd. 40 % an den Großhandelsumsätzen in der Textilbranche, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, daß in der Bundesrepublik nur etwa ein Drittel aller Textilerzeugnisse die Großhandelsstufe durchläuft. Von den Einzelhandelsumsätzen in Textilien entfallen über 27 % auf Genossenschaftsmitglieder.

Den 8 Genossenschaften im Schuhwarenhandel gehören ca. 40 % aller Einzelhändler dieser Branche an. Knapp ein Viertel der Einkaufsumsätze aller Schuheinzelhandlungen werden von den Einkaufsvereinigungen vermittelt und die Bezahlung dieser Lieferungen durch sie reguliert. Diese erfolgreiche Entwicklung dürfte nicht zuletzt auf das speziell von den Genossenschaften dieser Branche entwickelte Vermittlungs- und Delkrederegeschäft mit Übernahme der Zentralregulierung zurückzuführen sein. Dieses schützt die Lieferanten nicht nur vor möglichen Debitorenverlusten, sondern garantiert ihnen darüber hinaus eine termingerechte Zahlung, unabhängig von der Liquidität des einzelnen Mitgliedshändlers.

Im Drogeriewarenhandel arbeiten 18 Einkaufsgenossenschaften sowie eine Zentralgenossenschaft. Etwa die Hälfte aller selbständigen Drogisten, in Süddeutschland sogar bis zu 90 %, gehören einer dieser Vereinigungen an. Allerdings liegen die durchschnittlichen Einkaufsumsätze der Mitglieder bei der Genossenschaft relativ niedrig (1961: DM 23 378,—). Seit Jahren bilden aber die Zusammenschlüsse der Drogisten die expansivste Gruppe im genossenschaftlichen Großhandel; in den Jahren 1956—1961 gelang es diesen Unternehmen, ihre Umsätze mehr als zu verdoppeln.

Die 14 Einkaufsgenossenschaften für Eisenwaren, Hausrat, Glas und Porzellan haben zwar mit gut 10 % einen im Vergleich zu anderen Branchen etwas geringeren Marktanteil. Angesichts des immer stärkeren Eindringens von Waren- und Versandhäusern in das Sortiment dieser Branche kommt jedoch dem Gemeinschaftseinkauf im Hausrat- und Eisenwarenhandel eine wachsende Bedeutung zu. Im Jahre 1961 konnten diese Genossenschaften ihre Umsätze im Geschäftsverkehr mit den Mitgliedern um 8,4 % auf 571 Mill. DM steigern.

Neben den genannten Genossenschaften arbeiten in der Bundesrepublik noch Einkaufszusammenschlüsse im Tabakwarenhandel (22), der Apotheken (7) sowie im Papierwaren-, Bürobedarfs- und Buchhandel (8).

Einkaufsgenossenschaften des Handels und des Handwerks in der Bundesrepublik Deutschland (1961)

Branche/Handwerkszweig	Anzahl der Genossenschaften (ohne Zentralen)	Umsätze der Genossenschaften in Mill. DM
Nahrungs- und Genußmittel	353	3 888,0
davon: Edeka-Gruppe	(217)	(2 734,0)
Rewe-Gruppe	(99)	(972,5)
Schuhwaren	7	629,9
Hausrat und Eisenwaren	14	571,2
Textilien	10	463,0
Drogisten	18	209,8
Sonstige	14	132,4
Bäckerhandwerk (einschl. Hefebezugsgenossenschaften)	215	733,0
Fleischergenossenschaften	178	364,0
Bau- und Baunebengewerbe	25	89,3
Bekleidungshandwerk	16	3,2
Schuhmacherhandwerk	58	18,8
Friseurhandwerk	14	16,3
Malerhandwerk	35	61,5
Polsterer- und Tapeziererhandwerk	18	30,5
Metallverarbeitendes Handwerk (Installateure, Schlosser, Uhrmacher)	23	75,1
Holzverarbeitendes Handwerk	31	22,1
Sonstige handwerkliche Berufe	9	39,8
Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels insgesamt	416	5 894,3
Einkaufsgenossenschaften des Handwerks insgesamt	622	1 453,6

Quelle: Jahrbuch des Deutschen Genossenschaftsverbandes, 1961.

Im deutschen Handwerk liegt das Schwergewicht der genossenschaftlichen Tätigkeit eindeutig bei den Einkaufsgenossenschaften der Nahrungsmittelhandwerke. Die 393 Zusammenschlüsse der Bäcker und Fleischer, die sich zu leistungsfähigen Zentralgenossenschaften vereinigt haben, repräsentieren etwa zwei Drittel aller handwerklichen Einkaufsgenossenschaften in der Bundesrepublik und erreichen bei ihren Mitgliedern Beteiligungsquoten von über 60 bzw. 80 % aller Betriebe dieser Handwerkszweige.

Im Bäckerhandwerk werden fast ein Viertel aller Rohstoffe und Waren über Genossenschaften bezogen. Im Fleischerhandwerk ist dieser Anteil erheblich niedriger, da nur etwa ein Fünftel aller vom Fleischerbetrieb benötigten Rohstoffe und Waren als für den Gemeinschaftseinkauf geeignet angesehen werden kann.

Aber auch die Angehörigen zahlreicher weiterer handwerklicher Berufe haben sich einen wirtschaftlichen Rückhalt in Einkaufsgenossenschaften geschaffen. Die Genossenschaften der Schuhmacher, Maler, Friseure, Polsterer und Tapezierer sind in Zentralen zusammengefaßt, wogegen im Uhrmacher- sowie in verschiedenen Bau- und Ausbauhandwerken (so im Glaser-, Stukkateur-, Schlosser-, Installateur-, Dachdecker- und Hafnergewerbe) nur einzelne, z. T. aber bedeutende Einkaufsgenossenschaften bestehen, deren Wirkungskreis größere Gebiete bzw. das gesamte Bundesgebiet umfaßt. Allerdings ist der Prozentsatz der in diesen Vereinigungen organisierten Gewerbetreibenden weit geringer als bei den Genossenschaften der Nahrungsmittelhandwerke.

Für die recht erfolgreiche Entwicklung der Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handwerks gibt es mehrere Gründe. So hatte bereits im vorigen Jahrhundert Schulze-Delitzsch den durch das Aufkommen zahlreicher Industriebetriebe und moderner Vertriebsformen bedrängten Handwerkern und Einzelhändlern die genossenschaftliche Selbsthilfe nahegebracht und auch die Gründung der ersten Handwerkereinkaufsgenossenschaften persönlich tatkräftig gefördert. Darüber hinaus waren auch die für eine positive Entwicklung der Genossenschaften notwendigen institutionellen Grundlagen — wie insbesondere das Genossenschaftsrecht und die Prüfungspflicht — geschaffen worden. Die weitere Entwicklung der Genossenschaften wurde durch die schon frühzeitig geschaffene verbandsmäßige Betreuung der Einkaufsgemeinschaften, durch den Zusammenschluß zahlreicher Einzelgenossenschaften zu Genossenschaftszentralen und nicht zuletzt durch die enge Zusammenarbeit der Genossenschaften mit den gewerblichen Fachorganisationen stark gefördert.

