

## Konsumvereinsberichte - Eine neue Quelle der Ernährungsgeschichte

**Uwe Spiekermann und Dörthe Stockhaus**

Das empirische Wissen über die Ernährung unserer Vorfahren ist gering. Unbekannt bleibt vor allem die Grundlage, das flüchtige Gut Nahrung. Schon die Aussage über die Qualität, ja den Geschmack des täglichen Brotes bildet ein schwerwiegendes Problem, will man es nicht bei allgemeinen Floskeln belassen. Schwieriger noch wird es, gilt es über einzelne Speisen oder aber ganze Mahlzeiten zu berichten. War der direkte Verzehr Ziel und Zweck der Zubereitung, so beraubte er jedoch zugleich den Historiker seiner Sachquellen. Ernährungsgeschichte steht damit vor dem Problem, Aussagen über einen Alltag machen zu müssen, dessen materielle Grundlagen sie nur in wenigen Fällen kennt.

Will man die Kenntnisse über vergangene Ernährung erweitern, so gibt es grundsätzlich zwei Möglichkeiten. Zum einen kann der vorhandene Quellenkanon mit neuen, anders gelagerten Frage- und Problemstellungen angegangen werden.<sup>1</sup> Zum anderen aber kann man versuchen, die Grenzen des Üblichen mit Hilfe neuer Quellen zu durchbrechen. Dies geschieht normalerweise im Rahmen bekannter Quellengruppen, sei es durch Analyse einer bisher unbekannten Regionalstatistik, sei es durch Darlegung des Inhalts einer bis dato unbeachteten Autobiographie. Seltener ist es, daß ganze Quellengruppen neu erschlossen werden. Genau dies beabsichtigt der folgende Beitrag, der einen Einblick in Konsumvereinsberichte als eine neue Quelle der Ernährungsgeschichte geben will. Dazu werden wir 1. eine Quellenbeschreibung geben, die 2. durch einen kurzen Abriß der Entwicklung der deutschen Konsumvereine in ihren historischen Kontext gestellt wird. 3. gilt es, die Palette der Einsatzmöglichkeiten der Konsumvereinsberichte für die Ernährungsgeschichte darzustellen, ehe wir 4. mit einem Ausblick auf die quellenspezifischen Probleme enden werden. Grundlage der folgenden Ausführungen sind knapp 400 Einzelberichte, die

---

1 Beispiele hierfür bilden die Arbeiten dieses Bandes über Haushaltslehrern/Kochbücher, Haushaltsrechnungen und Autobiographien.

die Verfasser im Rahmen des DFG-Projektes 'Massenkonsum' zusammengetragen haben.<sup>2</sup>

## 1. Quellenbeschreibung - oder: Was ist ein Konsumvereinsbericht?

Konsumvereinsberichte sind Kinder staatlichen Zwanges. Durch das preußische Genossenschaftsgesetz 1867, welches 1870 auf das gesamte Deutsche Reich ausgedehnt wurde, erhielten die Konsumvereine eigene Rechtsqualität und gesetzlichen Schutz als 'Zellen des »Versorgungs«-wirtschaftlichen'. Als Preis wurden sie dafür u.a. publikationspflichtig: Der Vorstand 'muß binnen sechs Monaten nach Ablauf jedes Geschäftsjahres die Bilanz desselben, die Zahl der im Laufe des Jahres eingetretenen oder ausgeschiedenen, sowie die Zahl der am Jahresschlusse der Genossenschaft angehörigen Genossen veröffentlichen.'<sup>3</sup> Doch diese Mindeststandards wurden rasch durchbrochen.

Als Folge der tiefgreifenden Wandlungen der deutschen Konsumverbewegung, die im 2. Teil kurz behandelt werden, bildete sich mit zunehmender Bedeutung der Genossenschaften ein eigenständiges Profil der gesetzlich geforderten Jahresberichte heraus: Aus den Bilanzen wurden Konsumvereinsberichte. Innerhalb der Quellengattung Geschäftsberichte nehmen sie nicht nur aufgrund des Trägers, sondern auch wegen ihres Inhalts eine besondere Rolle ein. Daher besteht die Quelle 'Konsumvereinsbericht' nicht nur aus einem gesetzlich vorgeschriebenen Jahresbericht mit Bilanz und Mitgliederbewegung, sondern auch aus einer Schilderung des wirtschaftlichen Binnenlebens der Genossenschaft.

Ein vollständiger Konsumvereinsbericht enthält folgende Teile:

1. Allgemeiner Rückblick auf das vergangene Jahr

Wie bei anderen Geschäftsberichten werden anfangs kurz die wesentlichen politischen, v.a. aber die wirtschaftlichen Geschehnisse des Berichtsjahres reflektiert und kommentiert. Insbesondere deren Rückwirkungen auf die materielle Lage der Verbraucher, v.a. der unteren und mittleren Schichten stehen im Mittelpunkt. Hieran schließt sich zumeist ein all-

2 Mit der Beschaffung war anfangs Burkhard Kaup betraut, einzelne Berichte steuerte Bettina Wienck bei. Ihnen gilt unser besonderer Dank.

3 Gesetz, betreffend die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften. Vom 1. Mai 1889, Reichs-Gesetzblatt 1889, Berlin o.J. [1890], S. 55-93, hier 63 (§ 31).

gemeiner Abriß der Entwicklung der gesamten Konsumgenossenschaftsbewegung an. Neben Informationen über Umsatz, Mitgliedschaft und Eigenproduktion wird besonderer Wert auf Aussagen und Bewertungen durch staatliche bzw. autoritative Stellen gelegt. Ebenso werden kurz die vielfältigen Auseinandersetzungen aufgegriffen, die die Konsumvereinsbewegung permanent mit der kommerziellen Konkurrenz hat durchfechten müssen. Am Ende dieses einleitenden Teils steht schließlich die generelle Entwicklung des eigenen Vereins und der aktuellen Lage vor Ort, wobei die gleichen Themen wie bei der gesamten Bewegung behandelt werden.

## 2. Bericht über Warengeschäft und Eigenproduktion

Was allgemein begann, wird konkret weitergeführt. In einem zweiten Teil werden die wichtigsten Betriebsergebnisse des Warengeschäftes und der Eigenproduktion verbal dargestellt und durch kurze, einen meist engen Zeitraum umfassende Tabellen spezifiziert. Dem dynamischen Anspruch der Genossenschaftsidee folgend, liegt das Schwergewicht v.a. auf den im Geschäftsjahr eingetretenen Veränderungen. Neben die dominierenden faktenreichen Schilderungen treten immer stärker Reflexionen der Wünsche und des Kaufverhaltens der Mitglieder. Diese, wie auch der geplante Ausbau der Organisation - selbst bei außergewöhnlichen Vorhaben wie der Errichtung von landwirtschaftlichen Gütern, Warenhäusern oder Restaurationsbetrieben - werden in nüchterner, rechenhafter Sprache abgehandelt. Mit Vorliebe widmen sich die Berichterstatter dem Ausbau des Verteilstellennetzes und der Schilderung innerbetrieblicher Produktionsprozesse. Auch die Arbeits- und Lohnverhältnisse werden ausgiebig dargestellt, schon um den Stolz über die eigene sozialpolitische und gesellschaftliche Vorreiterrolle gebührend zum Ausdruck zu bringen. Zahlreiche Abbildungen unterstützen dies.

## 3. Zentraler Tabellenteil

Der Beschreibung folgt dann der empirische Beleg. Ein umfangreiches Tabellenwerk gibt Auskunft über Umsatzentwicklung, Mitgliederbewegung und -struktur, über Einnahmen und Ausgaben der gesamten Genossenschaft wie auch der einzelnen Geschäftsbereiche. Hier ragen besonders die Bilanzen der Eigenbetriebe bzw. des Lagers heraus. Auch die Rückvergütungen werden als werbeträchtiges Detail in den Vordergrund gerückt, wenngleich sich dies während der Weimarer Republik abschwächt. Der zentrale Tabellenteil sollte nicht nur dokumentieren, sondern auch traditionsbildend sein. Die zumeist langen Zahlenkolumnen um-

greifen stets die historische Entwicklung des Vereins und vermitteln durch Rückgriff auf die unbedeutenden Anfänge ein Bewußtsein des Geleisteten und den so notwendigen zukunftsgewissen Optimismus.

#### 4. Nebenbetriebe und Genossenschaftskultur

Dieser war nötig, wollte die Genossenschaft nicht nur ihre engeren wirtschaftlichen Ziele erreichen, sondern auch ihren gesellschaftlichen Anspruch verwirklichen. Dazu dienten vielfach Einrichtungen, die weit über den Horizont eines gewerblichen Betriebes hinausreichten. Neben Berichte über die Vielzahl innerbetrieblicher Dienstleistungen wie etwa Fuhrpark, Tischlerei, Schlosserei u.ä. treten solche über Sozialeinrichtungen und gemeinwirtschaftliche Aktivitäten. Sterbekassen und Volksfürsorge, genossenschaftliche Sparkassen und Wohnungsbau, caritative Maßnahmen (etwa Arbeitslosenspeisungen und Kindererholungen) und direkte Unterstützung einzelner Mitglieder - sie alle werden gebührend dargestellt, um deutlich zu machen, für welches Zukunftskonzept die Konsumgenossenschaftsbewegung nicht abstrakt, sondern konkret vor Ort stand.

#### 5. Berichte der genossenschaftlichen Gremien

Dem dienen teilweise auch die Jahresberichte der genossenschaftlichen Gremien, etwa des Aufsichtsrates, des Sekretariats oder des Mitgliederausschusses. Sie geben nicht nur abermalige Darlegungen des eingangs Dokumentierten, vielmehr wird gerade von Einzelausschüssen die Beziehung zwischen Mitgliedschaft und Genossenschaft präziser dargestellt. Über Werbe- und Agitationsmaßnahmen, Feste, Ausstellungen und Umzüge wird hier ebenso berichtet wie von den spezifischen Bemühungen um die Mitarbeit der Frauen in der Genossenschaft<sup>4</sup> oder der Hausagitation bei nicht oder wenig kaufenden Mitgliedern.

