

Konsum-
Genossenschaft
und GEG in
Mannheim

KONSUM



Hinein
in den
KONSUM
VEREIN!

Inhalt

Vorwort	5
7	Mehrere kleine Kräfte vereint bilden eine große Eine Einleitung
Eine kurze Geschichte des Konsumvereins und der GEG in Mannheim	10
19	Wie aber ein neuer Gedanke sich Bahn bricht ... Die genossenschaftliche Idee und ihre Verbreitung
Geburtsstätte des Konsumvereins Die Mannheimer „Volksstimme“	26
29	Vereinzelt sind wir nichts, geschlossen eine Macht Genossenschaftliches Leben und Erleben
Mein Leben als Kind der genossenschaftlichen Familie Interview mit Marie-Luise Hitzhuber	38
40	„G’esse wird immer“ Arbeiten im Verkauf vor 50 Jahren Interview mit Hildegard Barth, Roswitha Alles und Willi Weber
Wenn aus Lebensmitteln Politik wird Förderer und Widersacher im Kaiserreich und in der Weimarer Republik	45
52	Die Bankgeschäfte der GEG – und die Pfennigsparkassen der Konsumvereine
Ideologie und Ökonomie Der Konsumverein zwischen nationalsozialistischer Gleichschaltung und demokratischer, marktwirtschaftlicher Integration	53
65	Das Tempo unserer Zeit kennt keine Pause Der Konkurrenzkampf mit dem Einzelhandel
Von der eG zur AG Eine Umwandlung mit Konsequenzen für die Mannheimer Konsumgenossenschaft	73

Schließung auf Raten	74
Die GEG-Burg von 1957 bis 1996	
Interview mit dem ehemaligen Geschäftsführer der Parkmühle, Peter Voermann	
Absacker, Müller und Betriebsrat	79
Interview mit Bertold Neumann	
Ein Netz von Konsumläden.	92
Kundennähe im Viertel	
„Die GEG-Stadt“	93
– als eigene Architekturbüro der GEG stellt die genossenschaftliche Stadt vor	
Zwischen Bildung und Propaganda	96
– Veröffentlichungen als Quelle des genossenschaftlichen Wissens	
„Die Marken bitte!“	98
– Umsatz und „Rabatt“-Marken	
Das neue GEG-Logo mit Variationen	100
Die Bündelung ökonomischer und sozialer Interessen	102
Ein Fazit	
Glossar – Literatur und Quellen – Bildquellen	105
	108
	109
	110
	112
	114
	119
	74
	79
	92
	93
	94
	96
	98
	100
	102
	105
	108
	109
	110
	112
	114
	119



Die Fahne der internationalen Genossenschaftsbewegung hat seit 1925 die Regenbogenfarben. Noch heute benutzt der Internationale Genossenschaftsbund (ICA, International Co-operative Alliance) die sieben Farben in seinem Symbol. Die Illustration links stammt aus dem „Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt“ von Anfang Juli 1931.

Die Form und Farben des Regenbogens dienen in vielen Kulturen als Zeichen der Toleranz, Vielfaltigkeit und der Hoffnung. Heute sind sie in jeweils leichten Variationen als Fahne aus der PACE-Bewegung, von Greenpeace und der Schwulen- und Lesbenbewegung bekannt. Dass sie einst die Fahnen und Farben der Konsumgenossenschaft waren, ist in Vergessenheit geraten. Auf vielen Schwarz-Weiß-Fotos der Nachkriegszeit sind die eigentlich bunten Fahnen der Genossenschaft zu erkennen. Das Foto zeigt den fahnen geschmückten Eingang zur Zentrale aus dem Jahr 1953 anlässlich des 80. Jahrestages der Ludwigshafener Konsum-Genossenschaft. Die bunten Fahnen müssen in der Tristesse der Ruinen eine wahre Augenweide gewesen sein.



Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Was für eine Entwicklung: Jahrzehntlang führten Genossenschaften eher ein Schattendasein. Solidarität, Gemeinwirtschaft, Fürsorge, Nachhaltigkeit verkamen zu Begriffen aus der Mottenkiste. Maximaler Profit hieß das Zauberwort. Dann kamen die Krisen, die Finanz-, Wirtschafts- und Gesellschaftskrisen und auf einmal entdeckte man den Wert der Genossenschaften wieder, die diese Krisen einigermaßen heil überstanden.

Stromgenossenschaften, Baugenossenschaften, genossenschaftlich geführte Läden auf dem Land und, und, und. Überall sprießen sie aus dem Boden.

Der Verein Rhein-Neckar-Industriekultur wirft einen Blick auf Entstehung und Geschichte der Genossenschaften und zwar am Beispiel der Konsumgenossenschaft in Mannheim. Weithin sichtbar steht im Industriehafen der mächtige Komplex der ehemaligen GEG, der Grosseinkaufsgesellschaft Deutscher Consumvereine. Hier wurden Nudeln, Kaffee und Mehl produziert. Zu angemessenen Preisen und überprüfbar guter Qualität, verkauft nicht nur in zahlreichen Konsum-Filialen im Rhein-Neckar-Raum, sondern in ganz Deutschland.

Der Verein Rhein-Neckar-Industriekultur konnte Prof. Dr. Katja Patzel-Mattern vom Historischen Seminar der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg von der Idee für ein Buch begeistern. In einem Seminar wurde das Thema der Konsumgenossenschaften ausgearbeitet und formuliert. Vor Ihnen liegen die Arbeiten der Studentinnen und Studenten, die sich mit großem Eifer in die Materie stürzten. Dafür gebührt ihnen besonderer Dank.

Dank auch an das ZdK Hamburg, die Spedition Wetlog, die Mannheimer GBG (Gemeinnützige Baugesellschaft) als auch die Gartenstadt Genossenschaft für ihre finanzielle Unterstützung beim Zustandekommen des Projekts. Dank allen anderen, die am Entstehen

des Buches beteiligt waren, vor allem Barbara Ritter und Hilde Seibert.

Für manche Leserinnen und Leser werden Erinnerungen wach, wenn sie vom Konsum lesen – mit der Betonung auf der ersten Silbe. Viel Vergnügen bei der Lektüre über eine Bewegung, die heute wieder so modern ist.

Veit Lennartz
Verein Rhein-Neckar-Industriekultur e.V.
Mannheim, im Frühjahr 2013

Die AutorInnen vom Historischen Seminar der Universität Heidelberg



Mehrere kleine Kräfte vereint bilden eine große

Eine Einleitung

„Genossenschaften zeigen der internationalen Gemeinschaft, dass Wirtschaftlichkeit und soziale Verantwortung miteinander verbunden werden können.“ Mit diesen Worten begründet Baan Ki Moon, warum 2012 das Internationale Jahr der Genossenschaften war. Der Generalsekretär der Vereinten Nationen benennt mit Wirtschaftlichkeit und sozialer Verantwortung zwei Grundprinzipien, die die Genossenschaftsbewegung seit ihren Anfängen im 19. Jahrhundert prägen. Wirtschaftlichkeit zielt seit dieser Zeit darauf, ökonomische Ressourcen zu bündeln. Menschen schließen sich zusammen und wirtschaften gemeinsam. So können sie sich besser am Markt behaupten. Ziel ist es, nicht nur den Profit des Einzelnen zu mehren. Vielmehr soll Wohlfahrt für alle Mitglieder der Genossenschaft erreicht werden. Damit ist bereits angedeutet, welche Vorstellung von sozialer Verantwortung Genossenschaften haben. Sie streben, auch das seit mehr als 150 Jahren, nach Selbsthilfe vor Ort. Missstände – in historischer Zeit waren es meist soziale, heute treten vermehrt ökologische hinzu – werden durch die Betroffenen selbst bekämpft. Alle, die sich für die Sache einsetzen möchten, ziehen an einem Strang – unabhängig von Herkunft, Konfession, Bildung oder anderen Merkmalen. Hermann Schultze-Delitzsch, einer der Begründer des Genossenschaftswesens in Deutschland, fasst diesen Grundsatz 1909 in die Worte: „Mehrere kleine Kräfte vereint bilden eine große“.

„Grabe, wo du stehst“:

Genossenschaftsgeschichte in Mannheim

Diese Erfahrung machten auch acht Studierende der Geschichtswissenschaft an der Universität Heidelberg: Reimar Belschner, Hannah Darnstädt, Christoph Feil, Anna Frahm, Sarah Anna Götz, Andreas Greiner, Timo Holste und Beate Matthes. Gemeinsam mit ihrer Dozentin Katja Patzel-Mattern, Professorin für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, hatten sie eine Idee: Im Internationalen Jahr der Genossenschaften wollen sie im Rahmen einer Lehrveranstaltung die Geschichte der Genossenschaften in ihrer Umgebung erforschen. Dank Barbara Ritter und Hilde Seibert von Rhein-Neckar-Industriekultur

e.V. ist rasch der passende Untersuchungsgegenstand gefunden: der Konsumverein und die Großeinkaufsgesellschaft (GEG) in Mannheim. Diese beiden Institutionen prägen bis in die 1980er Jahre die Stadt, sichern die Versorgung der Bevölkerung in schlechten Zeiten und steigern die Qualität des Angebots in guten. Und heute? Anders als andere Genossenschaften in Mannheim existieren Konsumverein und GEG heute nicht mehr. Ihre Geschichte droht vergessen zu werden.

Wie konnte es dazu kommen und welchen Weg gingen die beiden Institutionen bis dahin? Was motivierte die Menschen im 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts, sich zusammenzuschließen und gemeinsam zu wirtschaften? Welche Ideen und Ideale hatten sie, wie lebten sie diese? Wo fanden sie im Laufe der Zeit Unterstützer, wer stellte sich ihnen entgegen? Und welche Spuren hinterließen Konsumverein und GEG in der Stadt zwischen Rhein und Neckar?