Niederlande

Die Vielzahl von Einkaufsgenossenschaften weist auf die Aufgeschlossenheit der niederländischen Einzelhändler gegenüber einer genossenschaftlichen Zusammenarbeit hin. Der Schwerpunkt der genossenschaftlichen Einkaufstätigkeit liegt hier eindeutig im Textilhandel. Die rd. 3200—3500 Mitglieder der 18 Textileinkaufsvereinigungen konnten mit rd. 27 % etwa den gleichen Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz in der Textilbranche erzielen wie die in deutschen Genossenschaften organisierten Einzelhändler dieses Handelszweiges.

Zahlenmäßig überwiegen jedoch die Genossenschaften der Lebensmittelhändler, die größtenteils den zwei Zentralorganisationen — dem „Nederlands Sperwerverbond, G.A., Utrecht" mit 26 Genossenschaften und 1100 Mitgliedern sowie der „Enkabé, U.A., Rotterdam" mit 19 Vereinigungen und 1050 Einzelhändlern — angehören. Verglichen mit der Bundesrepublik ist die Bedeutung der niederländischen Genossenschaften im Lebensmittelhandel jedoch begrenzt. Ihr Marktanteil von höchstens 8 % bleibt weit hinter dem der Freiwilligen Ketten zurück.

Eine Sonderstellung nehmen die über 40 Einkaufsgenossenschaften der Obst- und Gemüsehändler ein, die in einer eigenen Verbandsorganisation zusammengefaßt sind und über eine Einkaufszentrale verfügen. Diesen Genossenschaften gehören zwar ausschließlich Obst- und Gemüsehändler als Mitglieder an. Die Vereinigungen betreiben jedoch nicht den gemeinschaftlichen Einkauf von Obst und Gemüse, sondern beschaffen nur die von den Obst- und Gemüsehändlern vertriebenen Beiprodukte (Konserven, Sauerkraut, Bier, Limonade usw.). Knapp ein Drittel aller niederländischen Einzelhändler dieser Fachgruppe sind Mitglied einer solchen Einkaufsgenossenschaft.

Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handwerks in den Niederlanden (1959)

Branche/Handwerkszweig	Anzahl der Genossenschaften	Mitgliederzahl
Lebensmittelhandel	60—70	3000—3500
darunter: Sperwerverbond	(26)	(1100)
Enkabé	(19)	(1100)
Obst- und Gemüsehandel	40	rd. 3000
Textilhandel	18	3000—3200
Drogeriewaren	4	1000—1200
Hausrat- und Eisenwarenhandel	15	1000—1200
Sonstige	35—40	
Bäckerhandwerk	23	1500—2000
Fleischerhandwerk	32	rd. 3000
Sonstige	8	500—600

Im Schuhwaren-, Hausrat- und Eisenwaren- sowie Drogeriewarenhandel bestehen gleichfalls genossenschaftliche Einkaufszusammenschlüsse, deren Stellung innerhalb ihrer Branche jedoch weniger bedeutend ist. Daneben finden sich noch zahlreiche kleinere Einkaufsvereinigungen von Händlern der verschiedensten Branchen, häufig handelt es sich dabei nur um lose Einkaufsvereine.

Von den Einkaufsgenossenschaften des Handwerks besitzen die 23 Bäcker- und 32 Fleischervereinigungen die größte Bedeutung. Ihre Entwicklung war vor allem in den letzten Jahren durch einen bemerkenswerten Aufschwung gekennzeichnet. Dagegen finden sich in den anderen Handwerkszweigen nur vereinzelt genossenschaftliche Einkaufszusammenschlüsse.

Auf die Genossenschaftsbewegung in Handwerk und Handel wirken sich die nach Konfessionen und Weltanschauungen stark zersplitterten gewerblichen Fachorganisationen sehr hemmend aus. Während der letzten Jahre wurden verschiedentlich neue Einkaufsorganisationen ins Leben gerufen; wegen des anfänglichen Mißtrauens vieler Gewerbetreibender und der Boykottmaßnahmen von Industrie und privatem Großhandel war ihnen jedoch bisher kein Erfolg beschieden.

Frankreich

Bereits in den zwanziger und dreißiger Jahren dieses Jahrhunderts wurden die ersten Einzelhandelsgenossenschaften gegründet, darunter die beiden größten Zusammenschlüsse im Lebensmittelhandel, „UNA" und „CODEC". 1922 erfolgte die Gründung eines Verbandes der Einkaufsgenossenschaften, der „Fédération Nationale des Sociétés Coopératives des Commerçants", mit einer zentralen Einkaufsinstanz für die angeschlossenen Genossenschaften. Zwei Drittel der heute in Frankreich arbeitenden Genossenschaften des Handels entstanden jedoch erst nach dem zweiten Weltkrieg.

Obwohl die Einkaufsvereinigungen — ebenso wie die Freiwilligen Ketten — in die Pläne der französischen Regierung zur Rationalisierung des mittelständischen Handels einbezogen wurden, ist ihre Bedeutung bis jetzt eng begrenzt. Der dem romanischen Menschentyp eigene Hang zur Individualität behinderte die Ausbreitung des genossenschaftlichen Einkaufs im Einzelhandel sehr stark; eine Ausnahme bilden lediglich die ehemals deutschen Genossenschaften in Elsaß-Lothringen. Besonders im Lebensmittelhandel fehlt es an leistungsfähigen Zusammenschlüssen mit überregionalem Tätigkeitsbereich; oft haben die bestehenden Vereinigungen noch keine rationelle Betriebsgröße erreicht und sind nur mit einer geringen Kapitalgrundlage ausgestattet.

Der genossenschaftliche Einkauf ist in Frankreich also noch relativ schwach entwickelt. Von den rd. 660 000 Einzelhandlungen aller Branchen entfielen 1960 auf die Mitglieder der „Groupements d'Achats" 53 500, d. s. gut 8 % aller Einzelhandelsbetriebe; die Freiwilligen Ketten erreichten knapp 9 %. An den gesamten Einzelhandelsumsätzen aller Branchen waren die Mitglieder der Einkaufsgenossenschaften in demselben Jahr jedoch nur mit knapp 2 % beteiligt; die Mitglieder Freiwilliger Ketten erzielten 2,0 %.

In einzelnen Branchen jedoch konnten die Einkaufsgenossenschaften einen beachtlichen Entwicklungsstand erreichen. So erzielten sie im Arzneimittelhandel einen Marktanteil von 25—30 %, gefolgt von den Vereinigungen der Drogisten mit 15—20 %. Im Nahrungs- und Genußmittelhandel arbeiteten 1960 etwa zwei Drittel aller bestehenden Einkaufsgenossenschaften mit rd. 47 000 Mitgliedsgeschäften; ihr Marktanteil liegt bei gut 2 %; für Kolonialwaren erhöhte sich der Prozentsatz auf 12—15 %.

Dagegen ist außerhalb des Nahrungs- und Genußmittelhandels die Bedeutung der genossenschaftlichen Einkaufstätigkeit — von den beiden genannten Handelsgruppen Arznei- und Drogeriewarenhandel abgesehen — relativ gering. Den Einkaufsgenossenschaften gehörten hier 1960 rd. 25 000 Einzelhändler an; ihr Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz außerhalb des Lebensmittelhandels wird auf knapp 2 % geschätzt. Zu erwähnen sind besonders die 17 Einkaufsgenossenschaften im Hausrat- und Eisenwarenhandel.

Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels und des Handwerks in Frankreich (1959/1960)

Branche/Handwerkszweig	Anzahl der Genossenschaften	Mitgliederzahl
Lebensmittelhandel	etwa 300	47 000
Drogeriewaren	22	3000—3500
Textilien	3	.
Schuhwaren	5	.
Hausrat- und Eisenwaren	17	.
Sonstige	5	.
Bäckerhandwerk	2	.
Fleischerhandwerk	4	ca. 1600
Schuhmacherhandwerk	8	600—800
Installateurhandwerk	3	200—300
Schreinerhandwerk	8	800—900
Friseurhandwerk	8	1500—2000
Polsterer- und Tapeziererhandwerk	3	700—750

Die Handwerkergenossenschaften befassen sich in Frankreich im Gegensatz zu den anderen EWG-Ländern überwiegend mit gemeinschaftlicher Produktion und gemeinsamem Absatz (z. B. die Handwerkerproduktiv- und Absatzgenossenschaften des Bau- und des Schneiderhandwerks) und nur in geringerem Umfang mit dem gemeinsamen Einkauf. Die wenigen bedeutenderen Einkaufsgenossenschaften der Fleischer, Schuhmacher, Friseure und Installateure haben überwiegend ihren Sitz in Elsaß-Lothringen.

Die Bedeutung des Genossenschaftseinkaufs für das französische Handwerk ist somit äußerst gering; lediglich in den Kriegs- und Nachkriegsjahren, als die Genossenschaften während der Zwangswirtschaft bei Rohstoffzuteilungen und Auftragsvergaben stark bevorzugt worden waren, verzeichnete das Genossenschaftswesen im Handwerk einen lebhaften, allerdings nur vorübergehenden Aufschwung.

Ursachen für die geringe Bedeutung der handwerklichen Genossenschaften sind der traditionelle Individualismus und das starke Mißtrauen vieler französischer Handwerker. Ferner ist der potentielle Mitgliederkreis dieser Genossenschaften durch die einschränkende Definition des Handwerks in Frankreich stark begrenzt; ein Gewerbetreibender gilt nur dann als Handwerker, wenn er u. a. nicht mehr als fünf Personen beschäftigt. Genossenschaften, deren Mitgliederkreis auch nicht-handwerkliche Betriebe umfaßt, gelten nicht mehr als Handwerkergenossenschaften und haben damit auch keinen Anspruch auf die für Handwerkergenossenschaften vorgesehenen staatlichen Vergünstigungen.

Belgien

Im belgischen Handelsapparat, der infolge der außerordentlich hohen Zahl von Klein- und „Kümmerbetrieben" die größte Dichte in Europa aufweist, konnte der Gedanke der genossenschaftlichen Selbsthilfe unter den Einzelhändlern bisher nur wenig Anklang finden. Zwar entstand — vorwiegend im flämischen Sprachgebiet des Landes — eine Reihe von Einkaufsgenossenschaften, doch gelang es diesen Unternehmen kaum, auch im wallonischen Teil des Landes Fuß zu fassen. Hier fanden sich die Händler allenfalls zur Zusammenarbeit in kleinen — für sie überschaubaren — Einkaufsvereinigungen, oft losen Gruppen ohne eigenen Geschäftsbetrieb, bereit.

Im Lebensmittelhandel arbeiten etwa 40 Einkaufsgenossenschaften mit rd. 4500 Mitgliedern. 16 dieser Vereinigungen, darunter die größten, haben sich einer Einkaufszentrale, der „Centrale des Epiciers ‚CENKO' Brüssel", angeschlossen. Ferner bestehen im Textil- und Schuhwarenhandel mehrere Einkaufsgenossenschaften, die allerdings in ihrer praktischen Tätigkeit mit besonderen Schwierigkeiten — z. B. Boykottmaßnahmen der Lieferanten sowie der zunehmenden Direktbelieferung des Einzelhandels durch kleinere und mittlere Produzenten — zu kämpfen haben. Schließlich scheint es in jüngster Zeit auch unter den Drogisten zu Gruppenbildungen gekommen zu sein.

Einkaufsgenossenschaften des Handels und des Handwerks in Belgien

Branche/Handwerkszweig	Anzahl der Genossenschaften	Mitgliederzahl
Lebensmittelhandel	etwa 40	ca. 4500
darunter CENKO-Gruppe	(16)	(ca. 2000)
Sonstige	10	
Bäckerhandwerk	4	2350
Klempner- und Installateurhandwerk	8	ca. 3000
Friseurhandwerk	7	9225
Malerhandwerk	5	3850
Sonstige	6	600

Im belgischen Handwerk bilden die Einkaufsgenossenschaften der Friseure und der Installateurberufe — insbesondere der Elektroinstallateure — das Schwergewicht der genossenschaftlichen Selbsthilfe. Darüber hinaus zeigen sich im Bäckergewerbe Bestrebungen, durch Umwandlung loser Einkaufsvereine leistungsfähige Einkaufsgenossenschaften zu errichten.

Wie in den Niederlanden hemmt aber auch in Belgien das Fehlen einheitlicher gewerblicher Fachorganisationen die gewerbliche Genossenschaftsbewegung. Die gleiche Wirkung haben die starken Gegensätze zwischen den flämischen und wallonischen Bevölkerungsteilen. Im wallonischen Landesteil wird der Gemeinschaftseinkauf bislang durch den auch in Frankreich zu beobachtenden ausgeprägten Individualismus der Händler und Handwerker stark behindert.

Italien

Im italienischen Einzelhandel befindet sich die Gruppenbildung gegenwärtig noch in den Anfängen; sie beschränkt sich weitgehend auf die industrialisierten Gebiete Nord- und Mittelitaliens. Für das Jahr 1960 konnten 65 meist als Einkaufsgenossenschaften zu bezeichnende Vereinigungen ermittelt werden, davon 54 im Lebensmittelhandel. Diese erst 1958 oder später gegründeten Vereinigungen verfügen teilweise noch nicht über einen eigenen Geschäftsbetrieb, sondern wickeln ihre Einkäufe über eines ihrer Mitglieder ab. Viele Unternehmen betreiben vorläufig nur das Vermittlungsgeschäft, andere wiederum unterhalten bereits eigene Warenlager. Den 54 Vereinigungen im Lebensmittelhandel gehörten 1960 etwa 2800 Einzelhändler an. Außerhalb des Lebensmittelhandels bestanden 1960 noch je eine Genossenschaft der Schuhwaren-, Textil-, Glas- und Keramikhändler sowie eine Einkaufsvereinigung der Drogisten.

Einkaufsvereinigungen der Handwerker wurden in Italien bisher noch nicht gegründet. Es bestehen jedoch zahlreiche Handwerkerproduktiv- und vor allem Arbeiterproduktivgenossenschaften, die sowohl die Beschaffung der Materialien als auch die Produktion und den Absatz der Waren übernehmen.

Luxemburg

Die einzige Einkaufsgenossenschaft der Einzelhändler Luxemburgs arbeitet im Lebensmittelhandel. Bei einem Mitgliederkreis von etwa 50 Händlern ist ihre Bedeutung recht gering.

In den anderen Branchen finden sich keine Einkaufsgemeinschaften von Händlern. Hier kam es bisher nur verschiedentlich zum Beitritt von luxemburgischen Einzelhändlern in deutsche und belgische Einkaufsgenossenschaften; vermutlich würde das Gebiet Luxemburgs als Tätigkeitsfeld einer leistungsfähigen Einkaufsvereinigung auch kaum ausreichen.