#### 6. Geschäftsbezogene Anhänge

Während derartige Informationen v.a. sozialgeschichtlich gehaltvoll sind, bergen die geschäftsbezogenen Anhänge wichtiges wirtschaftsgeschichtliches Quellenmaterial. Um den Mitgliedern die Breite des genossenschaftlichen Angebotes näherzubringen, wurden Preis- und Warenlisten abgedruckt. Daneben enthalten die Anhänge häufig detaillierte Um-

<sup>4</sup> Die Mehrzahl der (stimmberchtigten) Genossenschaftsmitglieder waren die männlichen Familienvorstände, die damit zugleich ein Einkaufsrecht für die gesamte Familie erwarben. Da Frauen die meisten Einkäufe erledigten, bestand das Paradoxon, daß die Mehrzahl der Kaufenden keinen bestimmenden Einfluß innerhalb der Genossenschaft hatte, zumal Doppelmitgliedschaften von Ehepartnern abgelehnt wurden.

satzziffern der verkauften, teils aber nur der wichtigsten Waren, die für die Forschung von besonderem Interesse sind. Die wenigen vereinsinternen Aufrufe und die genossenschaftliche Werbung sind hingegen weniger wichtig. Für die Zeit vor der Jahrhundertwende, als noch ein breites Lieferanten- bzw. Markengeschäft gepflegt wurde, sind zudem Lieferantenverzeichnisse und umfangreiche kommerzielle Anzeigen vorhanden.

Umfang und Bedeutung dieser sechs Teile variieren von Verein zu Verein, von Zeitraum zu Zeitraum. Ihre formale Grundstruktur unterscheidet sie jedoch von den regelmäßigen Festschriften der Genossenschaften, die sich teilweise mit den Geschäftsberichten verbinden. Sie entstanden zu meist als Jubiläumsschriften und enthalten Rückblicke auf die Geschichte der Konsumgenossenschaft. Photos, Schaubilder und Diagramme sind ebenso üblich wie Hochglanzpapier. Gegenüber den Konsumvereinsberichten sind sie stärker reflexiv angelegt; zugleich weisen sie in einer Vielzahl von Einzelbeiträgen auf die künftigen Aufgaben der Genossenschaft hin. An die Stelle der Dokumentation des Tages- bzw. Jahresgeschäftes tritt bewußtes Eingedenken vor dem Hintergrund der allgemeinen Genossenschaftsidee.

Die Konsumvereinsberichte wollen demgegenüber primär festhalten, was faktisch geschehen war. Sie sind darin Ausdruck positivistischen Denkens. 'Zum achten Male legt ihnen der Verwaltungsrath Jahresbericht und Rechnung vor. Wir brauchen wenig Worte um unserm Bericht Eingang zu verschaffen und lassen in nachfolgenden Tabellen Zahlen und Rechnungen selbst reden.'<sup>5</sup> Dahinter stand die Auffassung, daß Leistung, die in Zahlen meßbare Leistung, überzeugen würde und Erfolg das beste Argument für die Genossenschaftsarbeit sei. Es war der rationale, aufgeklärte Konsument, dem im Konsumvereinsbericht eine objektive Dokumentation an die Hand gegeben wurde, die er eigenständig deuten mußte. Auch wenn v.a. während der Weimarer Republik deutlich wurde, daß diese Einschätzung offenbar unangemessen war, veränderten sich die Berichte strukturell nur wenig, lediglich ihren Inhalt weiteten sie stetig aus. Schon hier wird deutlich, daß der historische Kontext wesentlich für das Verständnis des Quellenwertes der Konsumvereinsberichte ist. Die Emanzipation von der

5 Achter Geschäfts-Bericht des Verwaltungsrathes des Consum-Vereins von Olten über die Geschäftsführung im Jahr 1870 erstattet an die Generalversammlung der Actionäre am 12. Hornung 1871, Nachmittags 1 Uhr im Saale des Hrn. Stiefel, Olten o.J. [1871], S. 3.

staatlichen Zwangspublikation, die sie im Gegensatz etwa zu den Bilanzen der Aktiengesellschaften auszeichnet, ist nur vor dem Hintergrund der aufstrebenden deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung verständlich.

## 2. Symbiose des Aufstieges: Konsumgenossenschaftsbewegung und Konsumvereinsberichte

Konsumvereine bestanden in Deutschland seit der Mitte des 19. Jahrhunderts.<sup>6</sup> Sie waren Mittel der materiellen Selbsthilfe gegen schlechte und unangemessen teure Nahrungsmittel, Ausdruck einer grundlegenden Kritik am wenig effizienten Kleinhandel dieser Zeit. Doch ihre Bedeutung blieb anfangs regional begrenzt. Im Gegensatz zur englischen Entwicklung führten politische Gegenmaßnahmen, dann aber mehr und mehr die ablehnende Haltung der frühen Arbeiterbewegung zu einer nur langsam Aufwärtsentwicklung. Versuche, die Konsumgenossenschaften zur Basis einer evolutionären Veränderung der bestehenden Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung auszubauen, schlugen in den 1870er Jahren fehl, als der Plan einer alle Genossenschaften vereinenden zentralen Großeinkaufsgesellschaft scheiterte.<sup>7</sup> Und zunächst nur an wenigen Orten gingen die Vereine zur selbstbestimmten Produktion von Nahrungsmitteln über. Der gemeinschaftliche Zusammenschluß diente in den meist kleinbürgerlich geprägten Genossenschaften vorwiegend dazu, den individuellen Lebensstandard zu heben. So nimmt es nicht Wunder, daß gerade sozial eingestellte Unternehmer und liberale Politiker die Konsumvereine grundsätzlich unterstützten, um den Arbeitern eine rationellere Haushaltsführung zu ermöglichen.<sup>8</sup> In dieser Situation hatten Konsumvereinsberichte keine große Bedeutung. Durch die unbegrenzte Solidarhaft hatten alle Genossen

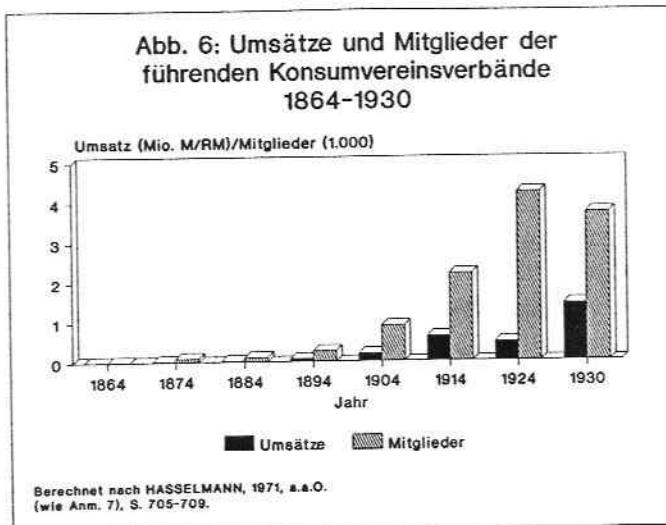
6 Zur Frühgeschichte vgl. HASSELMANN, Erwin: Geschichte der deutschen Konsumgenossenschaften, Frankfurt a.M. 1971, S. 14-89.

7 Vgl. CASSAU, Theodor O.: Die Konsumvereinsbewegung in Deutschland, München/Leipzig 1924, v.a. S. 1-10. Zur allgemeinen Einordnung in die Geschichte des Einzelhandels vgl. SPIEKERMANN, Uwe: Rationalization as a permanent Task. The German Food Retail Trade in the 20th Century, in: HARTOG, Adel P. den (Ed.): Food Technology, Science and Marketing, its Contribution to the Making of the European Diet in the 20th Century (i.E.).

8 Vgl. POST, Jul[ius]/ALBRECHT, H[ans] (Hg.): Musterstätten persönlicher Fürsorge von Arbeitgebern für ihre Berufsangehörigen, Bd. II, Berlin 1893, v.a. S. 424-442.

eine persönliche Beziehung zum Betrieb, und gedruckte Berichte dienten nur der Erfüllung gesetzlicher Vorgaben.

Das änderte sich verstärkt in der zweiten Hälfte der 1880er Jahre, als von Sachsen ausgehend Arbeiter sich zunehmend vom Verdikt der Sozialdemokratie freimachten und wachsenden Einfluß auf die Vereine nahmen. Die beschränkte Haftung, die die Genossenschaftsnovelle von 1889 ermöglichte, beschleunigte diesen Prozeß wesentlich. Damit änderte sich langsam die Größe v.a. der großstädtischen Vereine, und die Konsumvereinsberichte wurden zunehmend wichtig, um den Mitgliedern Informationen über die Gesamtentwicklung an die Hand zu geben.



Wichtiger war jedoch, daß mit der sozialen Veränderung sich auch die innere Zielsetzung der Konsumgenossenschaftsbewegung veränderte. An die Stelle des Nutzenkalküls trat zunehmend die Vision einer von der Masse der Konsumenten getragenen Veränderung der bestehenden Wirtschafts- und Gesellschaftsverhältnisse. Auf Dauer sollte der auf Bedarfsweckung ausgerichtete Konkurrenzkapitalismus von einer gemeinwirtschaftlich orientierten Bedarfsdeckungswirtschaft abgelöst werden.<sup>9</sup> Durch die 1894 in

<sup>9</sup> Das Alternativkonzept enthält z.B. STAUDINGER, Franz: Die Konsumgenossenschaft, Leipzig 1908, S. 1-40.