Auf der Suche:

Wie aus einer Idee ein Buch wird

Die Studierenden machten sich auf die Suche. Sie forschten in Archiven und Bibliotheken, besichtigten genossenschaftliche Bauten und befragten Zeitzeugen. Innerhalb eines halben Jahres schrieben sie den größten Teil der Artikel des vorliegenden Buches. Dies war nur möglich, weil sie ihre Talente bündelten, ihr Wissen und viel Zeit teilten. Und weil andere mit Rat und Tat zur Seite standen: Rhein-Neckar-Industriekultur e.V. motivierte das Buchprojekt. Der Verein stellte Material und Insiderwissen zur Verfügung. Journalisten und Ausstellungsmacher begleiteten den Schreibprozess – namentlich Detlef Hintze, Veit Lennartz, Karin Schlott und Gerhard Zweckbronner.

In der Lehrveranstaltung wurden alle Arbeitsschritte besprochen und die Texte immer wieder redigiert. Wenn die Aufgaben einmal unlösbar schienen, konnten hier gemeinsam Lösungen gefunden werden. So gilt auch für ein historisches Projekt von heute in abge-

wandelter Form das, was Hermann Schulze-Delitzsch mit Blick auf die Genossenschaften bereits 1909 feststellte: Mehrere Kräfte vereint bilden die Grundlage für dieses Buch über den Konsumverein und die Großeinkaufsgenossenschaft in Mannheim.

Themen und Zeiten:

Eine Handreichung zum Buch

Das vorliegende Buch erzählt viele Geschichten. Sie alle verbindet die These, dass der Mannheimer Konsumverein und die GEG für fairen Handel innerhalb der städtischen Gesellschaft und der Region standen. Ihr Ziel war es, Konsumentinnen und Konsumenten aktiv an der Gestaltung ihrer Versorgung zu beteiligen. Auf diese Weise sollten sie die Qualität der gehandelten Waren kontrollieren und zugleich den gleichberechtigten Zugang aller Mitglieder zu den Produkten verbürgen. Dieses Anliegen ist, auch wenn die genossenschaftlichen Organisationen weltanschaulich neutral waren, ein politisches. Es zielt auf eigenverantwortliches Wirtschaften und gesellschaftlichen Ausgleich in einer hierarchisch organisierten Industriegesellschaft.

In dieser Perspektive vermitteln die Texte der Studierenden in ihrer Gesamtheit die Geschichte des Mannheimer Konsumvereins und der GEG. Sie untergliedern sich in fünf Themenbereiche. Diese berichten von den Ursprüngen der Konsumgenossenschaftlichen Idee und ihrer Verbreitung, erzählen vom Alltag der Genosschafterinnen und Genosschafter, schildern politische Auseinandersetzungen in Monarchie, Diktatur und Demokratien, behandeln die Konkurrenz mit dem Einzelhandel und stellen jene Orte vor, an denen Konsumverein und GEG in Mannheim wirkten. Texte über verschiedene Maßnahmen, mit denen Kunden gewonnen und gebunden wurden, sowie die Überlegungen von Barbara Ritter von Industriekultur Rhein-Neckar e.V. zu „Bildung und Propaganda“ runden das Buch ab. Auf diese Weise wird die Zeit von 1769, als der erste Konsumverein im englischen Fenwick gegründet wurde, bis heute dargestellt. Jeder Artikel ist eigenständig und in sich abgeschlossen. So können Leserinnen und Leser sich gezielt informieren: Sie entscheiden, welche Themen sie besonders interessieren.

Wer sich schnell einen Überblick über Konsumgenossenschaftliche Ereignisse verschaffen will, liest hingegen die „kurze Geschichte“. Sie vermittelt lexikalisches Wissen. Manche mögen es vielleicht lieber bunt: Ihnen seien die Zeitzeugeninterviews oder die kurzen

Schlaglichter empfohlen. Sie geben exemplarische Einblicke – beispielsweise in das Leben in der genossenschaftlichen Familie oder den „Alleinvertretungsanspruch“ der GEG in den 1950er Jahren. Sollten Begriffe oder Namen unklar sein, lohnt sich der Blick ins Glossar. Hier finden sich Erläuterungen. Und wer nach 117 Seiten noch mehr über das Thema wissen möchte, dem helfen die Literaturhinweise weiter. Sie verzeichnen historische Werke wie aktuelle Untersuchungen.

Geschichte mit Idee:

Zur Aktualität des Themas

Diese aktuellen Untersuchungen belegen ebenso wie das vorliegende Buch: Auch wenn die Konsumgenossenschaft und die GEG in Mannheim Geschichte sind, sind sie nicht von gestern. Gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Veränderungen, Misswirtschaft und die Bereicherung Einzelner haben zwar dazu beitragen, dass die einst erfolgreichen Institutionen in der Quadratestadt scheiterten. Die ihnen zugrunde liegenden genossenschaftlichen Ideen hingegen wirken auch noch im 21. Jahrhundert. Und sie prägen weltweit viele Bereiche der Wirtschaft: Handel und Produktion, Wohnungsbau, Bankenwesen, den Medienmarkt und zunehmend auch den Energiesektor. In all diesen Bereichen wirtschaften Genossenschaften heute erfolgreich. Sie bieten Menschen Arbeit und damit ein Auskommen und beteiligen sich so am Kampf gegen Armut. Zugleich erweisen sie sich als wirtschaftlich solide, wie deutsche Politikerinnen und Politiker angesichts der aktuellen Wirtschaftskrise immer wieder betonen. Dies mag wohl wesentlich in den genossenschaftlichen Prinzipien begründet sein, die Wirtschaftlichkeit nicht als Selbstzweck verstehen, sondern mit sozialer Verantwortung verbinden. Diese Haltung prägt den Charakter von Genossenschaften, so der bereits zitierte UNO-Generalsekretär Baan Ki-Moon: Sie sind in seinen Worten wertorientierte Unternehmen mit regionalen Wurzeln.

Katja Patzel-Mattern





Mehrere Industriebauten der GEG, ein großzügiger Konsumladen und der heimische Vorratsschank; Illustration aus dem Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt vom November 1931. Der Künstler ist (bisher) nicht bekannt.

Ohne verteuern den Umweg!
GEG-Erzeugnisse aus Euren
eigenen Fabriken über die
Verteilungsstelle in Euren
Haushalt. Was dadurch
erspart wird, kommt Euch
selbst zugute.

Eine kurze Geschichte des Konsumvereins und der GEG in Mannheim

Von Reimar Belschner und Beate L. Matthes

Zeitgeschehen

1866

1840: Bahnlinie MA-HD

Ab 1850 Übergang von Handwerksbetrieben und Manufakturen zur Industrie

1855: 25.000 Einwohner

1868: Mannheimer Akte (freie Rheinschifffahrt)

1875

1875: Gründung der SPD

Etablierung von Unternehmen wie: Vögele, Lanz, Benz, Bopp und Reuther, Bilfinger, Südzucker, Böhringer, Engelhorn, Hutchinson, Spiegelfabrik, Kauffmannmühle, Zellstoff, Ölmühle VDO, Sunlicht

1889: Wasserturm

1890: 79.000 Einwohner

1895: Baubeginn Industriehafen

Eingemeindungen u.a. Friesenheimer Insel, Sandhofen und Waldhof

Gemarkungsfläche verdreifacht

Mannheimer Konsumgeschichte

Erste Gründung 1866: Beherzter Anfang und schnelles Ende

1866 gründet sich in der noch bürgerlich geprägten Stadt Mannheim der erste Konsumverein.

Er geht aus der „Gesellschaft zur Beförderung gemeinnütziger Zwecke“ hervor und folgt sozialreformerischen Ideen. 1873 erreicht der Verein mit 562 Mitgliedern seine maximale Größe.

Zwei Jahre später, 1875, muss er wegen fehlender Mitglieder und finanzieller Schwierigkeiten bereits wieder Konkurs anmelden (mehr siehe Seite 65 ff.). Dennoch ist Mannheim nach Stuttgart wichtigstes Zentrum der Konsumgenossenschaftsbewegung in Süddeutschland: 1869 und 1872 werden hier die Verbandstage abgehalten. Auch die Gründung der „Einkaufs-Genossenschaft deutscher Konsumvereine“ im September 1869 erfolgt auf Mannheimer Initiative.



Verkaufsstelle Nr. 3 in der Schwetzinger Straße 92. Sie wurde 1901 eröffnet.

1900

Zeitgeschehen

1900: über 141.000 Einwohner

Eröffnung von Waren- und Bekleidungshäusern in der Innenstadt

1903: Rosengarten

1903 Verein für Volksbildung

Bis 1908: sieben große Getreide- und Schälmlmühlen in Mannheim

1910 Einführung des Führerscheins

1906

1907: Einweihung des Industriehafens im Rahmen des 300. Stadtjubiläums

Bis 1908: Otto Beck Oberbürgermeister

1910: Gartenvorstadt-Genossenschaft

1912: Hauptfeuerwache

Mannheimer Konsumgeschichte

Deutsches Kaiserreich: Rasche Expansion trotz Widerstand

Der zweite Mannheimer Konsumverein wird am 22. Dezember 1900 auf Initiative von Sozialdemokraten gegründet (mehr siehe Seite 45 ff.). Inzwischen ist Mannheim eine Industriestadt mit 140.000 Einwohnern. Bereits ein halbes Jahr nach seiner Gründung zählt der Konsumverein 688 Mitglieder. Am Ende des zweiten Geschäftsjahres, im Juni 1902, hat sich diese Zahl mit 1.542 mehr als verdoppelt, der Umsatz hat sich versechsfacht. Am 1. März 1901 wird der erste eigene Laden des Konsumvereins in der Alphornstraße eröffnet. Bis Ende des Jahres 1901 kommen noch vier weitere genossenschaftseigene Läden hinzu. 1904 nimmt eine Bierabfüllerei in der Böckstraße ihren Betrieb auf. Ein Jahr später folgt eine Sauerkrautschneiderei.