Genossenschaftliche Einkaufsvereinigungen des Handwerks wurden in Luxemburg bislang nur von Fleischern (4 Genossenschaften mit 250 Mitgliedern) und Schreinern (1 Vereinigung mit 100 Mitgliedern) gegründet. Im Schneider- und auch im Schmiedegewerbe kommen nur gelegentlich Gemeinschaftseinkäufe vor.

Angesichts der geringen Größe des Landes und des guten Einvernehmens zwischen Handwerk und privatem Großhandel liegt die Aufgabe der Einkaufsgenossenschaften vorwiegend im Import von Rohstoffen und Waren.

WIRTSCHAFTLICHE STRUKTUR UND INSTITUTIONELLER AUFBAU DER EINKAUFSGENOSSENSCHAFTEN IN DEN EWG-LÄNDERN

Zentralgenossenschaften

Die Einkaufsgenossenschaften verschiedener Handelsbranchen und Handwerkszweige haben sich ihrerseits zu genossenschaftlichen Einkaufszentralen zusammengeschlossen und damit zweistufige genossenschaftliche Organisationen geschaffen.[1] Die Zentralgenossenschaften entstanden vorwiegend aus dem Bedürfnis heraus, eine den rasch wachsenden Großbetrieben in Industrie und Handel gegengewichtige Marktmacht zu bilden, wozu sich die in der Mehrzahl auf örtlicher oder regionaler Basis arbeitenden Einzelgenossenschaften bald als zu klein erwiesen.

Bei den Einkaufsgenossenschaften des Handels finden sich zentrale Einkaufsinstanzen vorwiegend im Lebensmittelhandel. Hier waren für eine solche Konzentration der Einkaufskraft die besten Voraussetzungen gegeben. Einmal war der Kreis der potentiellen Mitgliedergenossenschaften am größten, zum anderen erlaubte gerade das Lebensmittelsortiment eine wirkungsvolle Bündelung der von den Genossenschaften erteilten Aufträge. Ferner ermöglichten die Großbe-

[1]) Die genossenschaftliche Organisation des deutschen Bäckerhandwerks ist sogar dreistufig; die Einzelgenossenschaften sind in regionalen Zentralen und diese wiederum in einer Bundeszentrale zusammengefaßt.

stellungen der Zentralen eine Berücksichtigung von eigenen Handelsmarken, z. T. sogar eine Reservierung von bestimmten Artikeln für die Mitglieder der betreffenden Gruppe.

Außerhalb des Lebensmittelhandels erwies sich eine Zentralgenossenschaft nur in solchen Branchen am Platze, wo Massen- und Standardwaren sowie bekannte Markenartikel einen breiten Raum in den Bestellungen der Genossenschaften einnehmen. Aber gerade bei den Fachgeschäften dieser Branchen geht das Streben der Einzelhändler ja meist dahin, ein Warensortiment anzubieten, das sich deutlich von dem der anderen Händler an demselben Ort abhebt. So entstanden im Drogeriewaren- sowie im Textilhandel je eine Einkaufszentrale. Die 1958 gegründete „Einkaufs-Zentrale Europäischer Textil-Einkaufsverbände, Stuttgart" umschließt etwa 20 Einkaufsgenossenschaften aus fünf europäischen Ländern, darunter auch Genossenschaften aus Schweden und der Schweiz.

Zentralgenossenschaften in Handel und Handwerk

Branche/ Handwerkszweig	Bundesrep.		Niederlande	Belgien	Frankreich	Italien	Luxemburg
	Anzahl	Umsatz in Mill. DM					
Nahrungs- und Genußmittelhandel	4	2668	2	1	2	—	—
Tabakwaren	1	.	—	—	—	—	—
Gemüsehandel	—	—	1	—	—	—	—
Drogeriewaren	1	.	—	—	—	—	—
Textilien	1	.	—	—	—	—	—
Bäckerhandwerk	9	431	—	—	—	—	—
Fleischerhandwerk	1	77	—	—	—	—	—
Friseurhandwerk	1	.	—	—	—	—	—
Malerhandwerk	1	19	—	—	—	—	—
Schuhmacherhandwerk	1	11	—	—	—	—	—
Polsterer-Tapezierer-Handwerk	1	.	—	—	—	—	—

Einkaufszentralen der Handwerker genossenschaften gibt es innerhalb der EWG bisher nur in der Bundesrepublik, obwohl das Genossenschaftsrecht auch in anderen Ländern die Gründung von Zentralgenossenschaften erlaubt. Allerdings haben verschiedene ausländische Genossenschaften die Mitgliedschaft bei deutschen Einkaufszentralen erworben.

Genossenschaftsrecht

Während in Deutschland die Rechtsform der Genossenschaften durch das „Gesetz betreffend die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften" einheitlich geregelt ist und den Selbsthilfeunternehmen eine der Eigenart der genossenschaftlichen Wirtschaftsgebilde Rechnung tragende Sonderstellung im Gesellschaftsrecht zuerkannt wurde, sind in den Ländern des „romanischen Rechtskreises"[2]) die genossenschaftsrechtlichen Regelungen durchweg in das Handelsrecht eingebaut.

So zeigt das Genossenschaftsrecht in Frankreich einen mehrschichtigen Aufbau, dessen Grundlage die allgemeinen Vorschriften des Gesellschaftsrechts je nach Art der gewählten Basisrechtsform — in der Regel sind es die aktienrechtlichen Vorschriften — bilden. Darüber hinaus gilt das „Allgemeine Genossenschaftsgesetz von 1947", das wiederum durch Spezialgesetze für die einzelnen Genossenschaftssparten ergänzt wird. Das 1949 erlassene Spezialgesetz für die Einzelhandelsgenossenschaften stellt es diesen Vereinigungen frei, entweder die Rechtsform der „Société coopérative à capital et personnel variable" — die genossenschaftliche Rechtsform im engeren Sinne — zu wählen oder als Handelsgesellschaft (AG, KGaA, GmbH, OHG) den allgemeinen Bestimmungen des Code de Commerce zu folgen; dies allerdings unter der Voraussetzung, daß die Veränderlichkeit des Kapitals nach Art. III des Aktiengesetzes von 1867 gewahrt bleibt. Die für die Handwerkergenossenschaften gültigen Spezialgesetze haben ausschließlich fakultativen Charakter, d. h. die Genossenschaften müssen sich ihnen nur dann unterwerfen, wenn sie besondere staatliche Vergünstigungen — insbesondere Kredite und öffentliche Aufträge — in Anspruch nehmen wollen.

Es gibt in Frankreich keine speziell genossenschaftliche Haftung; Art und Ausmaß der Haftung ergeben sich vielmehr aus der jeweils gewählten Basisrechtsform. Die dadurch mögliche Typenvielfalt ist in der Praxis jedoch nicht vorhanden, da die Handwerkergenossenschaften fast ausschließlich, die Handelsgenossenschaften überwiegend die Rechtsform der „Société coopérative à capital et personnel variable" gewählt haben, woraus sich für die Mitglieder eine Begrenzung der Haftung auf die gezeichneten Geschäftsanteile ergibt.

In Belgien wurde das Genossenschaftsrecht in den „Code de Commerce" eingebaut und die Genossenschaften damit den anderen Unternehmensformen des Handelsrechts gleichgestellt. Der Gesetzgeber betrachtet die Genossenschaft ausschließlich als Handelsgesellschaft mit veränderlichen Mitgliederzahlen und Geschäftsanteilen.

Während in Luxemburg für die landwirtschaftlichen Genossenschaften ein eigenes Organisationsgesetz geschaffen wurde, entsprechen die Vorschriften für die Handwerker und Handelsgenossenschaften weitgehend dem belgischen Recht.