Hamburg etablierte Großeinkaufs-Gesellschaft deutscher Konsumvereine (GEG) gelang es verstärkt, auch die Großhandelsgewinne abzuschöpfen. Zugleich begann man die Überschüsse des Handelsgeschäftes nicht länger per jährlicher Rückvergütung an die Mitglieder zurückzuerstatten, sondern sie investiv zu nutzen. Mit dieser Finanzbasis, die durch genossenschaftliche Sparkassen weitere Festigkeit erhielt, gingen die Vereine insbesondere in den industriellen Ballungszentren verstärkt zur maschinellen Produktion zuerst von Brot, später auch von Fleischwaren über. 1910 begann die GEG zudem mit der zentralen Produktion von Gütern des täglichen Bedarfs. Allein der führende Zentralverband deutscher Konsumvereine, der 1903 aus dem liberalen Allgemeinen Verband der Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften hervorging, produzierte 1913 Nahrungsmittel im Werte von mehr als 111 Mio. M, steigerte diese Summe bis 1930 auf mehr als 507 Mio. RM.<sup>10</sup> Hintergrund dieses Ausbaus der Gemeinwirtschaft war eine intensive Erziehungs- und Aufklärungstätigkeit der Mitglieder durch die leitenden Funktionäre. Dazu bedienten sie sich neben der persönlichen Überzeugung zunehmend schriftlicher und visueller Medien, so auch der Konsumvereinsberichte.

So wird die eingangs postulierte Emanzipation des Konsumvereinsberichtes von der staatlichen Zwangspublikation hin zur detailgesättigten Quelle des örtlichen Lebens der Genossenschaft verständlich. Während mit dem Ausbau der Konsumvereinsbewegung die jährlichen Rückvergütungen von 1903 11,6% des Umsatzes über 1914 7,51% auf 1930 0,53% sanken, nahmen Umfang und Gehalt der Jahresberichte stetig zu.<sup>11</sup> Sie sollten den Mitgliedern 1. Auskunft über den Stand der eigenen Genossenschaft und damit Rechenschaft über die Verwendung der genossenschaftlichen Gelder geben<sup>12</sup>, sie 2. zum genossenschaftlichen Denken und Handeln erziehen

10 Zahlen nach: Die Steigerung der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion, Mitteilungsblatt der Großeinkaufs-Gesellschaft 2, 1914, S. 18 bzw. Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 30,2, 1932, S. 308.

11 Zahlen nach: Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 29,1, 1931, S. 424.

12 Der Geschäftsbericht 'ist kennzeichnend für den Geist der Leitung dieser Konsumgenossenschaft, die durch Offenlegung des ganzen Geschäftsbetriebes vor der Mitgliedschaft und allen, die zur Genossenschaft in Beziehungen stehen, restlos ihr Vertrauen gewinnen will. Erst wenn man den Mitgliedern einer Genossenschaft vollen Einblick in das Unternehmen ermöglicht, erweckt man ihr Interesse für die Ziele und Aufgaben und die Ersparnismöglichkeiten und erzeugt Werbefreudigkeit, um neue

und ihnen 3. Orientierungshilfen für ihre Rolle als Konsument an die Hand geben. Daneben fungierten sie 4. als Werbemittel für neue Mitglieder<sup>13</sup> und dienten gerade in der Weimarer Republik 5. auch der direkten Werbung der Konsumgenossenschaften, ihrer Sparkassen und der gemeinwirtschaftlichen Versicherung 'Volksfürsorge'. Konsumvereinsberichte waren sowohl Mittel eines hierarchischen Diskurses zwischen Mitgliedschaft und Vorstand als auch Ausdruck des Stolzes einer Bewegung, die durch die Bündelung der Kaufkraft der 'Minderbemittelten' zum größten Handelsunternehmen und zum größten Nahrungsmittelproduzenten des Deutschen Reiches aufgestiegen war.

Inwieweit die Berichte wirklich zur Kenntnis genommen wurden, ist nur ansatzweise zu ermitteln. Schon die Verteilungsweise deutet aber darauf hin, daß die Mehrheit sie nicht gelesen hat: 'Es sind gerade die interessierten Mitglieder, die den Geschäftsbericht lesen.'<sup>14</sup> Die Berichte wurden in Mitgliederversammlungen und in der Warenverteilstelle weitergereicht und angeboten. Im Gegensatz zu reinen Werbeschriften mußten die Mitglieder insbesondere bei reich illustrierten Ausgaben einen Kostenbeitrag leisten. Dadurch blieb ihre Reichweite begrenzt. Während der 1920er Jahre gewannen die Konsumvereinsberichte allerdings an Bedeutung, denn seit Mitte der 1920er Jahre vermehrten sich die persönlichen Besuche der Mitglieder durch Genossenschaftskader, die dann die Berichte zunehmend nach Hause brachten bzw. an der Tür anboten. Diese persönliche Vertriebsform wurde noch bedeutsamer, als es gegen Ende der 1920er Jahre üblich wurde, den Mitgliedern die Publikumszeitschriften 'Konsumgenossenschaftliches Volksblatt' bzw. 'Genossenschaftsfamilie' vierzehntägig ins Haus zu bringen. Ob jedoch mit der wachsenden Auflage der Konsumvereinsberichte auch eine erhöhte Lektüre verbunden war, ist zweifelhaft. In den breit geführten Debatten über konsumgenossenschaftliche Erziehungs- und Werbearbeit nahmen sie durchweg eine Randstellung ein.

---

Mitglieder zu gewinnen. Aber auch die große Zahl der Betriebsangehörigen gewinnt zum Betrieb eine neue Einstellung, wird ihn als eigenen Betrieb betrachten, wenn volle Offenheit gesichert ist,...Was hier geschieht, ist alles Erziehungsarbeit von hoherem Wert.' Vom Preis zum Qualitätsgedanken, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 25, 1928, S. 751.

13 Vgl. etwa STRAELEN, P.: Praktische Kleinarbeit, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 3, 1906, S. 3-5, 28-29, hier 4.

14 RIEPER, J.: Erhöhte Ausnutzung der Geschäftsberichte für genossenschaftliche Reklame, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 18, 1921, S. 383.

Unabhängig davon kann man feststellen, daß die Geschäftsberichte zwischen 1924 und 1930 - parallel zum rasanten wirtschaftlichen Aufstieg der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung - das beste und breitgefächerte Quellenmaterial bieten. Die wachsende Konkurrenz des kommerziellen Einzelhandels und die innere Konkurrenz zwischen dem zentrumsnahen Reichsverband deutscher Konsumvereine und dem tendenziell sozialdemokratisch orientierten Zentralverband führte zu einer verstärkten Selbstdarstellung des Binnenlebens der Genossenschaften. Während der Weltwirtschaftskrise schwand dann der Quellenwert der Konsumvereinsberichte, der durchschnittliche Umfang sank, und Abbildungen wurden seltener.<sup>15</sup> Seit 1933 schlug schließlich der staatliche Terror gegen die Konsumgenossenschaften, der 1941 in der gesetzlichen Auflösung endete, nachhaltig auch auf die Geschäftsberichte durch. Durch den NS-Staat bedroht, durch Zensur beeinträchtigt, reduzierte sich ihre inhaltliche Breite immer stärker. Mit Beginn des Krieges war man wieder an den Ausgangspunkt zurückgekehrt: Die Bilanz trat an die Stelle des Berichtes.

### **3. Konsumvereinsberichte als Quellen der Geschichte der Ernährung**

Die Konsumvereinsberichte spiegeln die Aktivitäten einer Bewegung, deren Ziel die evolutionäre Veränderung der bestehenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Ordnung war. Umfassend wie dieser Anspruch sind auch die möglichen Einsatzfelder dieser Quelle. Für die Geschichte der Ernährung bieten sich vorrangig drei Felder an: 1. die innere Struktur von Angebot und Konsum, 2. Veränderungen in Nahrungsmittelproduktion und -distribution und 3. schließlich die Entwicklung der Lebenshaltung.

#### **3.1 Die innere Struktur von Angebot und Konsum**

Die Konsumvereinsberichte ermöglichen es, das Einkaufs- und Verbrauchsverhalten großer Teile der gewerblichen Arbeiterschaft re-

<sup>15</sup> Während der Geschäftsbericht des Konsum- und Sparvereins Dortmund-Hamm 1929/30 noch 28 Seiten, 2 Photos und 2 Seiten Graphiken enthält, reduziert sich dieses Verhältnis 1930/31 auf 24 Seiten, 1 Photo, 3 Graphikseiten, weist er 1931/32 nur noch 24 Textseiten auf, ehe er 1932/33 auf ganze 8 Seiten zusammenschrumpft (Konsum- und Sparverein Dortmund-Hamm e.G.m.b.H., Bericht über das 28.-31. Geschäftsjahr 1929/30-1932/33, o.O. o.J. [Dortmund 1930-1933]).

alhistorisch präzise zu fassen. Auch wenn die Konsumvereine sich je später, desto stärker als allgemeine Verbraucherorganisation verstanden<sup>16</sup>, dokumentiert doch die Sozialstruktur ihrer Mitgliedschaft die überragende Bedeutung der gewerblichen Arbeiterschaft (Tab. 1).

Tab. 1: Berufsgliederung der Mitglieder des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1904-1914-1924-1930 (abs. und %)<sup>17</sup>

Berufsgruppen	1904	1914	1924	1930
- Selbständige Gewerbetreibende	43.594 8,88	87.358 5,33	199.952 6,03	141.628 4,85
- Selbständige Landwirte	10.269 2,09	30.146 1,84	116.417 3,51	77.129 2,64
- Freie Berufe und Beamte	30.069 6,12	55.016 3,36	328.651 9,91	263.686 9,03
- Abhängig Beschäftigte in gewerb. Betrieben	356.408 72,58	1.290.538 78,70	2.207.274 66,54	2.023.634 69,34
- Abhängig Beschäftigte in landw. Betrieben	14.370 2,93	37.806 2,31	99.586 3,00	69.902 2,40
- Ohne Beruf (v.a. Rentner u. Hausfrauen)	36.328 7,40	138.930 8,47	365.559 11,02	342.609 11,74

Mit Abstrichen galt dies auch für den Reichsverband deutscher Konsumvereine, der unter seinem Dach zudem eine Reihe bedeutender Beamtenkonsumvereine vereinigte. Ende 1929 waren 49% (394.263) aller Mitglieder abhängig Beschäftigte in gewerblichen Betrieben, während 30% (232.182) als Beamte bzw. Arbeiter im öffentlichen Dienst tätig waren.<sup>18</sup>

16 Vgl. SYWOTIEK, Arnold: Konsumverhalten der Arbeiter und »sozialistische« Konsumgenossenschaften. Zur Geschichte der Arbeiterbewegung in der Weimarer Republik, in: LEHMANN, Albrecht (Hg.): Studien zur Arbeiterkultur, Münster 1984, S. 59-102, v.a. 76-85, auch wenn dessen negative Einschätzung unangemessen sein dürfte.