Seit 1901 befindet sich in Mannheim die Logistikzentrale der „Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Consumvereine“ (GEG) für den südwestdeutschen Raum. Sie beliefert die Verteilstellen mit genossenschaftlich produzierten Waren. 1910 übernimmt sie eine Zigarrenfabrik in Hockenheim. Zusammen mit dem Konsumverein nutzt die GEG bis 1903 Geschäfts- und Lagerräume in der Jungbuschstraße 21, dann zieht sie an den Binnenhafen um (mehr siehe Seite 100).

1906 kauft der Konsumverein ein 3.000m² großes Grundstück in der Industriestraße 6a im Industriehafen. In dem vom Architekten Wendelin Leonhardt entworfenen Bau werden Verwaltung und bestehende Produktionsanlagen zusammengeführt und um eine Limonadenfabrik erweitert.

1911 und 1912 kommen 1.545m² und eine Bäckerei sowie Kaffeerösterei hinzu. Am Vorabend des Ersten Weltkriegs verfügt der Konsumverein über 36 Verkaufsstellen und ist in Mannheim mit weit über 8.000 Mitgliedern etabliert. Mit weiteren genossenschaftlichen Organisationen prägt er die Stadt: So gestalten beispielsweise der „Spar- und Bauverein“ von 1895 und die „Gartenstadtgenossenschaft“ von 1910 den Mietwohnungsbau. Das „Getreidebureau“ kümmert sich ab 1901 um den Verkauf landwirtschaftlicher Güter und der 1881 gegründete „Ländliche Creditverein“ aus Seckenheim sowie die „Gewerbebank Mannheim“ aus dem Jahr 1900 wirken im Kreditsektor.



Die Konsum-Zentrale in der Industriestraße um 1907

1914

Zeitgeschehen

- 1914-18: Erster Weltkrieg
- 1918: erstmals allgemeines Wahlrecht auch für Frauen
- 1921: Großkraftwerk MA
- 1922: Städtische Krankenanstalten
- 1923-24: Besetzung der Häfen durch französische Truppen
- 1925: Ausstellung „Neue Sachlichkeit“ in der Kunsthalle
- 1926: Kommunale Gemeinnützige Bau-gesellschaft
- 1926: 250.000 Einwohner wegen vieler Eingemein-dungen
- 1926: Benz und Daimler fusionieren

Im Stil der Neuen Sachlichkeit: Großzügiger Konsum in der Weylstraße, Ende der 1920er Jahre.



Mannheimer Konsumgeschichte

**Erster Weltkrieg und Weimarer Republik:
Zeiten der Entbehrung und der Expansion**

In Zeiten großer Not, wie sie der Erste Weltkrieg von 1914 bis 1918 und die Jahre der Inflation bis 1923 mit sich brachten, sichert der Mannheimer Konsumverein die Lebensmittelversorgung für seine Mitglieder und deren Familien. Bis 1923 werden zudem Leistungen für Mitglieder erweitert, „Sterbegeld“ für Hinterbliebene sowie eine Kriegsfolgenunterstützung eingeführt. Zwischen 1910 und 1922 fusionieren die Mannheimer mit den Konsumvereinen in Schwetzingen, Hockenheim, Kirchheim, Edingen, Eppelheim, Wallstadt und Ilvesheim. Neue Verteilstellen werden eröffnet, darunter 14 in Heidelberg, Schriesheim und Wieblingen. 1925 liegt die Mitgliederzahl bei über 24.000 und der Umsatz übertrifft mit 5,6 Millionen RM das Vorkriegsniveau (mehr siehe Seite 45 ff. und 65 ff.).

1927

- 1927: Neckar gefahrlos schiffbar
- 1928: Hermann Heimerich erster soziodemokratischer Oberbürgermeister
- Hitler auf Kundgebung im Rosengarten

1927 beschließt die GEG den Bau einer Produktions- und Betriebsanlage in der Friesenheimer Straße 14, nachdem sie ihr Portfolio 1917 bereits um ein Weingut in der Pfalz erweitert hatte. Das Bauvorhaben auf dem 31.000m² großen Grundstück hat ein Investitionsvolumen von rund 16 Millionen Mark. 1929 werden eine Malzkaffee- und Zichorienfabrik eröffnet, 1931 folgen die Mühle und die Teigwarenfabrik (mehr siehe Seite 79 ff.). Angesichts der Weltwirtschaftskrise Ende der 1920er Jahre wird am 14. April 1930 die Umsatzsteuer für Konsumgenossenschaften per Reichsgesetz um 0,6 Prozentpunkte auf 1,35 Prozent erhöht. Zudem verunglimpft die immer stärker werdende NSDAP die Konsumvereine und ruft zu Boykottaktionen und Vereinsaustritten auf. Bis 1933 verlassen 3.300 Mitglieder den Mannheimer Verein.

Zeitgeschehen

Mannheimer Konsumgeschichte



Zeichnung von den
GEG-Produktionsbetrieben
am Industriehafen

1933

5. März 1933 Reichstagswahl
NSDAP: 35,5%

Boykottaktionen, Entlassungen und
Verfolgung politischer Gegner und
jüdischer Einwohner

1935: Reichsautobahn HD-MA-DA

9.11.1938: „Reichskristallnacht“
Pogromnacht

Bis 1939: Zwangsverkauf von 1.600
jüdischen Betrieben

1939-1945: Zweiter Weltkrieg

1940: Deportation von fast 2000
Jüdischen Einwohnern nach Gurs (F)

1942: Lechleiter-Widerstandsgruppe
entdeckt und hingerichtet

Nationalsozialismus: Ideologische Vereinnahmung

Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten am 30. Januar 1933 wird eine totalitäre Willkürherrschaft etabliert und die Mannheimer Konsumgenossenschaft wie viele andere Organisationen schrittweise gleichgeschaltet. Bereits 1933 erfolgt die zwangsweise Eingliederung in den neu geschaffenen nationalsozialistischen „Reichsbund der deutschen Verbrauchergenossenschaften“. Im gleichen Jahr wird das Gesetz über Preisnachlässe verabschiedet und damit die Rückvergütung auf 3,5 Prozent begrenzt. Ende April 1934 wird der Konsumverein in „Verbrauchergenossenschaft Mannheim“ umbenannt.

1935 ersetzt die „Deutsche Großeinkaufs-Gesellschaft mbH“ (Deugro) die alte genossenschaftliche Spitzenorganisation, den „Zentralverband der deutschen Konsumgenossenschaften“ (ZdK). Vier Jahre später, 1939, erklären die Nationalsozialisten die GEG-Niederlassung Mannheim zum nationalsozialistischen „Musterbetrieb“. Als solcher wird er 1941 unter die direkte Kontrolle des „Gemeinschaftswerks der Deutschen Arbeitsfront“ gestellt.

Zeitgeschehen

Mehr als 25.000 ausländische Zwangsarbeiter in Mannheimer Betrieben

1943: schwerste Luftangriffe, 6000 Gebäude zerstört. 25% der Bevölkerung obdachlos.

November 1944: Außenlager des KZ Struthof-Natzweiler (Elsass) in MA-Sandhofen mit 1060 Zwangsarbeitern für Benz

März 1945: Wehrmacht sprengt die Neckar- und Rheinbrücken

Mannheimer Konsumgeschichte

Die Verwaltungs- und Produktionsstätten sowie das liquide Vermögen wird eingezogen. Der Konsumverein Mannheim ist nun mit den anderen Genossenschaften der Region Teil des „Versorgungsring Nordbaden“ und in die Umsetzung nationalsozialistischer Expansions- und Vernichtungspolitik einbezogen (mehr siehe Seite 53 ff.). Die Mitgliederzahl des Konsumvereins verringert sich zwischen 1931 und 1949 um mehr als 40

Prozent von 26.890 auf 15.424 Mitglieder. Erst 1955 wird mit 26.916 Mitgliedern das Vorkriegsniveau wieder erreicht. Bis Kriegsende zerstören Bomben 33 Läden und die Produktionsstätten in der Industriestraße. Die Mühle der GEG brennt in den letzten Tagen des Zweiten Weltkrieges aus.



Zerbrochener Spiegel mit dem Logo der DAF und des „Gemeinschaftswerks“

1945

29. März 1945: US-Truppen besetzen die Stadt

1946: Friedrich-Ebert-Brücke wieder aufgebaut

1955: Einführung von Tiefkühlkost und Tiefkühltruhen

Kriegsende 1945 und junge Bundesrepublik: Wie der Phönix aus der Asche

Am 17. November 1946 gründet sich die Konsumgenossenschaft in Mannheim als eingetragene Genossenschaft mit begrenzter Haftung neu. Sie übernimmt in der Mangelgesellschaft der Nachkriegszeit wichtige Versorgungsaufgaben, beliefert 95 Verteilstellen in Nordbaden. Ihr Vermögen wird noch bis 1948 von der Militärregierung treuhänderisch verwaltet.

Moderne Konsumfiliale in der Breiten Straße in Q 1,4



Zeitgeschehen

Mannheimer Konsumgeschichte

Moderne Konsumfiliale in der Breiten Straße in Q 1,4, Schuh- und Textilabteilung im ersten Stock.