Auch in den Niederlanden gibt es kein einheitliches Organisationsgesetz für Genossenschaften. Es besteht ein Genossenschaftsgesetz aus dem Jahre 1925, dessen Vorschriften weitgehend dispositiver Natur sind und nur dann in Kraft treten, wenn abweichende Bestimmungen in den Statuten der einzelnen Genossenschaften fehlen. Handwerker- und Handelsgenossenschaften im wirtschaftlichen Sinne gibt es aber auch in Form von eingetragenen Vereinen, Aktiengesellschaften, Stiftungen und nicht-rechtsfähigen Vereinen.

In Italien fehlt bis jetzt ein Spezialgesetz für die Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels. Für die in jüngster Zeit entstandenen Zusammenschlüsse gelten die Vorschriften des allgemeinen „Codice di Commercio".

Verbandsorganisation

Diese Typenvielfalt in der Rechtsform blieb nicht ohne Einfluß auf die verbandsmäßige Organisation der gewerblichen Einkaufsgenossenschaften. In Deutschland besteht für alle Genossenschaften die Prüfungspflicht, verbunden mit einem Verbandszwang; die gewerblichen Warengenossenschaften gehören regionalen Prüfungsverbänden an[3]), die wiederum in einem

[2]) Im Genossenschaftsrecht umschließt der „romanische Rechtskreis" Frankreich, Belgien, Luxemburg und — mit Einschränkungen — Italien. Die Bundesrepublik wird zum „mitteleuropäischen Rechtskreis" gerechnet; die Niederlande haben eine Zwischenposition inne.

[3]) Mit Ausnahme der Edeka- und Rewe-Genossenschaften, die über eigene Prüfungsverbände verfügen.

Spitzenverband, dem „Deutschen Genossenschaftsverband (Schulze-Delitzsch) e. V." zusammengeschlossen sind.

In den anderen EWG-Ländern hat der Gesetzgeber auf eine besondere Prüfungspflicht der Genossenschaften verzichtet, weshalb dieser Bereich des genossenschaftlichen Verbandswesens zur Zeit noch weitgehend entfällt. Allerdings fordern die nationalen Genossenschaftsgesetze eine periodische Revision der Genossenschaften, die hinsichtlich des Umfangs den Revisionsvorschriften für andere Handelsgesellschaften, insbesondere für Aktiengesellschaften, entspricht.

Unter den verbandsmäßigen Organisationen im Bereich der Handelsgenossenschaften lassen sich drei Typen unterscheiden:

Einmal sind diese Organisationen nur das verbandsmäßige Pendant einer Zentralgenossenschaft. Es gehören ihnen nur Genossenschaften der gleichen Branche an, jedoch nicht alle, so daß oft mehrere solcher Verbände in der gleichen Branche nebeneinanderstehen. Derartige Gruppen finden sich vorwiegend im Lebensmittelhandel; der „Integrationsgrad" innerhalb der einzelnen Organisation ist allerdings recht unterschiedlich.

Bei dem zweiten Typ haben sich in dem Verband alle — oder zumindest die bedeutendsten — Vereinigungen einer Branche zu einem Fachverband zusammengeschlossen, ohne daß damit eine zentrale Einkaufsinstanz verbunden ist. Solche nationalen Fachverbände finden sich namentlich im Textilhandel; sie bilden hier die Vorstufe einer internationalen Dachorganisation, der „Internationalen Vereinigung der Textileinkaufsverbände e.V. (I.V.T.)", der nicht nur Vereinigungen aus dem EWG-Raum sondern auch aus EFTA-Ländern angehören.

Im dritten Verbandstyp gehören Genossenschaften verschiedener Branchen einem nationalen Verband an, wie z. B. in Frankreich der „Fédération Nationale" und der „Fédération Française" oder in der Bundesrepublik dem „Zentralverband des genossenschaftlichen Groß- und Außenhandels".

Einen Fachverband der Handwerkergenossenschaft gibt es bislang nur in Frankreich; seine Bedeutung ist jedoch recht gering. Daneben finden sich einige lose Interessenvereinigungen von Genossenschaften des gleichen Gewerbezweiges.

ABSATZWIRTSCHAFTLICHES VERHALTEN DER EINKAUFSGENOSSENSCHAFTEN VON HANDEL UND HANDWERK

Die ersten gewerblichen Einkaufsgenossenschaften entstanden in der zweiten Hälfte des vorigen Jahrhunderts in Deutschland, als durch die rasche Entwicklung der industriellen Großbetriebe das Handwerk und wenige Jahre später durch das Aufkommen neuer Handelsformen (Waren- und Versandhäuser, Konsumgenossenschaften), der traditionelle Einzelhandel in Schwierigkeiten gerieten. Ziel dieser Genossenschaften war es, den Mitgliedern durch gemeinsamen Einkauf von Rohstoffen, Geräten und Handelswaren günstige Bezugsquellen zu erschließen und dadurch ihre Wettbewerbsfähigkeit gegenüber den großbetrieblichen Konkurrenten zu stärken.

Im deutschen Handwerk wurden die Selbsthilfevereinigungen überwiegend in der Rechtsform der Genossenschaft gegründet.[4]) Dagegen maß man bei der Gründung der ersten Einkaufsgemeinschaften der Einzelhändler in den EWG-Ländern — und weitgehend auch bei den Handwerkervereinigungen außerhalb Deutschlands — der Rechtsform nur wenig Bedeutung bei. Ein eigener handelsrechtlicher und unternehmerischer Status der Vereinigungen, wie er etwa unseren heutigen Vorstellungen entspräche, fehlte großenteils bei diesen frühen Einkaufsvereinigungen. Namentlich die Einzelhändler waren in diesem Stadium noch nicht bereit, der gemeinschaftlichen Einkaufstätigkeit eine Organisationsform zu geben, die den einzelnen enger an die Vereinigungen binden und ihm auch gewisse Pflichten gegenüber der Gemeinschaft auferlegen würde.

Es liegt auf der Hand, daß für einen solchen „losen Einkaufsverein", dessen Mitgliederkreis natürlich sehr klein bleiben muß, des großen Risikos wegen nur Vermittlungsgeschäfte tragbar waren. Entschloß man sich zur Sammelbestellung und nahm man dafür Name, Lager und Dienste eines Mitglieds gegen eine entsprechende Provision in Anspruch, so gebot das in der fehlenden Bindung der übrigen Mitglieder an die Vereinigung liegende Risiko des geschäftsführenden Einzelhändlers eine Beschränkung des Lagergeschäfts auf gelegentliche Einkäufe in ausgesprochenen Standardartikeln. Unter diesen Umständen blieb die Förderungsleistung der Genossenschaften für ihre Mitglieder relativ gering und reichte zur Kompensation von Wettbewerbsvorteilen der Großbetriebe keinesfalls aus.