17 Zahlen berechnet nach: Jahrbuch, 1931, a.a.O. (wie Anm. 12), S. 426. Die Summen sind nicht deckungsgleich mit den Mitgliedsziffern, da zwischen 20.000 und 200.000 Mitglieder beruflich nicht spezifiziert waren.

18 Vgl. Jahrbuch des Reichsverbandes deutscher Konsumvereine 16, 1929 (1930), S. 61. Ansonsten setzte sich die Mitgliedschaft aus 5,2% (41.754) selbständigen Gewerbetreibenden, 3,1% (24.987) selbständigen Landwirten, 2% (16.215) freien Berufen, 0,6% (4.797) abhängig Beschäftigten in landwirtschaftlichen Betrieben und 10,1% (81.223) Personen ohne Beruf zusammen.

Informationen über die innere Differenzierung des Konsums gerade dieser Schichten sind nicht nur an sich von historischem Interesse, sondern angesichts der wesentlichen Bedeutung dieser Gruppe für die Entstehung einer modernen Massenkonsumgesellschaft auch notwendiger Bestandteil allgemeiner Erklärungsansätze für die Genese unserer heutigen Überflüssigkeitsgesellschaft. Die einebnende Qualität der Durchschnittsziffern der Berichte lässt zwar nicht zwischen einzelnen Haushalten unterscheiden, bietet demgegenüber aber Daten eines generellen Entwicklungstrends, die das Verhalten von Tausenden und Zehntausenden bündeln. Zwischen den vielfach nur schwer systematisierbaren Haushaltsrechnungen und den abstrakt planierenden Schätzungen der Pro-Kopf-Konsumstatistik bilden Konsumvereinsberichte eine zuverlässige Quelle auf mittlerer Ebene.

Trotz des eindeutigen Schwergewichtes auf der gewerblichen Arbeiterschaft ist es dank der häufig vorhandenen präzisen sozialen Differenzierung der Mitgliedschaft möglich, durch Vergleiche von Einzelvereinen Tendenzen sozial unterschiedlicher Konsummuster aufzuziegen. So existierte z.B. in Berlin Ende der 1920er Jahre neben der fast 200.000 Mitglieder zählenden (Arbeiter)Konsum-Genossenschaft Berlin und Umgegend e.G.m.b.H. der mit weit über 110.000 Genossenschaftern bedeutendste Beamtenwirtschaftsverein des Deutschen Reiches.

Der allgemeine Konsumtrend und dessen soziale Differenzierung sind durch Konsumvereinsberichtsdaten auch deshalb präziser als in der üblichen Konsumstatistik zu fassen, weil die Anzahl der aufgelisteten und verkauften Waren wesentlich umfangreicher ist (Abb. 7 auf Seite 98).

Trotz der Konzentration auf die Hauptartikel, d.h. die umsatzstärksten Güter, trennte eine durchschnittliche Warenumsatzliste nicht nur zwischen einer Vielzahl unterschiedlicher Waren, sondern ebenso zwischen unterschiedlichen Sorten und Qualitäten eines Produktes. Verschiedene Angebotsformen - etwa verpackte oder lose Lebensmittel - lassen auch Rückschlüsse auf Einkaufsgewohnheiten und Vorratshaltung der Mitglieder zu. Eine besondere Stellung nahmen umsatzstarke Markenartikel wie auch GEG-Eigenprodukte (z.B. Waschpulver Famos) ein. Allerdings schwand die Bedeutung kommerzieller Markenartikel seit dem Kartellkampf 1907/08 zwischen Konsumgenossenschaften und Markenartikelverband, bis schließlich in der Weimarer Republik zunehmend die Eigenmarken dominierten.

Abb. 7: Warenumsatzliste des Konsumvereins Nürnberg-Fürth 1912/13<sup>19</sup>

Apfelwein	16980	Liter	Honig (Natur)	3170	psb.
Badspulver	27600	Stück	Haferflocken	4150	"
Bügelkohlen	24159	ptl.	Hafermehl	8582	"
Bündelholz	43830	Btl.	Kandis	7844	"
Bonbons	5174	psb.	Kaffee	157726	"
Borat, offen	1875	"	Kaffee, coffeefrei	2644	ptl.
Borat in Karton	3760	Kart.	Kornkaffee	11319	"
Bohnen, weiss	3300	psb.	Kartoffel	1586719	psb.
Bouillonwürfel	161800	Stück	Kartoffelmehl	11250	"
Bürsten	22647	"	Kautabak	19983	Rollen
Bejën	4719	"	Käse, btr. Sorten	58425	psb.
Bettfedern	1240	psb.	Camembert		
Bier	3461467	Flasch.	Münzger x.	97653	Stück
Cigaretten	565110	Stück	Limonade	662746	Flasch.
Citronen	105390	"	Linien	41375	psb.
Cliquorinen	351487	ptl.	Mehl	1425798	"
Cacao, offen	4890	psb.	Mohnöl	21680	"
Dampfäpfel	2144	"	Marmelade	28950	"
Eier	3638340	Stück	Malzkaffee	97250	"
Eigelsteinsatz	2250	Flasch.	Milch, kondensiert	13894	Dosen
Eigelgspritz	28855	Liter	Maccaroni	16331	ptl.
Eigel. u. Salzgurken	121480	Stück	Nudeln	36909	psb.
Erdbe.	63180	psb.	Öhrl (Äpfel, Orangen)	106645	"
Erbswürste	9524	Stück	Preiselbeeren	3475	"
Farin	12440	psb.	Plaumen	21820	"
Fettwaren:			Petroleum	618000	Liter
Schweinesett.	124900	psb.	Rauschstoffs	68160	psb.
Butterfondas	10998	"	Röllinen und		
Margarine	68094	"	Sultananen	14360	"
Rinderfett	113312	"	Reis	103930	"
Palmarol	62946	"	Reismehl	12192	ptl.
Vitello	71873	"	Rautabak, btr. Sorte	34640	"
Sanella ab Mai	2610	"	Salz	400554	psb.
Tafelbutter	62515	"	Sauerkraut	500700	"
Gaggas	13011	Krüge	Sago	4850	"
Griles	153340	psb.	Sauce-Zebekuchen	9635	"
Geiste, gebrannt	72850	"	Sens, offen	4460	"
Graupen	29000	"	Sens in Gläsern und		
Heldbeerwein	7598	Liter	Tassen	14644	Stück
herlinge	397	Tonnn.	Seife:		
Hilchen u. Säckchen	5580	Stück	Waschseife	253047	psb.
Toilettefesse	51500	Stück	Schäumerseife	39630	"
Sellers	52785	Flasch.	Tee, offen	649	psb.
Schweinsfleischer	31100	Stück	Waschblau	10400	ptl.
Schäufelstabak, offen	6480	psb.	Wolle	9214	psb.
in Paketen	118293	ptl.	Weinbeeren	14008	"
Schuhcreme	125555	Dosen	Wasserglas	69000	"
Schuhwäsche und			Weingeli	1740	Liter
Lederfett	11680	"	Weinflüssig	18646	"
Spießfett	7258	"	Waschmittel:		
Spiritus	124821	Flasch.	Samos	14120	ptl.
Soda, caust.	6882	psb.	Waschpulkt	117900	"
Soda, Patent	237300	ptl.	Selzenpulper	58020	"
Stärke in Paketen	8438	"	Bleichsoda	37600	"
Stärke, offen	9140	psb.	Wurstwaren, btr. Sorte	133277	psb.
Suppenwürfel	65122	Stück	36578	"	
Tee in Paketen	93687	ptl.	Zucker	2111609	"
			Zwiebeln	91700	"

19 Geschäftsbericht 1913. Konsumgenossenschaft Nürnberg-Fürth, o.O. o.J. [Nürnberg 1913], S. 41-42 (Stadtarchiv Nürnberg E9/585, Nr. 1).

Dabei ist es wichtig, zu wissen, daß die Konsumgenossenschaften besonders während der Weimarer Republik ein deutlich breiteres Sortiment hatten als das übliche Kolonialwarengeschäft.<sup>20</sup> Mit der Durchsetzung des selbstgesetzten Ziels, alle Güter des täglichen Bedarfs zu führen und tendenziell eigenständig zu produzieren, waren sie Wegbereiter eines dann in der Bundesrepublik zum Durchbruch kommenden Vollsortiments des modernen Lebensmittelhandels. Lediglich frisches Gemüse und Obst sowie Milch und Frischmilchprodukte waren in den Konsumvereinsberichten seltener vertreten, obwohl während der Weimarer Republik gerade bei diesen Produkten besondere Anstrengungen unternommen wurden. Zudem stieg die qualitative Differenzierung der einzelnen Warengattungen, was mit dem Beginn eines begrenzten wahlbestimmten Konsumstils einhergeht. Decken Konsumvereinsberichte demnach fast das komplette Nahrungsangebot ab, kann der Blick doch zugleich auf das einzelne Produkt gerichtet bleiben. Dadurch sind Nahrungsinnovationen und v.a. -diffusionen besser als mit den meisten bisher genutzten Quellen einzufangen.<sup>21</sup> Das gilt unabhängig davon, ob es sich um industrielle Produkte wie Margarine, Backpulver oder Suppenpräparate handelt oder aber um neue, nun kommerzialisierte Produkte wie Südfrüchte, Frischobst oder Seefisch. Auch der aus Pro-Kopf-Daten immer wieder postulierte Bedeutungsgewinn bzw. -verlust einzelner Nahrungsmittel könnte so überprüft und differenziert werden.