1949 wird die Bundesrepublik Deutschland gegründet. Im darauf folgenden Jahr feiert der Mannheimer Konsumverein sein 50-jähriges Bestehen im Mannheimer Rosengarten. 1951 geht die Mühle der GEG technisch modernisiert wieder in Betrieb. Ein Jahr später eröffnet die Konsumgenossenschaft Mannheim in Heidelberg ihren ersten Selbstbedienungsladen und ist damit Vorreiterin im regionalen Einzelhandel. 1954 bestätigt der Bundestag das NS-Gesetz über Preisnachlässe. Deshalb bleibt die Rückvergütung auf 3,5 Prozent beschränkt, Spareinlagen dürfen nicht verwaltet werden. Dafür wird der Verkauf auch an Nicht-Mitglieder freigegeben.

1956

- 1957: Neubau des Nationaltheaters
- 1962 Aldi stellt auf Discounterläden um
- 1963: Gründung der Metro als SB-Markt
- 1964: Baubeginn des neuen Stadtteils Vogelstang
- 1968: erstes deutsches Binnenhafen-Containerterminal im Mühlauhafen
- 1968 Studentenbewegung

1956 kaufen bei steigender Tendenz beinahe 28.000 Kunden in den Mannheimer Konsumfilialen ein. 1962 wird eine Papierwarenfabrik zur Herstellung von eigenen Verpackungsmaterialien in der Friesenheimer Straße gebaut. 1967 in der ersten Rezession der Bundesrepublik fusionieren die Konsumvereine Mannheim und Ludwigshafen zur Konsumgenossenschaft Kurpfalz eG.

Sie vergrößern das Ladennetz und modernisieren die bestehenden Verkaufsstellen. Die Zahl der Mitglieder beträgt nach der Fusion 58.178 (mehr siehe Seite 53 ff. und 65 ff.).

1969

Zeitgeschehen

- 1970: 333.000 Einwohner
- 1972: Kurt-Schumacher-Brücke nach Ludwigshafen
- 1972 Eröffnung des Rhein-Neckar-Zentrums in Viernheim
- 1975: Bundesgartenschau
- Collincenter und Fernmeldeturm
- 1977 erster industriell hergestellter PC
- Anfang der 1980er Jahre: erste Nutzung von Telefax in Büros
- 1986 Rhein-Neckar-Fernsehen

Mannheimer Konsumgeschichte

Die siebziger Jahre: Miteinander und ...

1969 vereinigt sich die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung zur Unternehmensgruppe „co op“. Die Kurpfälzer Konsumgenossenschaft bekommt den Namen „co op Kurpfalz eG“. Sie expandiert noch im gleichen Jahr und übernimmt achtzig Filialen der Mannheimer Lebensmittelkette Johann Schreiber. Mit 82 Millionen DM Umsatz erzielt sie eine Steigerung von rund 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit ist die co op Kurpfalz eG das größte Einzelhandelsunternehmen des Einzugsgebiets Nordbaden und Pfalz. Um diese Position zu erhalten, rationalisiert sie: Kleine, unrentable Läden werden geschlossen und stattdessen Großraumläden mit Selbstbedienung eröffnet. Das Sortiment wird erweitert. Mitte der 1970er Jahre ist der genossenschaftliche Aufschwung beendet. 1977 muss sogar die Mannheimer Teigwarenfabrik schließen (mehr siehe Seite 74 ff.).

75 JAHRE		
Unsere Jubiläumsangebote		
Bräunen Geflügel, 1kg	6.98	
Beunen in Stücken	1.39	
Libby's Fruchtmarktfal	1.12	
Inden-Wang, Backen	2.48	
Orkut-Milchkaffee	6.98	
Jacob-Kaffee	6.98	
Moo-Kaffee	4.48	
Eggnel-Kaffee „Gold“	4.98	
Eggnel-Kaffee	7.98	
8-Milch	-0.64	
Milchwald-Vollmilch	-0.98	
Blockschokolade	-0.98	
Schoko-Schokolad	-0.98	
Schokolade	1.88	
Weizenbrot	-0.99	
„SW-Milch“-Vollweizenbrot	5.98	
GFLE-Ingwerbrot	-0.98	
Wurstbrot	-0.79	
Kartoffeln	-0.89	
Milchbrot	1.12	
Thun, Schokolade	-0.69	
Schokolad	-0.89	
Thun, Kinder-Schoko-Riegel	-0.98	
7-E-Linder-Spezialitäten	4.98	
Kleine Schlemmerl	3.98	
Papst-Cola, Mirinda oder Schwip Schwap	-0.39	
Orkut-Aprikosen	1.19	
„Jahreszeit“-Weizenmehl	1.98	
Stark-Ingwerbrot	-0.99	
Belegbrot	1.35	
Belegbrot	-0.98	
Trüber Export oder Pils	10.80	
Italienische Tomaten	-0.98	
Gemüsemischung	1.12	
Mexikanische Durianen	-0.59	
„Moo-Charl“	2.98	
„Moo-Charl“	4.98	
Stark-Taffel	1.45	
Südländ-Edelweiss 4 Erdbeeren	1.75	
Südländ-Edelweiss	1.48	
Sonnen	2.75	
Süd-Tourist	-0.79	
Pulverzucker	-0.59	
Südländ-Kaffee	1.39	
Kornkaffee	-0.99	
Tomaten-Paprika	1.39	
Champignon	1.59	
Champignon	-0.89	

125 JAHRE SCHREIBER

Zeitungswerbung 1975 mit dem neuen co op Logo mit dem Hinweis auf 125 Jahre „Schreiber“

1982

Zeitgeschehen

1990 Eröffnung des Landesmuseums für Technik und Arbeit (Technoseum)

1988 Neubau des Reiss-Museums

1989 Fall der Mauer zur DDR

Um 1990: Einführung flächendeckender digitaler Mobilfunknetze

1991 erster ICE-Betrieb (Hochgeschwindigkeitsverkehr)

1993 Öffnung des Internets für Amateure durch grafikfähige Webbrowser

1996 Bildung der Metro AG aus Metro Cash & Carry und Kaufhof Holding AG, der Deutsche SB-Kauf AG (aus der Insolvenzmasse der co op AG) und der Asko Deutsche Kaufhaus AG

2001 Gründung von Wikipedia

Mannheimer Konsumgeschichte

... Gegeneinander bis zum Ende 1990

1982 gründet die co op Kurpfalz eG gemeinsam mit der co op AG Frankfurt die co op Rhein-Neckar AG. Nach verlustreichen Geschäften kündigt die co op Kurpfalz eG im Jahre 1986 der co op AG Frankfurt die Zusammenarbeit. Sie gründet eine neue Gesellschaft - die co op Kurpfalz AG. Die Mehrheit der Aktien gehört nun den Mannheimern. Trotz angestrebter Rationalisierungs- und Modernisierungsmaßnahmen kommt das Unternehmen aber nicht mehr aus den roten Zahlen (mehr siehe Seite 73).

Dies ändert sich auch nicht, als 1986 die co op Kurpfalz AG von der co op AG Frankfurt aufgekauft und in das neue Absatzgebiet Süd-West integriert wird. Persönliche Bereicherung einiger Frankfurter Vorstandsmitglieder verschärft die Lage. Der „co op-Skandal“ geht als eine der größten Wirtschaftsaffären der Nachkriegszeit in die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland ein. Im September 1989 beginnt das gerichtliche Vergleichsverfahren für die Unternehmensgruppe. Im Sommer 1990 werden die Filialen der ehemaligen co op Kurpfalz AG an die Stuttgarter Einzelhandelsgruppe Nanz verkauft. 1996 stellt die Parkmühle als letzter ehemals genossenschaftlicher Industriebetrieb in Mannheim die Produktion ein. Eine 130-jährige Geschichte findet damit ihr Ende. ■





Dieses abgegriffene Exemplar ist noch heute in der Mannheimer Universitätsbibliothek zu finden

Wie aber ein neuer Gedanke sich Bahn bricht ...

Die genossenschaftliche Idee und ihre Verbreitung

Von Christoph Feil

Kostengünstige Waren von einwandfreier Qualität, Selbstversorgung und basisdemokratisches Wirtschaften – das waren die Ziele der Konsumgenossenschaften. Von England kamen sie mit einiger Verzögerung nach Mannheim. Doch bis zum Erfolg in der Quadratestadt war es ein weiter Weg. Nach dem Scheitern eines ersten Versuchs 1875 stehen die Gründerväter des zweiten Konsumvereins um Emil Eichhorn und Simon Katzenstein rund 25 Jahre später vor der Frage: „Gelingt es uns noch einmal, bei den Mannheimern neues Vertrauen für die genossenschaftliche Idee zu schaffen?“

Diesmal stehen die Chancen jedenfalls nicht schlecht. Um die Jahrhundertwende ist das Interesse an der konsumgenossenschaftlichen Idee groß. Als Georg Oppermann und Hermann Häntschke 1899 ihr „Handbuch für Konsumvereine“ veröffentlichen, ist dieses

bereits nach kurzer Zeit vergriffen. Schon im darauf folgenden Jahr erscheint die zweite Auflage. Auf über 300 Seiten behandeln Oppermann und Häntschke alle Punkte, die bei einer Neugründung wichtig sind.

Hinter den vielen praktischen Ratschlägen steht eine einfache wirtschaftliche Idee. Die Autoren fassen sie in einem kurzen Merksatz zusammen: „Der Zweck des Konsumvereins ist es, den Mitgliedern bei ihren Einkäufen ... die Vortheile des Großbezugs – billigere Preise, bessere Qualität – zu verschaffen.“ Dabei kommt einem Prinzip besondere Bedeutung zu: der Barzahlung. Denn sowohl der Großeinkauf als auch der Verkauf der Waren an die Mitglieder sollen ausschließlich gegen Bargeld erfolgen. Kredite werden in einem Konsumverein eigentlich nicht gewährt. Dies hat zwei Gründe: Abhängigkeiten, wie sie durch Kredite oder das damals übliche Anschreiben eines Einkaufs entstehen, sollen vermieden werden. Zugleich ist es das Ziel, die Mitglieder zu Sparsamkeit und wirtschaftlichem Denken zu erziehen.