Als sich nach der Jahrhundertwende die grundsätzliche Einstellung der deutschen Einzelhändler zum Einkauf auf genossenschaftlicher Basis gewandelt hatte, als man bereit war, an Stelle der gelegentlichen Sammelbestellung eine laufende Partnerschaft mit dieser Vereinigung zu entwickeln, reichte dazu die Form des losen Einkaufsvereins nicht mehr aus. Es galt nun, die Kosten eines genossenschaftseigenen Geschäftsbetriebs auf eine mehr oder weniger große Zahl von Mitgliedern umzulegen. Gleichzeitig erforderte die Aufnahme weiterer Einzelhändler eine Rechtsform, die diesem vergrößerten Mitgliederbestand einen festen organisatorischen Rahmen bot. Etwa seit der Jahrhundertwende haben derartige lose Einkaufsvereine in der Bundesrepublik keine nennenswerte Bedeutung mehr erlangt. Mitunter entstanden solche Händler- oder Handwerkergruppen nur als eine Art Vorstufe für die Gründung einer Genossenschaft.

Anders verlief dagegen die Entwicklung in den übrigen EWG-Ländern. Hier stellen diese losen Einkaufsvereine keineswegs nur eine Übergangslösung dar, sondern arbeiten oft viele Jahre, bis ihnen Veränderungen in dem Mitgliederkreis oder andere Schwierigkeiten ein Ende bereiten. Die Anonymität dieser Vereine mag sogar auf besonders individualistische Händler einen gewissen Anreiz zur Bildung solcher Gruppen ausüben. Der Umstand, daß die Genossenschaft der zuständigen Behörde eine Mitgliederliste, die auf Verlangen auch Dritten zur Einsicht zur Verfügung steht, einzureichen hat, wirkt eher abschreckend.

Dieser Anonymität wegen ist es heute nicht möglich, die Zahl der bestehenden losen Einkaufsgruppen in

[4]) Mit Ausnahme zahlreicher Einkaufsvereinigungen des Bäckerhandwerks, deren Entwicklung Parallelen zu den Handelsgenossenschaften erkennen läßt.

den Niederlanden, in Belgien, Frankreich und auch in Italien festzustellen. In Frankreich z. B. war nach dem zweiten Weltkrieg das Mißverhältnis zwischen registrierten Einkaufsgenossenschaften und anonymen genossenschaftsähnlichen Händlergruppen besonders kraß. Nur wenige Vereinigungen machten von der mit dem Spezialgesetz für die Einzelhandelsgenossenschaften (1949) gebotenen Rechtsform Gebrauch. Im Interesse des Gläubigerschutzes und um einen Überblick über den Umfang der Gruppenbildung im Einzelhandel zu bekommen, verpflichtete daher der französische Gesetzgeber mittels eines Dekrets (1953) alle „Groupements d'Achats", eine handelsrechtliche Unternehmensform anzunehmen. Die ausgesprochenen „Groupements d'Achats amicaux" allerdings wurden, da bei ihnen das Merkmal einer auf Dauer gerichteten Tätigkeit fehlt, von dieser Verpflichtung ausgenommen.

Abgesehen von diesen Ausnahmeerscheinungen in den westlichen Nachbarländern und in Italien verlief die allgemeine Entwicklungsrichtung des gemeinschaftlichen Einkaufs vom losen Einkaufsverein zur Vereinigung mit eigener Rechtsform (in den meisten Fällen der genossenschaftlichen) und einem verselbständigten Geschäftsbetrieb. War diese Stufe erreicht, so war das Unternehmen bestrebt, sein Sortiment demjenigen des einzelwirtschaftlichen Großhandels anzugleichen und seine Mitglieder nicht nur mit Standardartikeln sondern auch mit den übrigen Waren des Einzelhandelssortiments zu beliefern.

Strebten die Genossenschaften in ihrer ersten Entwicklungsphase nach einem eigenen rechtlichen und unternehmerischen Status, und suchten sie diesen erst einmal zu konsolidieren, so trat in der zweiten Entwicklungsstufe ein neues, wesentliches Moment hinzu. Man hatte erkennen müssen, daß die durch den gemeinschaftlichen Einkauf den Mitgliedern gebotene Förderung allein kaum zu einer wesentlichen Steigerung ihrer Wettbewerbsfähigkeit ausreichte. Vielmehr galt es, auch die mittelständischen Einzelhändler mit den modernen Verkaufsmethoden der Großbetriebe vertraut zu machen, damit sie ihre Position im Wettbewerb behaupten konnten. Die wachsenden Kosten des Einzelhandelsbetriebs, denen vielfach schrumpfende Handelsspannen gegenüberstanden, zwangen ohnehin zu einer erheblichen Ausweitung des Umsatzes. Hierfür waren wiederum eine intensive Werbung und eine Modernisierung der Geschäftsräume Voraussetzungen.

Den Einkaufsgenossenschaften erwuchs damit ein neues Tätigkeitsfeld. Nach wie vor blieb die Einkaufstätigkeit Hauptfunktion der Genossenschaft. Sie fand aber in zunehmendem Maße ihre Ergänzung in den verschiedensten Zusatzleistungen für die Mitglieder: z. B. Verkaufs- und Werbeberatung, Ladenbaudienste, Gemeinschaftswerbung und einheitliche Kennzeichnung der Läden, Beratung in betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Fragen sowie Hilfe bei der Beschaffung von Krediten. Die ursprünglich reine Beschaffungsfunktion wandelte sich somit in eine umfassende Betreuung der Mitglieder durch die Genossenschaft. Erste Ansätze in dieser Richtung finden sich bereits im Jahre 1932, sie konnten sich jedoch damals noch nicht durchsetzen. Erst nach dem zweiten Weltkrieg wurde die Verkaufshilfe zu einem echten Bestandteil der genossenschaftlichen Förderungsleistung. Schreiterer spricht in diesem Zusammenhang von einer Tendenz in Richtung auf eine „Voll-Service-Genossenschaft".

Die günstigsten Voraussetzungen für eine Verkaufshilfe der Genossenschaften bot zweifellos der Lebensmittelhandel. Hier ist die einheitliche Kennzeichnung der Läden — die Grundlage jeder Gemeinschaftswerbung — am weitesten fortgeschritten. Gleichzeitig erlaubt die starke Konzentration der Genossenschaften, viele der neuen Beratungs- und Schulungsaufgaben auf die Zentralen zu übertragen. In den letzten Jahren allerdings waren auch bei den Vereinigungen anderer Branchen, namentlich im Schuhwaren- und Textilhandel, beachtliche Initiativen zu beobachten.

Gemeinschaftseinkauf und Verkaufshilfe zusammen ergeben erst die echte Förderungsleistung der Genossenschaft. Und auf die Dauer wird es kaum möglich sein, diese Funktionen voneinander zu trennen und etwa die Verkaufshilfe zum alleinigen Zweck genossenschaftlicher Zusammenarbeit zu erklären. Wie Erfahrungen aus dem Textilhandel zeigen, stehen derartige Händlergruppen, die sich nur auf den Erfahrungsaustausch und die Verkaufshilfe beschränken, bereits nach mehreren Jahren vor der Frage, wie sie sich solchen Mitgliedern gegenüber verhalten sollen, die des gemeinschaftlichen Warenbezugs wegen in eine andere Einkaufsgenossenschaft eintreten und denen nun auch die Zusatzleistungen jener Vereinigung zur Verfügung stehen.

Diese Ausweitung der genossenschaftlichen Tätigkeit auf den Bereich der Verkaufshilfe beschränkt sich nicht auf die deutschen Genossenschaften. Sie ist auch bei vielen niederländischen Genossenschaften und, in geringerem Maße, bei französischen und belgischen Vereinigungen zu beobachten. Selbst die in den letzten Jahren gegründeten italienischen Einkaufsgemeinschaften haben sich großenteils das Ziel gesetzt, ihre Mitglieder auch in Verkaufs- und werbetechnischen Fragen zu beraten; praktisch geschieht hierin im Augenblick jedoch noch wenig.

Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei den Einkaufsgenossenschaften der Handwerker. In jüngster Zeit gingen zahlreiche Handwerkszweige — häufig mit Unterstützung ihrer Genossenschaften — in immer stärkerem Maße auch zum Verkauf von Handelswaren über. Dieser wird entweder als Ergänzung der eigenen Erzeugnisse (so insbesondere in den Nahrungsmittelhandwerken) oder wie z. B. im Uhrmacher-, Installateur- und Polstererhandwerk in Verbindung mit Reparatur und Installation ausgeübt. Die Genossenschaften erkannten hier die Notwendigkeit, diese Handwerker auch mit den modernen Betriebsführungs- und Verkaufsmethoden vertraut zu machen. Der Gemeinschaftseinkauf blieb zwar Hauptaufgabe, er wurde jedoch durch zahlreiche Zusatzleistungen ergänzt. Zu erwähnen sind hier insbesondere die Gemeinschaftswerbung, die genossenschaftlichen Gütezeichen und Handelsmarken sowie die Hilfe der Genossenschaft bei einer ansprechenden, modernen Ausgestaltung der Läden.

In ihrer Aufgabenstellung und der Art ihrer Förderungsleistung lassen die handwerklichen Genossenschaften bemerkenswerte, vor allem in den letzten Jahren immer mehr hervortretende Ähnlichkeiten mit den Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels erkennen. Diese offensichtlichen Angleichungstendenzen können in den nächsten Jahren noch verstärkt in Er-

scheinung treten, da zahlreiche Handwerker heute bestrebt sind, einen möglichst hohen Umsatz in Handelswaren zu erzielen. Dies gilt sowohl für jene Gewerbe, bei denen die Handelsgeschäfte immer mehr die Grundlage der Handwerkstätigkeit (Installation, Montage, Reparatur, Kundendienst) bilden, als auch für jene Handwerke, deren Sortiment durch Handelswaren sinnvoll ergänzt und den Wünschen vieler Kunden angepaßt wird (z. B. Bäcker- und Fleischergewerbe).

Aufgabe der Genossenschaften ist es, entsprechend den Bedürfnissen der Mitglieder diesen ein geeignetes Warensortiment zur Verfügung zu stellen. Wenn nun aber z. B. auf der einen Seite im Lebensmittelhandel das Sortiment auf Bäckereierzeugnisse sowie Fleisch- und Wurstwaren erweitert wird, auf der anderen Seite Bäcker und Fleischer ihr Angebot auf gewisse, zu ihren jeweiligen Erzeugnissen passende, Kolonialwaren ausdehnen, kann es zu teilweise erheblichen Überschneidungen bei den von den Genossenschaften dieser Gewerbezweige geführten Sortimenten kommen.

Es bleibt, vor allem im Hinblick auf die Bildung des Gemeinsamen Marktes, abzuwarten, welches Ausmaß die aufgezeigten Strukturwandlungen annehmen werden. An dieser Stelle sei nur erwähnt, daß beispielsweise heute schon Bäcker verschiedenen Genossenschaften des Lebensmittelhandels und andererseits Kolonialwarenhändler einzelnen Bäckergenossenschaften angehören. Möglicherweise wird man die Frage des gegenseitigen Verhältnisses von Einkaufsgenossenschaften der Handwerker und der Einzelhändler in nicht allzu ferner Zukunft neu stellen müssen.

Zusammenfassend darf gesagt werden, daß in allen EWG-Ländern die allgemeine Entwicklungsrichtung des gemeinschaftlichen Einkaufs im Handel und teilweise auch im Handwerk zunächst vom losen Einkaufsverein zur Einkaufsgenossenschaft mit eigener Rechtsperson und verselbständigtem Geschäftsbetrieb verläuft. Auch die sich anschließende Ausweitung der ursprünglich reinen Beschaffungsfunktion zu einer umfassenden Betreuungstätigkeit für die Mitglieder — der Trend zur „Voll-Service-Genossenschaft" — ist in allen betrachteten Ländern zu beobachten. Während jedoch die seit Jahrzehnten bestehenden Genossenschaften in Deutschland, den Niederlanden und z. T. auch in Frankreich diese Entwicklungsphasen „organisch" durchlaufen konnten, ist diese Möglichkeit den jungen Einkaufsvereinigungen in Frankreich und vor allem in Italien nicht gegeben. Hier zwingt die außerordentlich große Dynamik im Handel dieser Länder die gerade erst entstandenen Genossenschaften, die zwischen den einzelnen Entwicklungsstufen liegenden Intervalle stark abzukürzen, wenn nicht gar zu überspringen.

EUROPÄISCHE INTEGRATION UND EINKAUFSGENOSSENSCHAFTEN

Diese erwähnten Strukturwandlungen in Handel und Handwerk werden zunehmend überlagert und beschleunigt von den wirtschaftlichen Veränderungen, die von der Bildung des Gemeinsamen Europäischen Marktes ausgehen. Wie alle anderen Formen des Handels sind auch die Einkaufsgenossenschaften im Interesse ihrer Mitglieder gezwungen, sich den veränderten Bedingungen des vergrößerten Wirtschaftsraums möglichst frühzeitig anzupassen, wobei in der Praxis die dabei einzuschlagenden Wege durchaus verschieden sein können.

Es ist denkbar, die Vereinigungen in einem Zusammenschluß der nationalen genossenschaftlichen Spitzenverbände zusammenzuführen. Dieser Weg empfiehlt sich zwar für die Genossenschaften des Agrarsektors und die Konsumgenossenschaften. Bei den Einkaufsvereinigungen von Handel und Handwerk stößt er jedoch auf große Schwierigkeiten. In den west- und südlichen Nachbarländern bestehen nämlich kaum Spitzenverbände des gewerblichen Genossenschaftswesens, die die dort arbeitenden Einkaufsvereinigungen vertreten können. Auf Branchenebene finden sich solche nationalen Fachverbände bislang nur bei den Einkaufsgenossenschaften im Textilhandel. Hier entstand auch bereits im Jahre 1951 eine internationale Dachorganisation, Die „Internationale Vereinigung der Textileinkaufsverbände" (I.V.T.), der z. Z. alle wesentlichen (rd. 60) Einkaufsvereinigungen dieser Branche angehören. Neben Einkaufszusammenschlüssen aus den EWG-Ländern finden sich hier auch Vereinigungen aus Dänemark, Österreich, Schweden und der Schweiz. Jüngeren Datums ist die 1959 gegründete „Inter-Schuh", die gleichfalls der Anbahnung enger wirtschaftlicher Beziehungen unter den europäischen Schuheinkaufsgenossenschaften dienen und evtl. zu einer europäischen Einkaufszentrale ausgebaut werden soll.

Eine solche internationale Organisation kann indes zwar den Einzelgenossenschaften die Suche nach ausländischen Partnern wesentlich erleichtern, die Anknüpfung der Geschäftsbeziehungen muß jedoch den beteiligten Unternehmen selbst überlassen bleiben. Die praktische Zusammenarbeit von Einkaufsgenossenschaften kann darin bestehen, daß zwei hinsichtlich Sortiment, Arbeitsweise und Mitgliederkreis in etwa sich entsprechende Einkaufsgemeinschaften eine Geschäftsverbindung miteinander eingehen mit dem Ziel, wechselseitig den ausländischen Partner über das Angebot auf dem heimischen Markt zu unterrichten und seine Importinteressen im Rahmen der eigenen Geschäftstätigkeit wahrzunehmen. Den angeschlossenen Mitgliedsfirmen könnten so günstige ausländische Waren angeboten werden, ohne daß der Genossenschaft selbst zusätzliche Kosten aus der Errichtung eines Vertreternetzes und von Einkaufsbüros im Ausland entstünden. Gleichzeitig würden die Bestellungen des ausländischen Partners die eigene Einkaufskraft stärken.