Das hier gezeigte Beispiel des Stuttgarter Konsumvereins (Tab. 2 auf Seite 100) verdeutlicht die wachsende Verwendung preiswerter industriell gefertigter Produkte wie Back- und Puddingpulver, Vanillezucker und Brühwürfel. Festzuhalten ist allerdings, daß zum einen deren Durchbruch in den unteren und mittleren sozialen Schichten offenbar erst deutlich nach der Jahrhundertwende erfolgte, und zum anderen teurere Produkte, etwa Fleischextrakt, hier nur geringen Absatz fanden.<sup>22</sup> Innovations- und Diffu-

20 Vgl. etwa BENNING, Bernhard/NIESCHLAG, Robert: Umsatz, Lagerhaltung und Kosten im deutschen Einzelhandel 1924 bis 1932, Berlin 1933, S. 70-71.

21 Vgl. die gebündelten Aussagen in Konsumvereine. Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe: Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 8, Berlin 1931, wo das Konsumverhalten der Vorkriegszeit mit dem des Jahres 1927/28 kontrastiert wird.

22 Die Tabelle bestätigt frühere Kochbuchauswertungen des Co-Autors, die den Fleischextrakt als typisches Nahrungsmittel des Bürgertums deuten. Vgl. TEUTEBERG, Hans-Jürgen/ELLERBROCK, Karl-Peter/SPIEKERMANN, Uwe/THOMS, Ulrike/

Tab. 2: Produktinnovation und -diffusion im Spiegel Stuttgarter Konsumvereinsberichte 1893-1925 (kg)<sup>23</sup>

Produkte	1893	1903	1913	1925
Backpulver (Briefe/Beutel)		3.900	64.860	134.568
Gemüsekonserven (Dosen)			7.649	17.925
Fleischextrakt	174	168	130	22
Kokosfette				
Kokosnußbutter (Dosen)	747			
Palmin-Butter		142.091		
Palmbutter (Pakete)		19.790		
Kokosfette			32.459	48.723
Margarine			33.598	114.497
Milch kondensiert (Büchsen)	519	779	1.882	15.394
Mondamin (Pakete)		2.866	7.185	10.267
Puddingpulver (Briefe)		2.829	7.830	38.198
Suppeneinlagen, Brühwürfel			420.990	684.436
(Knorrs) Suppenmehl (Pakete)	4.311	89.150	85.346	16.280
Suppenwürze (Flaschen)		2.066	5.916	5.817
Vanillezucker (Briefe/Beutel)		13.656	47.800	120.564
Mitglieder	9.877	20.453	31.077	41.697
Gesamtumsatz (M/RM)	2.436.807	5.232.292	9.303.371	9.490.056

sionsprozesse dieser Art geben nicht nur Auskunft über spezifische Produktkarrieren, sondern sind auch Indizien für Kommerzialisierungsprozesse, die weitaus tiefreichender waren als etwa die zunehmende Monetarisierung des Arbeiterhaushalts. Die wachsende Bedeutung der Fremdversorgung wird hier ebenso klar faßbar wie die sich langsam ausweitende industrielle Lebensmittelpalette.

Die Periodizität der seriellen Quelle 'Konsumvereinsbericht' ermöglicht

ZATSCH, Angela: Die Rolle des Fleischextrakts für die Ernährungswissenschaften und den Aufstieg der Suppenindustrie. Kleine Geschichte der Fleischbrühe, Stuttgart 1990, S. 85-91.

23 Spar- und Consum-Verein Stuttgart. Rechenschafts-Bericht des Aufsichtsrates für das 29. Geschäftsjahr 1893, Stuttgart 1893, S. 9; Spar- und Consum-Verein Stuttgart. Rechenschafts-Bericht des Aufsichtsrats für das 39. Geschäftsjahr 1903, Stuttgart o.J. [1904], S. 19; Spar- und Consum-Verein Stuttgart. Jahres-Bericht des Vorstandes und Aufsichtsrats über das 49. Geschäftsjahr 1913, Stuttgart o.J. [1914], S. 10-11; Bericht über das 61. Geschäftsjahr 1925 des Spar- und Konsumvereins Stuttgart, Stuttgart 1926, S. 20-23.

es zugleich, die stete Bedrohtheit dieser langsamem Aufwärtsentwicklung einzufangen. Das Konsum- und Einkaufsverhalten in Krisenzeiten lässt sich trefflich mit dem vermeintlich 'normaler' Zeiten vergleichen. Dadurch kann der Historiker Einblick gewinnen in die Rationalität der Haushaltsführung, die ansonsten zumeist im Deklamatorischen verbleibt. Wie veränderten sich Angebot und Nachfrage aufgrund allgemeiner oder produktspezifischer Teuerungen, wirtschaftlicher oder politischer Krisen; wie gestaltete sich die reale Versorgungsleistung im Krieg und Inflation; inwieweit wurden Produktinnovationen auch dann beibehalten? Fragen, auf die Konsumvereinsberichte grundsätzlich Antworten geben können.

Alle zuvor benannten Punkte werden in der sozial- und wirtschaftshistorischen Forschung üblicherweise entweder national oder aber lokal behandelt. Konsumvereinsberichte bieten beides - und mehr zugleich: Die Regionalität des Nahrungs-/Ernährungsverhaltens wird in den Quellen nicht nur sicht- und dokumentierbar, vielmehr ermöglichen sie direkte regionale Vergleiche, die die bisherigen volkskundlichen Arbeiten auf diesem Gebiet entscheidend erweitern könnten.

Eine vergleichende Zusammenstellung von Berichten großstädtischer Konsumvereine unterschiedlicher Regionen (Tab. 3 auf Seite 102) macht schon bei wenigen Lebensmitteln spezifisch regionale Angebots- und Nachfragestrukturen deutlich. Präziser als bei den zumeist allein auf normativen Quellen beruhenden, sozial undifferenzierten Klischees von Küchenlandschaften lassen sich hier regionale Unterschiede realhistorisch erfassen. Deutlich erkennbar ist der unterschiedliche Verzehr von Fett und Bohnenkaffee, von Hülsenfrüchten und Sauerkraut sowie von Mehl und Zucker. Verfehlt wäre es jedoch, beispielsweise aus den überdurchschnittlichen Stuttgarter Umsätzen von Butter, Mehl und Zucker unmittelbar auf eine mehlspeisenorientierte schwäbische Kost zu schließen. Erst durch den Einbezug normativer Zubereitungsvorschläge gewinnen die in den Konsumvereinsberichten greifbaren regionalen Angebots- und Nachfragemuster die notwendige Schärfe, um aus ihnen Konturen allgemeiner Verzehrs- und Küchenlandschaften zu gewinnen. Die Daten der Geschäftsberichte geben dabei in erster Linie Informationen über die Verwurzelung und spezifische Umsetzung regionaler Verzehrsgewohnheiten durch die unteren sozialen Schichten.<sup>24</sup>

24 Wie bedeutsam die Unterschiede zwischen bürgerlicher und proletarischer Küche

Tab. 3: Regionale Differenzierung des Konsumvereinsortiments: Hannover, Düsseldorf, Stuttgart und Königsberg 1910/11 im Vergleich (kg)<sup>25</sup>

Produkte	Hannover	Düsseldorf	Stuttgart	Königsberg
Butter	77.840	48.059	192.331	15.382
Schmalz	4.475	94.486	106.575	38.719
Margarine	35.950	111.305	31.112	19.228
Nudeln/Teigwaren	5.733	29.805	40.061	658
Kaffeesurrogate*	15.680	2.800	125.907	55.018
Malzkaffee	32.967	46.500		7.750
Kaffee	25.065	57.808	69.395	10.758
Zucker	17.429	243.603	1.259.563	242.657
Käse	7.700	33.644	37.520	16.149
Käse in Stück	401.335	70.871	22.576	763
Erbesen	11.191	36.900	18.882	6.560
Linsen	11.685	19.497	47.261	
Bohnen	17.100	25.457	6.150	838
Mehl (Roggen, Weizen)**	90.900	14.006	4.778.610	70.000
Sauerkohl/Sauerkraut	19.050	41.483	137.331	8.610
 Mitglieder	 6.280	 11.181	 27.757	 3.732
Umsatz in M	1.125.287	2.926.694	8.310.418	692.518

\* Angabe für Hannover und Königsberg in Paketen

\*\* Angabe für Düsseldorf in Säcken

Die Regionalität der Konsumvereinsberichte macht sie allgemein zu einer wertvollen Quelle für eine verortbare und vergleichbare Alltagsgeschichte der unteren und mittleren sozialen Schichten. Dieses Strukturmerkmal gilt jedoch nicht nur für die innere Differenzierung des Konsums, sondern auch für die folgenden Problem- und Gegenstandsfelder.

auch an einem Ort sein können, verdeutlicht STOCKHAUS, Dörthe: Wandel der Kost Nürnberger Arbeiter, 1880-1930, Staatsexamensarbeit Münster 1993 (Ms.), v.a. S. 147-149.

- 25 Hannoverscher Konsum-Verein. Dreiundzwanzigster Geschäfts-Bericht für das Jahr 1910/11, Hannover o.J. [1911], S. 21; Allgemeiner Konsumverein für Düsseldorf und Umgebung. Geschäfts-Bericht vom 1. Juli 1910 bis 30. Juni 1911, o.O. o.J. [Düsseldorf 1911], S. 34-36; Spar- & Consum-Verein Stuttgart. Jahres-Bericht des Vorstandes und Aufsichtsrats für das 46. Geschäftsjahr 1910, Stuttgart o.J. [1911], S. 22; Konsum-Verein für Königsberg und Umgegend. Bericht über das 9. Geschäftsjahr vom 1. Oktober 1910 bis 30. September 1911, o.O. o.J. [Königsberg 1911], S. 30-32 (zudem 10.800 Pakete Malzkaffee).