Doch ein Konsumverein bietet seinen Mitgliedern mehr als günstige Preise, gute Qualität und eigenbestimmtes Wirtschaften. Er beteiligt sie auch am Gewinn. Dieser wird erzielt, indem die Konsumvereine gemeinschaftlich ihre Waren direkt beim Produzenten einkaufen. So umgehen sie den Zwischenhandel und sparen Geld. Dieses wird – sofern nicht Investitionen anstehen – an die Mitglieder ausgeschüttet. Je mehr das einzelne Mitglied beim Verein einkauft, umso höher ist die Gewinnbeteiligung, die Rückvergütung. Einen zusätzlichen Nutzen sehen die beiden Autoren des „Handbuchs für Konsumvereine“ darin, dass ein Konsumverein für seine aktiven Mitglieder immer auch „eine Schule für die Behandlung geschäftlicher Angelegenheiten“ ist. Denn durch das Bekleiden eines Amtes ist es grundsätzlich jedem möglich, geschäftliche Kenntnisse zu erwerben. Und auch den übrigen Mitgliedern, die keine Ämter innehaben, gewähren die Generalversammlungen stets Einblick in die betriebswirtschaftlichen Abläufe des Vereins – ein durch und durch trans-



Simon Katzenstein

(1868 – 1945)

Der Publizist und SPD-Politiker war um 1900 nur für sehr kurze Zeit in Mannheim als Arbeitersekretär in der gewerkschaftlichen Rechtsberatung für Arbeiter tätig.

Seit 1889 war Katzenstein Mitglied der SPD und wurde deshalb 1893 aus dem hessischen Justizdienst entlassen. Danach arbeitete er in mehreren Städten als politischer Journalist und als Lehrer an Arbeiterbildungs-, Gewerkschafts- und Parteischulen.

Er engagierte sich auch im Kampf gegen den Alkoholismus. Seit 1917 war er volkswirtschaftlicher Mitarbeiter des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.

1935 emigrierte Katzenstein, der jetzt auch noch als Jude verfolgt wurde, nach Schweden, wo er sich in der SPD-Auslandsorganisation (Sopade) engagierte und kurz vor Ende des Zweiten Weltkriegs verstarb.

parentes Unternehmen also. Weil sich jeder im Verein einbringen kann, erfährt der Beamte etwas über die aktuelle Situation des Arbeiters, der wiederum etwas über die Situation einer Lehrerin, diese etwas über die Situation des Kaufmanns – ein „Ausgleich der Klassengegensätze“ erscheint möglich.

Gesellschaftlicher Ausgleich: Der Erfolg der Konsumvereine in der Industrialisierung

Nicht nur das Interesse an Ratgebern wie dem von Georg Oppermann und Hermann Häntscke zeigt, dass die Konsumgenossenschaftliche Idee im Deutschen Kaiserreich um die Jahrhundertwende populär wird. Zeitschriften wie die „Sozialistischen Monatshefte“, die insbesondere linke Akademiker lesen, richten eigens eine Rubrik zur Genossenschaftsbewegung ein. Eifrig diskutieren Zeitgenossen über Wesen, Wirkung und praktische Umsetzung der Prinzipien. Doch es bleibt nicht beim Austausch von Meinungen. Auch Handlungen folgen. Allein zwischen 1890 und 1900 wächst die Zahl der Konsumvereine im Deutschen Reich von 263 auf 568 an. Im gleichen Zeitraum gelingt es, die Mitgliederzahl mehr als zu verdoppeln. Sie steigt von 215.000 auf 522.000 Aktive. Dieser Trend setzt sich auch in den folgenden Jahren fort. Vor Ausbruch des

Ersten Weltkrieges 1914 gibt es 1.563 Vereine, die 2.250.000 Mitglieder zählen – rund 3,5 Prozent der Gesamtbevölkerung, die 1910 fast 65 Millionen Menschen beträgt, sind damit Mitglied in einem Verein. Doch die Zahl derjenigen, die vom Konsumverein profitieren, liegt noch weitaus höher. Denn mit dem Beitritt des Haushaltsvorstandes wird zugleich die ganze Familie aufgenommen.

Wie kam es zu diesem Siegeszug der Konsumvereine? Warum konnte die Idee des genossenschaftlichen Handels Menschen begeistern? Die Veränderungen durch die Industrialisierung liefern eine Erklärung für die Entstehung der Konsumgenossenschaftsbewegung. Historikerinnen und Historiker betonen drei bedeutende Entwicklungen, die mit dem Beginn des 19. Jahrhunderts einsetzten: Erfindungen wie die Dampfmaschine oder der Webstuhl führten zu neuen Produktionstechniken. Der Ausbau der Eisenbahn und der Telegrafie revolutionierte das Verkehrs- und Kommunikationswesen. Vor allem aber veränderte die Möglichkeit zur massenweisen, maschinellen Herstellung von Gütern die Lebens- und Arbeitsbedingungen aller Menschen. Diese Massenproduktion war nur in Fabriken möglich. Die Arbeitskräfte mussten an einem Ort zusam-



Ansichtskarte von Mannheim um 1910 – nicht das Schloss, sondern der Hafen steht in der Mannheimer Stadtansicht von 1910 im Vordergrund.

menkommen und zeitlich aufeinander abgestimmt ihr Werk ver-richten. Viele junge Menschen – die Bevölkerung wuchs – wanderten vom Land in die prosperierenden Städte. Die Fabriken versprachen Auskommen, das das Land nicht mehr bieten konnte. Doch in den Städten herrschte ebenfalls ein harter Wettbewerb. Viele suchten Beschäftigung und Unterkunft, Wohnraum war knapp, die Arbeit schlecht bezahlt.

Für die ehemalige Residenzstadt Mannheim galten diese Entwicklungen sogar in besonderem Maße, wie der Darmstädter Historiker Dieter Schott in der „Geschichte der Stadt Mannheim“ schreibt. Ungewöhnlich rasch wuchs hier die Einwohnerzahl zwischen den Jahren 1890 und 1900. Sie stieg, auch aufgrund von Eingemeindungen, um mehr als 75 Prozent von 80.000 auf 141.147 Menschen.

1891 führt der badische Fabrikinspektor Friedrich Wörishoffer eine Untersuchung über „Die sociale Lage der Fabrikarbeiter in Mannheim und dessen nächster Umgebung“ durch. Seine Beobachtungen bestätigen auch für die Quadratestadt das zeitgenössische Problem der Wohnungsnot und Geldknappheit armer Bevölkerungsschichten. Nach dem Besuch mehrerer Familien kommt er zu dem Ergebnis, dass „das gemeinsame Merkmal der Arbeiterwohnungen im Allgemeinen eine bis auf's Äußerste getriebene Einengung des den einzelnen zur Verfügung stehenden Raumes“ ist. Vielfach wohnten die Familien in Hinterhäusern, in denen schlechte hygienische Bedingungen herrschten, worunter die Gesundheit der Menschen litt. Mit dem durchschnittlichen Wochenlohn eines Arbeiters zwischen 15 und 24 Mark kam auch eine Mannheimer Familie um 1890 kaum über die Runden, wenn nicht die Ehefrau oder die Kinder durch zusätzliche Arbeit Geld beisteuerten. In den meisten Fällen reichte der Verdienst nur für eine Einzimmerwohnung. Um sich diese überhaupt leisten zu können, vermieteten viele Familien ihre Betten zusätzlich an sogenannte Schlafgänger. Diese zumeist jungen Männer durften in den Betten schlafen, wenn die Familie ihrem Tagwerk nachging. An eine Zweizimmerwohnung, die zu dieser Zeit in Mannheim zwischen 210 und 270 Mark im Jahr kostete, war kaum zu denken.

Qualitätskontrolle: Die lange Liste der manipulierten Waren

Das geringe Entgelt sowie die oftmals unregelmäßige Beschäftigung gestatteten kaum eine längerfristige Haushaltsführung. Stattdessen

mussten die Menschen von einem Tag auf den anderen planen. Sie deckten ihren Bedarf über zahlreiche kleine Einkäufe bei Krämern und auf Straßenmärkten.

Die beengten Wohnverhältnisse verhinderten ebenfalls eine größere Vorratshaltung. Reichte der Lohn einmal nicht, um den täglichen Bedarf zu decken, ließen Kundinnen und Kunden notgedrungen anschreiben. Nicht selten häuften sich so die Schulden beim Händler. Um das eigene Auskommen zu sichern, tricksten die Kleinhändler ihrerseits. Sie streckten und verdünnten Waren oder manipulierten ihre Waagen mit Gewichten. Anschaulich listete der Chemiker Otto Dammer in seinem über 1000-seitigen „Lexikon der Verfälschungen und Verunreinigungen der Nahrungs- und Genussmittel“ bereits 1887 die gängigen zeitgenössischen Praktiken auf. Bier wurde beispielsweise schwefelhaltiger Kalk zugesetzt, um es haltbarer zu machen, Brotteig wurde mit in Alkohol eingelegten Holzspänen vermengt, um ihn besser zu binden, und Butter wurde mit Wasser verknetet, um ihr Gewicht zu erhöhen.

Wer will so etwas schon essen, geschweige denn viel Geld dafür ausgeben? Die Zeitgenossen waren unzufrieden, doch Abhilfe war nicht in Sicht: Staatliche Regulierungen gab es kaum und wenn, wurden sie nicht konsequent durchgesetzt. Selbsthilfe war angesagt. So ging der Blick der Deutschen nach England. Schließlich war dies

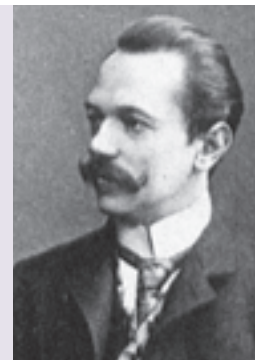
Robert Emil Eichhorn

(1863 – 1925)

Der Journalist und Politiker war von 1900 bis 1905 in Mannheim als Redakteur der Volksstimme tätig.