Dieser Weg wurde vor allem von den Vereinigungen der Textilhändler, aber auch von den Schuheinkaufsgenossenschaften beschritten. Zwischen den großen genossenschaftlichen Gruppen im Lebensmittelhandel, die seit Jahrzehnten schon in der Kommission II der „Internationalen Vereinigung der Lebensmittel-Detaillisten" zusammengeschlossen sind, bestehen gleichfalls enge Kontakte; gelegentlich kam es auch schon zur gemeinschaftlichen Abwicklung von Importen aus Übersee. Bei den Handwerkereinkaufsgenossenschaften ist die Zusammenarbeit angesichts des geringeren Entwicklungsstandes der ausländischen Vereinigungen noch relativ gering. Erste Ansätze einer Partnerschaft sind bislang nur zwischen belgischen und deutschen Bäckergenossenschaften zu erkennen.

Für die einzelne Vereinigung könnte bei zunehmender Integration auch der Anschluß an eine bereits bestehende Zentralgenossenschaft des Nachbarlandes sinnvoll werden. So erwarben bereits Schuhmacher- und Friseurgenossenschaften aus Frankreich und den Niederlanden die Mitgliedschaft bei deutschen Einkaufszentralen. Im Textilhandel wurde 1958 die „Ein-

kaufszentrale Europäischer Textil-Einkaufsverbände, Stuttgart" gegründet, der heute etwa 20 Mitgliedsvereinigungen aus fünf europäischen Ländern angehören.

Überall dort, wo leistungsfähige Einkaufsgenossenschaften noch nicht bestehen, eröffnet sich schließlich den Einzelhändlern und Handwerkern die Möglichkeit, direkt die Mitgliedschaft bei einer Einkaufsvereinigung des Nachbarlandes zu erwerben. Eine solche Ausdehnung des Mitgliederkreises über die Landesgrenzen hinaus ist bei den Einzelhandelsgenossenschaften fast aller Branchen — mit Ausnahme des Lebensmittelhandels — zu beobachten. Vor allem die deutschen Schuh-, Textil- und Hausratsgenossenschaften besitzen mitunter schon erhebliche Mitgliederbestände jenseits der deutschen Landesgrenzen.

Bei allen Formen der internationalen Zusammenarbeit im gewerblichen Genossenschaftswesen kann festgestellt werden, daß eine Beschränkung auf den Raum der EWG nicht besteht. Vielmehr werden fast ausnahmslos auch Geschäftsbeziehungen zu Genossenschaften und Einzelmitgliedern aus den EFTA-Ländern, vor allem aus Österreich, der Schweiz und den skandinavischen Ländern unterhalten.

Markt- und Beschaffungsforschung?

Peter Elsing, Berlin

Die noch junge Marktforschung muß, wie Merk [1]) soeben wieder nachdrücklich hervorhob, frühzeitig auf dem Boden geordneter Begriffe aufwachsen. Andernfalls ist ihr ein ähnliches Schicksal vorgezeichnet wie der Betriebswirtschaftslehre. Zank und Streit über Begriffe hemmten deren Emporkommen beträchtlich. Bis heute leidet sie noch an dieser Erbkrankheit.

Ein Musterfall, wie unsaubere Begriffe in die Marktforschung eindringen, ist die von Disch vorgeschlagene Wortverbindung „Markt- und Beschaffungsforschung". Im Anschluß an einen Aufsatz von Todtenhaupt [2]) schreibt Disch: „Manchem Leser mag diese Begriffspaarung ‚Markt- und Beschaffungsforschung' ungewohnt und fremd erscheinen. Doch ist sie nichts anderes als das Spiegelbild der ‚Markt- und Absatzforschung' auf der Absatzseite des Unternehmens, hier bezogen auf die Beschaffungsseite." [3])

Dischs Bemühen um einen sachgerechten Ausdruck ist zwar unverkennbar. Es ist jedoch unentschuldbar, wenn er einer widersinnigen Wortverbindung wie „Markt- und Absatzforschung" eine ebensolche zugesellt. Denn die beiden zusammengesetzten Begriffe „Markt- und Absatzforschung" sowie „Markt- und Beschaffungsforschung" sind sachlogisch und sprachlogisch falsch.

Markt ist per definitionem der Ort, wo Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Entsprechend ist auch Marktforschung zu bestimmen als „das systematische Untersuchen eines konkreten Bereichs von Angebot und (oder) Nachfrage". [4]) Das eingeklammerte oder soll es gestatten, ausschließlich auf den Absatzmarkt oder nur auf den Beschaffungsmarkt ausgerichtete Untersuchungen mit Marktforschung zu bezeichnen. Die Absatz-(markt)forschung und die Beschaffungs(markt)forschung sind also Teile des Ganzen Marktforschung. [5]) Mithin ist es sachlogisch unvereinbar, von „Markt- und Beschaffungsforschung" zu sprechen. Soll die Untersuchung des Beschaffungsmarktes besonders hervorgehoben werden, so mag man allenfalls von „Marktforschung, insbesondere Beschaffungsforschung" oder doch einfach nur von „Beschaffungsmarktforschung" sprechen.

Aber auch sprachlogisch ist die Begriffskoppelung „Markt- und Beschaffungsforschung" nicht haltbar. Wer spricht etwa von „medizinischer und chirurgischer Forschung", von „Bürgerlichem- und Schuldrecht" oder von „Waschmittel- und Seifenpulvererzeugnissen"? Dies wäre deshalb abwegig, weil die chirurgische Forschung ein Zweig der medizinischen Forschung ist, das Schuldrecht ein Teil des Bürgerlichen Rechts und Seifenpulvererzeugnisse eine Unterart der Waschmittel sind. Ein Oberbegriff darf eben einem Unterbegriff nicht beigestellt werden. Wer dennoch so verfährt, verstößt letztlich gegen ein Fundamentalprinzip der Logik. [6])

Es bleibt im Interesse einer sauberen Begriffsfindung in der Marktforschung zu hoffen, daß sowohl der Begriff „Markt- und Absatzforschung" als auch „Markt- und Beschaffungsforschung" rasch ausgeschieden wird.

---

[1]) Vergl. G. Merk: „Wissenschaftliche Marktforschung", Berlin 1962, S. 5 (Vorwort) u. S. 11.

[2]) M. Todtenhaupt: „Die Bedeutung des Einkaufs für den Absatz", in: Wirtschaftsdienst, Jg. 42 (1962), Heft 9, S. 1 ff.

[3]) W. K. A. Disch: „Markt- und Beschaffungsforschung", in: Wirtschaftsdienst", Jg. 42 (1962), Heft 9, S. V.

[4]) G. Merk: a. a. O., S. 15.

[5]) Vgl. K. Ch. Behrens: „Marktforschung", Wiesbaden 1959, S. 135 sowie G. Merk, a. a. O., S. 38

[6]) genauer: gegen die Regeln der Partition und Division.