### 3.2 Veränderungen in Nahrungsmittelproduktion und -distribution

Die Bedeutung der Konsumvereine für die Modernisierung des Einzelhandels und der Nahrungsmittelproduktion wird vielfach unterschätzt. In beiden Arbeitsfeldern waren die Konsumvereine Trendsetter und Wegweiser in einem.<sup>26</sup> Teil dieser unterschätzten Modernität war u.a. der frühzeitige Einsatz betriebswirtschaftlicher Statistik.<sup>27</sup> Sie ermöglichte nicht nur strikte Rechenhaftigkeit und Rentabilität, vielmehr konnte mittels vergleichender Betriebsstatistik schon zu Beginn des Jahrhunderts eine spezielle Schwachstellenanalyse betrieben werden, die die ohnehin vorhandenen Kostenvorteile der Konsumgenossenschaften nochmals steigerte.<sup>28</sup>

Nahrungsmittelproduktion bedeutete in den Konsumvereinsberichten stets örtliche Eigenproduktion. Sie begann zumeist mit der Brot- und Backwarenherstellung, während die Fleischereien bzw. Fleischwarenbetriebe sich vorrangig während der Weimarer Republik zum zweiten Standbein entwickelten. Betriebe zur Herstellung von Limonaden und Mineralwässern, Weinen und Mosten, zur Röstung von Kaffee und zur Beschaffung und Verarbeitung von Milch und Grünwaren waren lediglich örtlich bedeutsam.<sup>29</sup> Die Konsumvereinsberichte ermöglichen nicht nur präzise Aussagen zur technischen Ausstattung, zum innerbetrieblichen Investitions- und Kalkulationsverhalten bzw. den Arbeitsbedingungen und

26 Vgl. etwa BADTKE, Walther: Zur Entwicklung des deutschen Bäckergewerbes. Eine wirtschaftsgeschichtlich-statistische Studie, Jena 1906, S. 204-206. Detailreiche Hintergrundinformationen enthalten GOLDSCHMIDT, Conrad: Bäckergewerbe und Konsum-Vereine. Eine Untersuchung, Stuttgart/Berlin 1910 sowie HENN, Richard: Das selbständige deutsche Fleischerhandwerk und die Konsumvereine und Werkskonsumanstalten, WiSo. Diss. Köln 1933.

27 Einen allgemeinen Überblick enthält TARAPANOFF, Edmund: Die Statistik der Konsumgenossenschaften. Kritische Bemerkungen ihrer Methoden, ihrer Ergebnisse und ihrer Auswertung, Swiss. Diss. Berlin, Würzburg 1933, der jedoch das reiche Material der Geschäftsberichte sträflich ignoriert.

28 Der Vorsitzende des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Heinrich Kauffmann, schätzte 1910 die Kostenvorteile der Konsumvereinsmitglieder gegenüber dem Facheinzelhandel auf etwa 15-20% (KRUEGER, Hermann Edwin: Zur Frage des Verbrauchs und der Verbrauchsbelastung bei größeren im Gegensatz zu kleinen Einkommen. (Kritische Betrachtungen über Vergleichsversuche und Vergleichsmöglichkeiten.), Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft 66, 1910, S. 462-493, hier 491).

29 Ihr Verkaufswert lag 1930 jedoch bei immerhin knapp 44 Mio. RM (Jahrbuch, 1931, a.a.O. (wie Anm. 12), S. 360).

-entgelten der Beschäftigten, sondern auch über die Menge der produzierten Waren und der hierdurch erzielten Erlöse.<sup>30</sup> Neben aussagefähige Statistiken treten dabei eine Vielzahl von Abbildungen, die die Arbeitsabläufe plastisch werden lassen. Zugleich zeigen die Berichte zumindest für Brot und Backwaren bzw. Fleisch und Fleischwaren auch die Grenzen maschiner Nahrungsmittelproduktion auf. Die deutlich erkennbaren Ausweiterungen und Spezialisierungen der Produktpalette berühren hier auch Grundfragen nach der Machtbeziehung zwischen Produktion und Konsumtion.

Der besondere Stolz der Konsumvereine war die eigene Backwarenproduktion. Hohe Investitionsleistungen flossen in diesen Bereich, der nach neuesten technologischen Gesichtspunkten kontinuierlich ausgebaut wurde. Schließlich bot sich die genossenschaftliche Großfabrikation für die Herstellung des wichtigsten Volksnahrungsmittels geradezu an. Bemerkenswert sind insbesondere die frühen detaillierten technischen Beschreibungen:

'Im Erdgeschoß sind 12 Doppeldampfbacköfen mit ausziehbaren Herden, ferner eine große ca. 18 Zentner und eine kleine ca. 8 Zentner Teig fassende Teigknetmaschine, dazu gehören 2 Wassermisch- und -Meßapparate mit Thermometer. Dazu kommen noch eine große Teigteilmaschine - die erste in Deutschland - für 3 Pfundleibe und eine kleine Teigknetmaschine für achtteiliges Frühstücksbrot (unter dem Namen »Blechwecken« bekannt)... Weiter sind 2 Maschinen zum Teilen des zu den sogenannten Blechwecken bestimmten Teiges vorhanden. Ist der Teig durchgeknetet worden, was etwa 1/4 Stunde erfordert, so kommt er aus den sich selbst entleerenden Knetmaschinen in sogenannte Gärwagen, um später, in Körbchen oder Blechkapseln gesetzt, in die Backöfen gebracht zu werden. In ca. 50 Minuten kann das fertige Brot aus denselben geholt werden.'<sup>31</sup>

Die erwähnten Blechwecken waren jedoch nur ein Bestandteil des sich verbreiternden Backwarenangebots des Stuttgarter Vereins. Die technischen Möglichkeiten, aber auch der Geschmackswandel der Konsumenten

30 Welchen Erkenntnisfortschritt derartige Daten bergen, wird deutlich, wenn man sich vergegenwärtigt, daß das z.Zt. beste Buch zur Bäckereitechnik (FREUND, Walter: Technologieentwicklung und Qualifikation im Bäckerhandwerk seit Ausgang des 18. Jahrhunderts. Ein Vergleich von Standardwerken und Schulbüchern, Hildesheim/Zürich/New York 1986) auf der Analyse von Lehrbüchern basiert, also auf dominant normativen Quellen.

31 Denkschrift zum Vierzigjährigen Bestehen des Spar- & Consumvereins Stuttgart 1864-1904. Mit acht Anlagen und dem Rechenschaftsbericht für das vierzigste Geschäftsjahr, Stuttgart 1905, S. 26-27.

schlügen sich gleich den Veränderungen von Haushaltslagen und -strukturen in der Gestaltung und Ausprägung des Backwarenangebots nieder. So standen auf der Produktliste der Bäckerei im 14. Geschäftsjahr 1878 lediglich 4 Brotsorten, nämlich Weißbrot, ein langes und ein rundes Roggenbrot und ein Hausbrot. Seit 1882 wurde dann ein Halbweißbrot, ab 1888 ein Frühstücksbrot in Laibform und seit 1900 die schon erwähnten Blechwecken zusätzlich produziert.<sup>32</sup> Bis zum Kriegsausbruch sollten diese sieben Brotsorten 1905 durch Schwarzbrot und Zwieback<sup>33</sup>, 1908 durch ein Kraftbrot, ein Anisbrot, 'das zur Weihnachtszeit hergestellte Früchtebrot'<sup>34</sup>, ab 1909 durch ein 'auf die Festtage hergestelltes Gebäck 'Butterkuchen'<sup>35</sup> und seit 1912 noch durch ein Steinmetzbrot<sup>36</sup> ergänzt werden. Diese Angebotsvielfalt wurde durch den Krieg jäh unterbrochen, schließlich konnte nurmehr eine Sorte Schwarzbrot gebacken werden. Nach Kriegsende, v.a. seit 1923 wurde das Sortiment dann ständig weiter vertieft. Neue Brotsorten, wie Pfund-, Kaffee-, Korn- und Bauernbrot sowie Hörnchen kamen auf.<sup>37</sup> 'Die Geschmacksrichtung hat sich gegen die Friedenszeit vollkommen verschoben. Schwarzbrot wird allgemein vermieden, dagegen hat der Verbrauch an Konditoreiwaren einen ungeahnten Aufschwung genommen. Unsere Spezialitäten fanden solch reißenden Absatz, daß zeitweise ihre Herstellung den Bedarf nicht befriedigte.'<sup>38</sup> Schon 1924/25 führte der Spar- und Konsumverein vierundzwanzig verschiedene süße Leckereien, doch auch damit konnte die explodierende Nachfrage nicht befriedigt werden. Allein das Konditoreiwarenangebot wies 1929 dreißig verschiedene Artikel auf (Abb. 8 auf Seite 106). Diese eklatante Nachfrageverschiebung erklärten die Genossenschafter dadurch, daß sich die Frauen die 'umständliche Selbstherstellung von Backkondito-

32 Ebd., S. 15.

33 Vgl. Spar- & Consum-Verein Stuttgart. Rechenschafts-Bericht des Aufsichtsrats für das 41. Geschäftsjahr 1905, Stuttgart o.J. [1906], S. 12.

34 Spar- & Consum-Verein Stuttgart. Rechenschafts-Bericht des Aufsichtsrats für das 44. Geschäftsjahr 1908, Stuttgart o.J. [1909], S. 6. Vgl. ebd., S. 12.

35 Spar- & Consum-Verein Stuttgart. Rechenschafts-Bericht des Vorstandes und Aufsichtsrats für das 45. Geschäftsjahr 1909, Stuttgart o.J. [1910], S. 6. Vgl. auch ebd., S. 12.

36 Vgl. Spar- und Consum-Verein Stuttgart. Jahres-Bericht des Vorstandes und Aufsichtsrats für das 48. Geschäftsjahr 1912, Stuttgart o.J. [1913], S. 11.