Eichhorn trat 1881 als gelernter Mechaniker der damals illegalen SAP (Sozialistische Arbeiterpartei Deutschlands) bei und begann für sozialdemokratische Zeitungen zu schreiben. Deshalb verlor er immer wieder seinen Arbeitsplatz und wurde 1893 hauptamtlicher Parteifunktionär und Redakteur. Bis 1908 war er Landessekretär der SPD in Baden und Abgeordneter im Deutschen Reichstag. Im Ersten Weltkrieg wandte er sich gegen die Burgfriedenspolitik der SPD-Führung und schloss sich 1917 der USDP an.

In der Novemberrevolution 1918 spielte Eichhorn in Berlin eine wichtige Rolle. Eichhorn schloss sich Ende 1920 der KPD an und wurde mehrmals in den Reichstag gewählt



das Mutterland der Industrialisierung. Hier hatten sich die Wirkungen der radikalen Veränderungen schon früher gezeigt. Und die Nachbarn auf der Insel wussten tatsächlich Rat.

Gründungsmythos: Die Redlichen Pioniere von Rochdale

Die erste Gründung eines Konsumvereins erfolgte 1769 in der nordenglischen Kleinstadt Fenwick. Hier schloss sich eine Gruppe von Webern zusammen. Dass gerade Angehörige dieser Berufsgruppe sich organisierten, ist kein Zufall. Die Textilindustrie war Motor der Industrialisierung in England. Doch an die Weber von Fenwick erinnert sich trotz ihrer Pionierleistung heute kaum einer. Stattdessen

setzt die Erzählung von den Ursprüngen der Konsumgenossenschaftsbewegung erst zu einem viel späteren Zeitpunkt ein. Aufgeschrieben wurde sie von George Jacob Holyoake in seiner „Geschichte der Redlichen Pioniere von Rochdale“. Mit blumigen Worten schildert der Autor die Begebenheiten, die sich in der kleinen Stadt im heutigen Ballungsraum von Manchester ereigneten: „Gegen Ende des Jahres 1843, an einem nebligen, finstern, feuchten, unbehaglichen Tage, wie ihn niemand gern hat – an einem Tage, wie sie im November zu sein pflegen, wo das Tageslicht verschwindet und die Sonne die Mühe zu scheinen aufgegeben hat, traten ein paar arme, arbeitslose, hungernde Weber, die fast an ihrem Dasein verzweifelt, zusammen, um zu berathen, was sie zur Hebung ihrer Nothlage thun könnten.“

Als sich jene 28 Flanellweber dazu entschließen, wöchentlich eine Summe von 20 Pence zu bezahlen, um mit diesem Geld gemeinschaftliche Anschaffungen zu tätigen, ist das der Grundstein für einen beispiellosen Aufstieg. Er führt schon ein Jahr später zur offiziellen Registrierung als Genossenschaft. Noch 1844 eröffnen die Rochdaler Pioniere in der „Toad Lane“ – zu Deutsch „Krötengasse“ – den ersten Konsumladen. Hier werden zunächst kleine Mengen Mehl, Butter, Zucker und Hafergrütze an die Mitglieder verkauft. 1850 hat sich der Verein so weit etabliert, dass er beginnt, eine eigene Mühle zu errichten.

Das englische Vorbild wirkte in seiner Zeit bereits weit über die Insel hinaus. Die deutschen Gründer von Konsumvereinen orientierten sich am Handeln der Pioniere von Rochdale. So übersetzte Hermann Häntscke, einer der Autoren des „Handbuchs für Konsumvereine“, 1888 als Erster die Geschichte George Jacob Holyoakes ins Deutsche. Doch die Erzählung allein reichte vielen deutschen Anhängern konsumgenossenschaftlicher Ideen nicht aus. Sie setzten mit dem Schiff vom Hamburger Hafen nach England über, um sich vor Ort ein eigenes Bild vom konsumgenossenschaftlichen Vorreiter zu machen. Der Bericht einer Reisegruppe der „Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine“ schildert eine solche Reise.

Englische Vorbilder: Eine stürmische Überfahrt

Es ist der 29. April 1899, Samstagabend um neun Uhr, als eine Gruppe von neun Männern am Hamburger Hafen eintrifft.

Nachbau einer Arbeiterwohnung-Wohnküche im Technoseum Mannheim



Gemeinsam wurden sie von ihrer englischen Schwesterngesellschaft zu einem Besuch eingeladen. Während der gesellschaftseigene Dampfer der Engländer mit dem bezeichnenden Namen „Liberty“ – zu Deutsch „Freiheit“ – drei Stunden später ausläuft, ahnen die Männer an Bord noch nicht, wie stürmisch die Überfahrt werden sollte.

Fast zwei Wochen lang reisen sie anschließend durch Manchester, Liverpool, London, Leicester und Newcastle und besichtigen



1865 präsentieren sich 14 der 28 Pioniere von Rochdale. Obwohl der erste Konsumverein in Fenwick gegründet wurde, dominierten diese Männer die Geschichte der Bewegung.

zahlreiche Wirkungsstätten der dortigen „Cooperative Wholesale Society Limited“, der englischen „Großeinkaufsgesellschaft“. Was sie zu sehen bekommen, begeistert sie. „Möchten doch die deutschen ... Konsumvereine die englischen ... Genossenschaften mit ihrer Großeinkaufsgesellschaft und den dortigen Einrichtungen und Erfolgen als Vorbild nehmen und demselben schnell möglichst naheifern und baldigst für einen engeren Zusammenschluss sorgen“, schreibt Adolf Seifert, Aufsichtsratsmitglied der „Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Consumvereine“. Mit seiner Schrift „Unsere Englandreise!“ will er die eigene Begeisterung und die konsumgenossenschaftliche Idee im Deutschen Reich verbreiten.

Ideen aus dem Norden:

Ein Hamburger zu Gast in der Quadratestadt

Die Werbung war erfolgreich. Zahlreiche Konsumvereine wurden bis zur Jahrhundertwende gegründet – einer davon in Mannheim.

Am Abend des 22. Dezember 1900 um halb acht war es soweit: In den Redaktionsräumen der sozialdemokratischen „Volksstimme“, die nur ein paar Schritte vom Marktplatz entfernt in einem Eckhaus in R 3, 14 lagen, trafen sich die Gründer. Die Quellen schildern die Geschichte dieses Ereignisses weniger mystisch als George Jacob Holyoake es für Rochdale beschreibt: Kein Nebel, kein Hunger und kein verschwindendes Tageslicht, stattdessen lange Debatten, die der Gründung vorausgingen. Einen wichtigen Beitrag hierzu hatte bereits im Vorjahr der Hamburger Genossenschaftler Adolph von Elm geleistet.

Auf Einladung des Gewerkschafts-Kartells, dem Zusammenschluss der örtlichen Gewerkschaften, sprach er im Herbst 1899 über „Die Genossenschaftsbewegung und deren Notwendigkeit für den Verbraucher“. Zwar lässt sich heute nicht mehr mit Sicherheit sagen, was Adolph von Elm den Mannheimer Zuhörern damals erzählte – es sind keine Berichte oder Protokolle seines Vortrags bekannt. Anhand der Schriften, die er im gleichen Zeitraum publizierte, lässt sich aber seine Einstellung nachzeichnen.

So orientierte sich auch Adolph von Elm am englischen Vorbild. Ganz besonders hatte es ihm die enge Verbindung von Produktiv- und Konsumgenossenschaften auf der Insel angetan. Sie trage, so der Genossenschaftler, wesentlich zum Erfolg der Engländer bei. Nur so sei die Abnahme der Waren, die in den Produktivgenossenschaften hergestellt werden, garantiert. Umgekehrt führte ihn dies zur Einsicht, dass sich die genossenschaftliche Organisation immer

Adolph Johann von Elm

1857-1916

war Hamburger Tabakarbeiter, Genossenschaftler, Gewerkschafter, Sozialdemokrat. 1891 gründete er die Tabakarbeiter-Genossenschaft (TAG), die 1910 in der GEG aufging. 1898 war er an der Gründung der Genossenschaft Konsum-, Bau- und Sparverein „Produktion“ eGmbH Hamburg beteiligt.

1905 empfahl nach seiner Rede der 5. Gewerkschaftskongress in Köln den Gewerkschaftsmitgliedern den Beitritt in die Konsumgenossenschaften. 1913 gründete er die gewerkschaftlich-genossenschaftliche Versicherung „Volksfürsorge“ mit.





Konsum-
Neueröffnung am
22. Mai 1953 in
Freinsheim

von der Kundschaft aus, also „von unten nach oben“ entwickeln müsse. Dazu stelle die Eigenproduktion einen notwendigen Schritt dar. Bei der Neugründung von Konsumvereinen empfahl Adolph von Elm neben einer „ganz gewaltigen Propaganda“, also Werbung, auch das Prinzip der Barzahlung sowie den Großeinkauf stets im Auge zu behalten. Die englische Großeinkaufsgesellschaft mit ihrer eigenen Bank, ihren fünf Dampfern sowie ihren Fabriken und Grundstücken war für ihn das Musterbeispiel einer anderen, besseren Art des Großbetriebes.