37 Vgl. Bericht, 1926, a.a.O. (wie Anm. 23), S. 25.

38 Spar- und Konsum-Verein Stuttgart. Jahresbericht über das 59. Geschäftsjahr 1923, Stuttgart o.J. [1924], S. 6.

reien' mehr und mehr abgewöhnt hätten.<sup>39</sup> Zugleich aber waren sie davon überzeugt, 'daß keine Hausfrau in der Lage ist, die Erzeugnisse in besserer Qualität selbst herzustellen, auf keinen Fall aber billiger'.<sup>40</sup>

Abb. 8: Konditoreiwarenangebot im Stuttgarter Konsumverein 1929<sup>41</sup>

	1929	1928		1929	1928
Anisplätzle . . . . .	983 kg	1198	Wiener Stollen . . .	784 Stück	—
Zwieback . . . . .	124 155 Paket	124 428	Löfelsbiskuit . . .	240 kg	—
Magenbrot . . . . .	2033 kg	2222	Rhabarberkrapfen .	4043 Stück	—
Albert-Biskuit . . . .	8363 Paket	8563	Merinen . . . .	4400	—
Anisbröt . . . . .	14 050	15 019	Russen-Brezeln .	3311	—
Nußring . . . . .	33 135 Stück	36 760	Rahn . . . . .	361 1/4 Lit.	—
Streußelkuchen . . . .	32 252	34 308	Eis . . . . .	136,6 kg	—
Hefenkränze . . . . .	25 752	27 251	Herzlebkuchen . .	10 151 Stück	9 212
Gugelhöpfe . . . . .	9 694	10 961	Basler Lebkuchen .	71 045	72 565
Hefenzöpfe . . . . .	40 490	42 934	Kokosmakronen . .	1 814 kg	1 709
Butterkuchen . . . . .	42 001	44 862	Springerle . . . .	2 750	2 994,5
Torten . . . . .	12 002	12 331	Zimtsterne . . . .	124 200 Stück	90 570
Kleine Torten . . . .	5 343	6 084	Haselnußmakronen	1 652 kg	3 591
Bienenstiche . . . . .	4 607	4 710	Ausstecherle . . . .	1 026	760,3
Kuchen (Obst) . . . .	11 236	8 165	Früchtenbrot . . . .	13 442 Stück	15 098
Zwiebelkuchen . . . . .			Große Nikolaus . .	586	1 006
Schneckenudeln . . .	229 065	252 908	Kleine Nikolaus . .	4 722	4 912
Fastnachtsküchle . . .	165 002	173 029	Hänsel und Gretel .	5 835	6 739
Berliner Pfannkuch .	32 853	27 964	Pomeranzenbrötchen	123 kg	—
Biskuitörtchen . . . .	141 520	144 077	Straßburger Konfekt .	637	889
Teebrot . . . . .	5 883	6 500	Schokoladehasen .	510	655
Kokosschnitten . . . .	14 037	13 480	Karamellhasen . .	2 423	—
Punschschnitten . . .	32 985	36 632	Rahmhasen . . . .	3 558	2 655
Kümmelküchle . . . . .	190 332	234 714	Bonbons . . . . .	28 678	30 166
Große Brezeln . . . .	2 439	2 455	Suppenstielnusse .	1 564	1 433
Dampfnudeln . . . . .	403 163	254 089	Gemahlenes Brot .	8 419	5 528
Stollen . . . . .	1 542	1 821			

Wichtiger noch sind die Informationen, die für die Geschichte des Lebensmitteleinzelhandels aus Konsumvereinsberichten gewonnen werden können. Das hängt nicht nur damit zusammen, daß der Marktanteil der Konsumvereine mit knapp 10% 1930 hier höher lag als etwa bei der Backwarenfabrikation (1930 ca. 7%). Vielmehr handelt es sich beim Lebensmittelhandel wie auch beim Einzelhandel insgesamt um vergleichsweise unbekannte historische Größen, deren Bedeutung für die Industrialisierung insgesamt nicht hinreichend gewichtet wird.<sup>42</sup> Die Konsumvereinsberichte

39 Bericht über das 62. Geschäftsjahr 1926 des Spar- u. Consum-Vereins Stuttgart, Stuttgart 1927, S. 22.

40 Spar- und Konsum-Verein Stuttgart. Bericht über das 63. Geschäftsjahr 1927, Stuttgart 1928, S. 22.

41 Bericht über das 65. Geschäftsjahr 1929 des Spar- u. Consum-Verein Stuttgart, Stuttgart 1930, S. 15.

42 Uwe Spiekermann arbeitet gegenwärtig an einer Dissertation zur Geschichte des

können dank ihrer seriellen Grundstruktur das sich tiefgreifend ändernde Leistungsprofil adäquat spiegeln. Abbildungen zeigen häufig sowohl das äußere Erscheinungsbild der Verteilstellen als auch die sich grundlegend verändernden Inneneinrichtungen. Wenn auch die Werbung der Konsumvereine einen Fremdkörper in der allgemeinen Kommerzialisierung bildete, lässt sich der Gestaltwandel der Einzelhandelsgeschäfte gerade an diesem Beispiel aufarbeiten, entwickelten sich die Verteilstellen doch von unscheinbaren Räumen in Seitenstraßen hin zu großzügig ausgestatteten, repräsentativen Läden in den Hauptverkehrsstraßen.

Die Bilanzen verdeutlichen die hier einfließenden Investitionen. Die Kostenstrukturen und Kalkulationsgrundlagen der Lebensmittelversorgung werden ebenso nachvollziehbar wie die Arbeitsteilung zwischen Groß- und Einzelhandelsbereichen. Auch die Lagerhaltung und Bestandssicherung der Nahrung tritt hier in den Bannkreis praktischer Forschungstätigkeit. Da die Mehrzahl der Konsumvereinsberichte nach Läden und Monaten differenzierte Umsatzziffern enthält, ist es möglich, die starken, sich aber zunehmend abschwächenden Schwankungen im Lebensmittelumsatz aufzuzeigen und ferner die Beziehung zwischen räumlichem Standort und Umsatz nicht nur modellhaft, sondern auch empirisch zu erforschen. Indirekt lassen sich so Aussagen über Einkaufsgewohnheiten machen. Trotz der insgesamt vorhandenen Sonderstellung der Konsumgenossenschaften gibt es bis Ende der 1920er Jahre kaum Quellenmaterial, welches hinsichtlich Dichte, Dauer und Qualität mit den betriebswirtschaftlichen Daten der Konsumvereinsberichte vergleichbar wäre.

### 3.3 Entwicklung der Lebenshaltung

Während die bisher geschilderten Einsatzfelder relatives Neuland beschrieben, wurde früher schon vereinzelt versucht, die allgemeine Entwicklung der Lebenshaltung auf Basis der Konsumvereinsdaten darzustellen. Seit Anfang der 1890er Jahre dienten sie unterschiedlichen Interessengruppen zum Beleg ihrer jeweils eigenen Einschätzungen der Lage der Arbeiter.<sup>43</sup> Die Konsumgenossenschaften ließen sich auf diese Tagesgeschäfte nicht

---

Kleinhandels im Kaiserreich.

43 Vgl. etwa KUHNA, [Stanislaus]: Die Ernährungsverhältnisse der industriellen Arbeiterbewegung in Oberschlesien. In amtlichem Auftrage ausgearbeitet im Winter 1891/92, Leipzig 1894, S. 112 sowie Anlage 6.

ein, verwiesen vielmehr auf 'die Tatsache, daß man die an sich lehrreichen Umsatzzahlen der Konsumvereine nur mit äußerster Vorsicht zu volkswirtschaftlichen Beweisführungen der oben erwähnten Art benutzen darf.'<sup>44</sup> Diese Skepsis war nach der Jahrhundertwende auch Gemeingut der Nationalökonomie, ohne daß diese jedoch den Informationsgehalt der Geschäftsberichte jemals analytisch eingesetzt hatte.<sup>45</sup>

Das änderte sich in der Weimarer Republik, als das Institut für Konjunkturforschung die aggregierten Umsatzzahlen pro Mitglied als Hilfsmittel zur Konjunkturanalyse nutzte.<sup>46</sup> Angesichts der großen Zahl nichtkaufender Mitglieder, von denen zwischen 1924 und 1931 1,6 Mio. allein aus dem Zentralverband ausgeschlossen wurden, wurde dadurch aber die konjunkturelle Aufwärtsentwicklung durchweg überschätzt. Obwohl sich die genossenschaftlichen Spalten strikt gegen derartige Mißbräuche ihrer Statistik wandten, wurde sie erst 1933 aufgegeben, nachdem die Konsumvereine schon 1932 ihre wöchentliche Umsatzberichterstattung eingestellt hatten.<sup>47</sup>

Trotz der vielfältigen Probleme des Datenmaterials ist der Purismus der Konsumgenossenschaften gegenüber ihren eigenen Daten insgesamt überraschend. Während die Preisdaten der Schweizer Konsumvereine schon seit der Vorkriegszeit das wesentliche Datenmaterial für die amtliche Preis- und Lebenshaltungsstatistik lieferten, errechnete der deutsche Zentralverband erst seit Januar 1931 einen konsumgenossenschaftlichen Ernährungsindex, der bis 1926 zurückverfolgt werden konnte.<sup>48</sup> Seine Daten sind nicht nur Ausdruck der weitverbreiteten Kritik an den

44 Inwieweit lassen sich aus der Warenumsatzstatistik der Konsumvereine auf die gehobene oder verschlechterte Lebenshaltung der Mitglieder Schlüsse ziehen?, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 8, 1911, S. 301-302, hier 302.

45 Vgl. KRUEGER, 1910, a.a.O. (wie Anm. 29), S. 488-489.

46 Zur Methodik vgl. Die Umsätze, Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung 1, 1926/27, H. 1, S. 19-29, v.a. 24-25.

47 Zur Kritik s. Irreführende Statistik über die Konsumgenossenschaften, Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 30,1, 1932, S. 230-231. Auch die Forschungsstelle für den Handel nutzte diese Daten.

48 Zur Schweiz s. LORENZ, J[acob]: Die Detailpreise der schweiz. Konsumvereine 1912-1918. I.A. d. Verwaltungskommission des V.S.K. Basel bearb. in der Schweiz. Liga zur Verbilligung der Lebenshaltung, Basel 1919. Zum deutschen Alternativindex vgl. KLEPZIG, Vollrath: Ein konsumgenossenschaftlicher Ernährungsindex, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 28, 1931, S. 138-139 bzw. DERS.: Der Ernährungsindex der Konsumgenossenschaften, ebd., S. 592-593.