Mit dem Konsum-, Bau- und Sparverein „Produkt“ in Hamburg realisierte Adolph von Elm im gleichen Jahr ein ambitioniertes Projekt. Dieses wich in mehreren Punkten von den bisherigen deutschen Konsumvereinen ab. So zahlte der Verein seinen Mitgliedern die erwirtschafteten Gewinne nicht etwa aus. Vielmehr nutzte er sie für Investitionen. Ein Teil dieser Investitionen floss in den Aufbau von eigenen Produktionsstätten. Ein weiterer Teil wurde für den zukünftigen Grundstückserwerb und die Errichtung ganzer Häuserserviertel veranschlagt. Es ist durchaus denkbar, dass Adolph von Elm zur Gründung eines Vereins ähnlichen Zuschnitts auch in Mannheim anregte.

Neuer Mut: Die Mannheimer gehen ihren eigenen Weg

Doch gerade dies dürfte die Mannheimer abgeschreckt haben. Nur zu deutlich war ihnen das Scheitern des ersten Konsumvereins der Stadt 1875 in Erinnerung. Mit dem Bau eines eigenen Wohnhauses hatte man sich damals verspekuliert. Weil erst 14 Jahre später eine Änderung des Genossenschaftsgesetzes Gründungen von Gesellschaften mit beschränkter Haftung erlaubte, mussten viele der ehemaligen Mitglieder lange Zeit tief in die Tasche greifen. Sie mussten den Schuldenberg des bankrotten ersten Vereins abzahlen.

Ein Jahr trug sich ein kleiner Kreis der Mannheimer Zuhörer nach dem Vortrag Adolph von Elms mit der Idee eines zweiten Versuchs, ehe er aktiv wurde. Als treibende Kräfte erwiesen sich dabei der Redakteur der „Volksstimme“ Emil Eichhorn sowie der Arbeitersekretär Simon Katzenstein. Auf einer gut besuchten öffentlichen Versammlung schlugen die beiden Männer am 24. Oktober 1900 eine neue Gründung vor. Zunächst wurde eine Kommission gebildet, die den Vorschlag weiter ausarbeiten sollte. Rund einen Monat später erstattete sie Bericht. Nun stand fest: Ein Konsumverein sollte als eingetragene Genossenschaft mit beschränkter Haftung ins Leben gerufen werden.



Nach zwei weiteren Generalversammlungen in den ersten Dezemberwochen fand kurz vor Weihnachten, am 22. Dezember 1900, die konstituierende Generalversammlung statt. Die Mitglieder des Aufsichtsrates sowie des Vorstandes wurden gewählt, der Verein war endlich Realität. Kontrovers diskutierten die Mannheimer in der ersten Sitzung am Freitag, den 28. Dezember, ob sie Adolph von Elm abermals zu einem Vortrag einladen sollten. Letztlich entschieden sie sich aber einstimmig dagegen. Die Mannheimer Gründer wollten ihren eigenen Weg gehen. ■

Heinrich Zille, Zeichnung aus Anlass des 25-jährigen Bestehens der Berliner Konsumgenossenschaft (1924). Sie war aus mehreren kleinen Einkaufsgenossenschaften entstanden.

„Frida - wenn Deine Mutter ooch in's „Konsum“ kooft wärste schon lange een kräftiges Kind - sag's ihr!“ „Gewidmet von Hugo Woyda.“, 1924.

Geburtsstätte des Konsumvereins

Die Mannheimer „Volksstimme“

Von Christoph Feil

Immer wieder taucht sie in den Anfangsjahren des zweiten Mannheimer Konsumvereins auf: die sozialdemokratische Zeitung „Volksstimme“. Emil Eichhorn, einer der Gründerväter des Vereins, ist dort um 1900 Redakteur. Dies mag, neben ähnlichen Überzeugungen und Zielen, der Grund sein, warum in den Redaktionsräumen die konstituierende Generalversammlung des Vereins stattfand. Auch in den folgenden Jahren bleibt die Verbindung bestehen. Die „Volksstimme“ wird zum Organ des Vereins. Wie die Sitzungsprotokolle im „Berichtbuch des Aufsichtsrathes Mannheimer-Consumverein G.m.b.H.“ belegen, wurden hier Bekanntmachungen veröffentlicht.

Über vierzig Jahre lang prägte die sozialdemokratische „Volksstimme“ die Mannheimer Zeitungslandschaft. Noch von 1878 bis 1890 war die Gründung einer sozialdemokratischen Zeitung durch die Sozialistengesetze verboten. Mit der Aufhebung dieser Gesetze ging die Mannheimer Sozialdemokratische Partei gleich im April 1890 daran, die erste Probenummer der „Volksstimme“ in der eigenen Druckerei in T 3,5 herzustellen. Bereits einen Monat später folgte die regelmäßige Lieferung der weiteren Ausgaben – ein Zeichen dafür, dass sich die Arbeiterbewegung in Mannheim etabliert hatte. Diese war eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Gründung des Konsumvereins 1900 unter dem Dach der „Volksstimme“.

Entgegen der sonst üblichen, stark politischen Ausrichtung von Parteiblättern zeichnet sich die „Volksstimme“ durch zwei Eigenheiten aus: Ein ausgeprägter Lokalteil und „die entschiedene Pflege aller geistigen und künstlerischen Interessen“ sichern eine breite Leserschaft.

Redakteur Emil Hauth erinnert sich an seine Zeit bei der „Volksstimme“ von 1907 bis 1911. Wie er drei Jahre nach seinem Aus-

scheiden schreibt, dauerte es eine Weile, bis er begriff, „daß erst durch die umsichtige Pflege lokaler Interessen ... der breite Boden geschaffen wird, auf dem das Parteiblatt in die Gesamtheit der Bevölkerung wirken kann“.

Das ist auch für den Konsumverein wichtig. Es gilt, die eigenen sozialreformerischen Ideen einer breiten Mannheimer Öffentlichkeit zu vermitteln. Der Verein will, – ebenso wie die „Volksstimme“, – nicht nur in den eigenen Reihen wirken. Gemeinsames Ziel und wohl eine wichtige Grundlage der Kooperation ist es, für Partizipation und Gleichstellung in der Gesellschaft zu werben.

Die Rechnung geht für Konsumverein wie „Volksstimme“ auf, auch wenn die Anfangsjahre jeweils schwierig waren. Es zeigen sich viele Ähnlichkeiten in der Entwicklung der beiden Institutionen von politisch randständigen zu gesellschaftlich akzeptierten Akteuren. Sie führen von einer Anfangsphase der Bedrängnis über persönliches Engagement und wirtschaftlichen Erfolg zu einer Blüte in den 1920er Jahren, die mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten ihr Ende findet.

Für die „Volksstimme“ bedeutete dies, dass sie zunächst nur wenige Abonnenten hatte. Darüber hinaus gab es, obwohl das Sozialistengesetz aufgehoben war, weiter politischen Druck. Dennoch gelingt es der Zeitung sich unter der umsichtigen Leitung von August Dreesbach zu etablieren.

Mit dem Umzug von T 3,5 nach R 3,14 im Oktober 1897 rückt die Redaktion ein Stück weiter ins Zentrum Mannheims. Kontinuierlich wird das Verlagshaus ausgebaut und in den technischen Fortschritt investiert. Durch wirtschaftliches Geschick überlebt die „Volksstimme“ die Zeit des Ersten Weltkriegs und der Inflation, in welcher die

In den Redaktionsräumen der „Volksstimme“ in R 3,14 fand 1900 die Gründungsversammlung des Konsumvereins statt →

Mark dramatisch an Wert verlor. Der weitere Aufschwung ermöglicht 1924 den Zukauf des Eckhauses R 3, 15. Doch die Erfolge zählen mit der Machtergreifung der Nationalsozialisten 1933 nicht mehr. Diese verbieten das sozialdemokratische Blatt, die SA verwüstet die Redaktionsräume und das Pressearchiv. Das Gebäude der „Volksstimme“ wurde entschädigungslos enteignet. Als die Rotati-

onspressen wieder anspringen, drucken sie fortan das nationalsozialistische „Hakenkreuzbanner“. Dieses hatte lange Jahre gegen die Konsumgenossenschaft agitiert. Nun wird es zum Mitteilungsblatt des Mannheimer Konsumvereins, der inzwischen gleichgeschaltet und in „Verbrauchergenossenschaft“ umbenannt wurde. ■



Die Schaufensterpuppen-Familie dient der Mitgliederwerbung



Vereinzelt sind wir nichts, geschlossen eine Macht

Genossenschaftliches Leben und Erleben

Von Hannah Darnstädt und Sarah Anna Götz

Zucker, Zigarren, Zahnstocher - die Konsumgenossenschaft Mannheim eröffnete ihren Mitgliedern den Zugang zu einer reichhaltigen Warenwelt. Doch sie bot mehr als nur Einkauf und Konsum. Der Verein war Wirtschaftsgemeinschaft, Arbeitsplatz und Treffpunkt in der Freizeit. Er prägte den Alltag der Mannheimer Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftler. Hier sollte die „genossenschaftliche Familie“ vom Opa bis zur Enkelin zu Hause sein.

Vertrauen und Mitbestimmung waren zentrale Werte.

„Eine Tafel Schokolade bitte, von der mit der Schokomamsell!“
– „Aber gerne, Frau Meier! Eine Tafel von der Babette-Schokolade. Darf's sonst noch was sein?“

Auf den ersten Blick gestaltet sich der Einkauf im Konsumladen um 1950 ganz ähnlich wie beim Kaufmann nebenan. Trotzdem bedeutet er für die Kundinnen – es sind fast immer Frauen, die damals einkaufen gehen – mehr als nur die täglichen Besorgungen. Der Einkauf im Konsum stiftet Identität. Die Waren, die es hier gibt, verkaufen andere Läden nicht.



Diese Mamsell zierte nicht nur Schokoladetafeln, sondern viele Werbeanzeigen und Produkte des Konsum in den 1960er Jahren.