Erhebungsmodalitäten der amtlichen Lebenshaltungsstatistik, sondern er zeigt zugleich, daß die Preisentwicklung für Konsumvereinsmitglieder zwischen 1927 und Mitte 1930 um bis zu vier Prozentpunkte günstiger war als das von der amtlichen Statistik suggerierte Bild einer durchschnittlichen Arbeiterfamilie. Kann man daraus auf eine leicht bessere Reallohnposition der organisierten gewerblichen Arbeiterschaft schließen, so zeigt die Annäherung und spätere Deckungsgleichheit beider Datenreihen einen noch stärkeren Einschnitt durch die Weltwirtschaftskrise.

Die Daten der Konsumvereinsberichte enthalten jedoch nur selten umfangreiche Preislisten der eigenen Waren. Sie erschienen vorwiegend vor der Jahrhundertwende, wurden damals als Werbemittel eingesetzt. Nur an wenigen Orten lassen sich daher Unterschiede zur amtlichen Preisstatistik ermitteln, sieht man einmal von den meist vorhandenen Preisen für Backwaren ab. Trotzdem sind mit Hilfe der Informationen über die Mitgliederentwicklung und der Umsatzziffern vorsichtige Trendaussagen über Verbesserungen und Verschlechterungen der Lebenshaltung vor Ort möglich. Nützlich sind ferner die Lohnangaben der Beschäftigten der Konsumvereine, gerade weil sie durchweg überdurchschnittliche Verhältnisse zum Ausdruck bringen.

Neben den üblichen Preis- und Lohndaten bieten die Konsumdaten wertvolle Indizien für Veränderungen der Lebenshaltung. So führen Reallohnverluste nicht nur zu einer durchschnittlichen Verschlechterung der Warenqualität, vielmehr werden auch in breitem Umfang andere Produkte konsumiert. Genußmittel und hochwertige Fett- und Eiweißträger sind sensible Indikatoren für Veränderungen der Lebenshaltung.<sup>49</sup> Ihr Einsatzzeitraum liegt allerdings besonders im kurz- und mittelfristigen Bereich, während bei längeren Vergleichen allgemeine Konsumtrends stärkeres Gewicht erlangen. Konsumvereinsberichte können demnach begrenztes Datenmaterial zur Lebenshaltung bieten, wobei ihre Aussagekraft örtlich sehr unterschiedlich ist. Die besonderen methodischen Probleme bei der adäquaten Einschätzung derartiger Veränderungen verweisen zugleich auf die strukturellen Grenzen und Probleme dieser neuen Quelle der Ernährungsgeschichte.

49 Vgl. ACHNER, Leonhard: Verbrauchsverschiebungen durch Lohnabbau. Unter besonderer Berücksichtigung des Ernährungsbedarfs, Zeitschrift für Volksernährung und Diätkost 6, 1931, S. 265-269.

#### 4. Probleme und Grenzen der Arbeit mit Konsumvereinsberichten

Die Arbeit mit Konsumvereinsberichten birgt allen beschriebenen Vorteilen zum Trotz einige nur schwer überwindbare Probleme. Man kann zwischen quellenexternen und -internen Faktoren unterscheiden.

Der soziale Schwerpunkt der Konsumvereinsberichte verweist eindeutig auf die gewerbliche Arbeitnehmerschaft, auch wenn einzelne Beamtenkonsumvereine den Vergleich mit anderen sozialen Schichten ermöglichen. Trotzdem wäre es verfehlt, die Daten der Konsumvereinsberichte als reine Daten über die gewerbliche Arbeiterschaft einzuschätzen. Das zu meist verbleibende Viertel von Nichtarbeitern zeigt vielmehr, daß es sich nicht um eine sozial geschlossene Gruppe von Konsumenten handelt, daß also eindeutige soziale Differenzierungen nur in Ausnahmen möglich sind. Damit reflektiert die Quelle aber zugleich stärker die historische Realität, die die klare Segmentierung und innere Homogenität einzelner Klassen und Gruppen nur selten aufwies. Die zur Interpretation der Daten notwendige Vorsicht ist daher nicht nur störendes Element einer auf Eindeutigkeit ziellenden Analyse, sondern verweist auch auf die gerade für den Konsumenten zunehmend typische Überlagerung von Erwerbs- bzw. Klassenlage durch einen mehr und mehr wählenden Lebens- und Konsumstil.<sup>50</sup>

Der soziale Schwerpunkt impliziert zugleich eine regionale Streuung: Gewerbliche Zentren und industrialisierte Regionen wiesen durchschnittlich bedeutsamere Vereine auf, während die Genossenschaften im ländlichen Raum geringeren Einfluß hatten. Sachsen, das Ruhrgebiet, die Rhein-Main-Schiene waren ebenso wie die Großstädte Hamburg, Berlin, Hannover, Breslau, München und Nürnberg Zentren der Konsumgenossenschaftsbewegung. Die hierin zum Ausdruck kommende Konzentration auf die Konsumzentren des deutschen Reiches erschwert Aussagen auf einer repräsentativen nationalen Ebene, bietet aber für die entwickelten Problemstellungen bei weitem ausreichendes Quellenmaterial.

Dieses muß jedoch zumeist mühsam beschafft werden, denn die Konsumvereinsberichte gehören zur sogenannten grauen Literatur. Sie sind nicht nur bibliographisch schwer nachzuweisen, sondern auch nur selten

---

50 Vgl. MOOSER, Josef: Auflösung der proletarischen Milieus. Klassenbindung und Individualisierung in der Arbeiterschaft vom Kaiserreich bis in die Bundesrepublik Deutschland, Soziale Welt 34, 1983, S. 270-306.

systematisch von Bibliotheken gesammelt worden. Selbst die Gewerkschafts- und Genossenschaftsbibliotheken und -archive weisen keinen einheitlichen Bestand auf. Die größten Erfolge erzielt man vor Ort in den ansässigen Bibliotheken, aber auch in den Archiven, die die Bestände der Konsumvereine als Vereinsakten aufzunehmen pflegen.

Hat man derartige externe Schwierigkeiten bewältigt, folgen unmittelbar die internen. Die Konsumvereinsberichte liefern nämlich vielfach ein aller strukturellen Gleichheit zum Trotz heterogenes und nur schwer systematisierbares Datenmaterial. So erscheinen Warenumsatzlisten oftmals unregelmäßig, variiert die Zusammensetzung der aufgeführten Waren, die sich zudem noch hinsichtlich ihrer Maßeinheiten und Verkaufsformen unterscheidet. Hier hilft dann nur der Blick in die genossenschaftliche Fach- und Werbeliteratur, etwa spezifische Warenkunden bzw. konsumgenossenschaftlicher Publikumszeitschriften.<sup>51</sup> Nur so ist die für einen exakten Vergleich notwendige Inhaltsmenge eines Paketes Ersatzkaffees zu erfahren, nur so können die uns vielfach nicht mehr bekannten Produkte Gagga, echter Feigenkaffee und Patience Kamerun oder Markenartikel wie Quäker-Oats eindeutig identifiziert werden. Trotzdem bleibt das Problem, Qualitätsunterschiede einzelner Produkte korrekt zu bewerten. Worin unterscheiden sich Vitello, Sanella, Blauband und GEG-Magarine, worin Kakao I., II. oder III. Qualität? Vielfach muß man daher die Einzelprodukte zu vergleichbaren Großgruppen zusammenführen, die aber immer noch tiefer differenzieren als andere Quellen des privaten Konsums.

Schwieriger noch als die aussagefähige Waren systematik ist die dahinterstehende Frage nach dem realen Verbrauch. Die Mitgliederstatistik gibt keine Auskunft über die real mit Konsumvereinswaren versorgten Personen. Hier muß man stets mit durchschnittlichen, d.h. fehlerbehafteten Familiengrößen arbeiten. Ferner zeigt der Vergleich der aus Haushaltsrechnungen zu ermittelnden Gesamtausgaben für Nahrungsmittel und des

51 Z.B. KLEIN, Fritz (Hg.): Konsumgenossenschaftliches Warenbuch, Köln 1930; SCHWEIKERT, R[obert]: Warenkunde für Konsumgenossenschaften mit einem Anhang über Warenverteilung, Warenlagerung und -behandlung, 3. verb. u. verm. Aufl., Hamburg 1930; SEIFERT, Adolf: Warenkunde für Konsumgenossenschaften mit einem Anhang über Warenverteilung, Warenlagerung und -behandlung, Hamburg 1912.

durchschnittlichen Einkaufsbetrages pro Mitglied eine deutliche Diskrepanz. Obwohl die Genossenschaftsleitungen stets appellierten, den ganzen Einkauf in der Verteilstelle zu tätigen, kauften die Frauen auch weiterhin in konkurrierenden Einzelhandelsläden. Bei den im Konsumverein unterrepräsentierten Lebensmitteln lag dies auf der Hand, zugleich aber zogen Teile der Mitgliedschaft bestimmte Waren der Konkurrenz den Eigenprodukten vor. Hierbei muß immer bedacht werden, daß das Kaufen im Konsum vielfach mit Mühe und Aufwand verbunden war, denn zumindest anfangs war das Verteilstellennetz noch nicht so dicht geknüpft. Der Zwang zur Barzahlung ließ manch einen knapp bemessenen Haushalt auch beim borgenden Krämer um die Ecke einkaufen.

Diese Probleme sollten jedoch ebenso wie die offenbar lückenhafte Überlieferung nicht dazu führen, daß Ernährungsgeschichte wie allgemeine Historie die Konsumvereinsberichte weiterhin unberücksichtigt lassen. Es macht den Eindruck, daß diese Quelle in ihren Aussagemöglichkeiten selbst für die Geschichte der Genossenschaftsbewegung bisher schlichtweg noch nicht entdeckt wurde. Daher hoffen wir, mit diesen Ausführungen eine fruchtbare Quelle für die historische Forschung erschlossen zu haben.