Babette-Schokolade ist ein genossenschaftliches Produkt – hergestellt in der Kakao- und Schokoladenfabrik der Großeinkaufs-Gesellschaft in Hamburg. Sie produzierte wie andere genossenschaftliche Fabriken in ganz Deutschland für die lokalen Verteilstellen. Hier konnten die Mitglieder die „exklusiven“ Waren erwerben und

zugleich die genossenschaftliche Idee praktisch erfahren: gute Qualität zu günstigen Preisen, hergestellt und verkauft in eigener Verantwortung. Im Laden vor Ort findet das genossenschaftliche Leben statt – so auch in Mannheim. Hier und in der Region kommt man in den mehr als hundert Verteilstellen, die es Mitte der fünfziger Jahre gibt, zusammen um zu arbeiten, sich beraten zu lassen und andere der Genossenschaftlerinnen und Genossenschaftler zu treffen. In dieser Zeit sind das allein in Mannheim fast 27.000 registrierte Mitglieder mit ihren Familien. Es wird nicht nur gemeinschaftlich eingekauft, sondern auch gemeinsam entschieden. Die Mitglieder nehmen in Gremien und auf Versammlungen Einfluss auf die Gestaltung des Konsumvereins und seiner Läden. Sie be-

Die neue Milchpumpe im Konsumladen in Neckarau in der Rottfeldstraße 1a. Foto aus dem Geschäftsbericht 1952.



schließen, das 50-jährige Bestehen des Mannheimer Vereins im Rosengarten zu feiern und stimmen neuen Anschaffungen zu – beispielsweise einer Milchpumpe für die Verteilstelle in Neckarau.

Kurzum: Der Konsumladen eines Viertels ist das Herz der Konsumgenossenschaft. Er bringt die genossenschaftlich organisierte Nachbarschaft vor einem Ladentisch zusammen.

„Vertrauen ist Bargeld“: Der Konsumverein als Geldanlage, Sparkasse und Versicherung

Voraussetzung für Erfolg und Fortbestehen des Vereins waren also die Mitglieder. Um sie zu gewinnen, warb die Genossenschaft mit großen Begriffen: Vertrauen, Gemeinschaft und Solidarität. Die Vorteile einer Mitgliedschaft erläutert eine Werbebroschüre aus den 50er Jahren mit dem Titel „Vertrauen ist Bargeld“: In vielen Bildern erklärt sie das genossenschaftliche Prinzip der Rückvergütung:

Warenausstellung, vermutlich in der Konsumzentrale vor dem Ersten Weltkrieg.



Die Mitglieder werden am Gewinn ihres Konsumvereins beteiligt. Entsprechend ihres Umsatzes erhalten sie am Ende des Jahres eine Dividende.

Frau Meier aus der Broschüre rechnet sich verblüfft aus, was sie sich alles von der Rückvergütung zu Weihnachten hätte kaufen können. Sie resümiert: „Durch Zusammenschluss helfen alle einander und Vertrauen ist ... Bargeld.“ Das gilt insbesondere für die



frühe Bundesrepublik. Bis 1954 wird die Höhe der Rückvergütung nach den erwirtschafteten Überschüssen berechnet. In dieser Zeit lag sie deutschlandweit bei durchschnittlich 4,6 %. Dann wird die Rückvergütung, ein Gesetz von 1933 bestätigend, jedoch auf drei Prozent begrenzt. Dadurch verliert sie allmählich an Attraktivität. Sie bietet immer weniger Vorteile gegenüber den Rabatten, die der Einzelhandel gewährt. Die Mitgliederzahlen des Konsumvereins stagnieren. Doch das ist eine Entwicklung der 1960er Jahre. Ein Blick in die Geschichte zeigt ein anderes Bild, denn im Mannheim der Jahrhundertwende mangelt es nicht an Zuwachs: Seit 1900, dem Jahr der Gründung, bis zum Ersten Weltkrieg entscheiden sich jährlich bis zu 3.000 Familien für den Verein. Um seine Mitglieder auch als Kundinnen und Kunden zu binden, veranstaltete der Mannheimer Konsumverein „Warenausstellungen“ seiner Produkte.

Hier wurden die Mitglieder und ihre Familien mit genossenschaftlichen Waren verköstigt. Sie können probieren, was es in den Konsumläden zu kaufen gibt und sich so von der Qualität des Angebots überzeugen.

Die Spezial-Abteilung

Schuhwaren

empfehlen wir gleichfalls unseren Mitgliedern zur ganz besonderen Beachtung. Wir beziehen nur von ersten Fabriken und haben stets große Auswahl in

Herren-Schnür-, Schnallen- und Zugstiefel
in allen Preislagen.

Damen-Knopf- und Schnürstiefel
von den billigsten bis zu den feinsten.

Damen-Spangen- und Schnürschuhe,
Lasting-Schnürschuhe
mit und ohne Befeh.

Morgenschuhe
Arbeiter-Lastenschuhe
zum Schnüren und Schnallen, mit und ohne Nägel.

Schnürstiefel, Schaftenstiefel
mit und ohne Nägel.

Segeltuchschuhe, Sandalen
braun und schwarz.

Surnschuhe
für Herren, Damen und Kinder.

Pantoffeln
in Leder, Plüsch und Stramin.

Alle Sorten Frauen- und Kinderhausschuhe.

Werbeseite des Schuhladens des Konsumvereins in S 4,22 im Geschäftsbericht des Konsumvereins 1907/08

Solche Veranstaltungen fanden regen Andrang. Der Geschäftsbericht von 1905 weiß von einer Kaffeeprobe zu berichten, dass „das Lokal zeitweise geradezu beängstigend vollgepfropft“ war. Auch bei Sommerfesten, wie sie im Seckenheimer Schloss stattfanden, brachte man die GEG-Familie zusammen und stärkte das Gemeinschaftsgefühl.

Die Vorteile der Mitgliedschaft sollten zu einem stabilen Haushaltsbudget der Familien beitragen. Nicht nur die jährliche Rückvergütung konnte so manchen Geldbeutel wieder füllen. Auch die Rücklagen der Mitglieder in Kassen schufen Planungssicherheit. Sie waren eigens für die Unterstützung im Alter, bei Todes- oder Krankheitsfällen vorgesehen. Der Notgroschen der Familie war in den Filialen des Konsumvereins ebenfalls besser aufgehoben als unter der heimischen Matratze. Hier gab es Sparschränke, die das Kleingeld sicher verwahrten, um 1905 beispielsweise mit einem Zinssatz von vier Prozent.

„Man arbeitet gern im Konsumverein“: Arbeitsbedingungen und Mitgliederzahlen

Die zweite Säule einer funktionierenden Genossenschaft in Mannheim sind neben den Mitgliedern die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Immer wieder betonen Vorstand und Aufsichtsrat in ihren Berichten die „gute Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmens“ und loben „die positive Einstellung der Mitarbeiter“. Während die Genossenschaft Anfang des Jahrhunderts mit 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern noch in den Kinderschuhen steckt, beschäftigt sie um 1930 bereits über 450, in den 60er Jahren schließlich über 1.000 Menschen.

Die Arbeitsbedingungen in der Konsumgenossenschaft waren in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts vergleichsweise fortschrittlich. So betrug die Arbeitszeit um 1905 50 ½ Stunden in der Woche und lag damit unter dem deutschen Durchschnitt von 54 bis 60 Stunden. Jeweils eine halbe Stunde war für Frühstücks- und Vesperpause vorgesehen. Erholen konnten sich die Beschäftigten durchschnittlich neun Tage im Jahr bei voller Bezahlung. Ein Lagerhalter erhielt 1905 für seine Arbeit bis zu 170 Mark im Monat, während eine Verkäuferin zwischen 45 und 75 Mark verdiente. Zum Vergleich:

Lohntransport mit dem Auto (Foto aus der Jubiläumsschrift 1925).



Ein Kilo Schweinefleisch kostete zu dieser Zeit 1,50 Mark, ein Kilo Roggenbrot 25 Pfennig und ein Liter Milch 20 Pfennig.

Es galt das Motto „Einigkeit macht stark“, mit dem der Vorstand in vielen Geschäftsberichten an die Mitglieder appellierte. Ohne deren finanzielle Einlagen, ihr ehrenamtliches Engagement und vor allem ihre Einkäufe konnte der Verein nicht bestehen. Deshalb wurde auf eine rege Beteiligung des Einzelnen am genossenschaftlichen Leben geachtet. Ließen sich Genossenschafterinnen oder Genossenschafter zu selten vor der Ladentheke blicken, bekamen sie zunächst Hausbesuche. Diese sollten sie zur Rückkehr in den



Konsumladen in der Neckarstadt um 1910

Konsumladen ermutigen, wie aus den Geschäftsberichten des Jahres 1909 ersichtlich wird. Entschied sich eine Familie auch danach nicht zum Einkauf in den Verteilstellen, „wurde sie kurzerhand gegangen“ - frei nach der Devise „entweder kaufen oder austreten“.

Das tägliche Brot: Bewährung und Missbrauch konsumgenossenschaftlicher Leistungsfähigkeit

Doch solche Erziehungsmaßnahmen wurden vor allem in den Anfangsjahren, in denen der Verein sich innerhalb der Stadt etablieren musste, angewendet. Ansonsten galt es eher durch Leistungen, vor allem durch eine zuverlässige Versorgung der Mannheimer, zu überzeugen. Das gelang in Krisenzeiten wie dem Ersten Weltkrieg

von 1914 bis 1918 und den darauf folgenden Jahre der Inflation besonders eindrücklich. Die Festschrift „25 Jahre Konsumverein Mannheim“ berichtet 1925 rückblickend davon: „Es kamen Zeiten, wo der Konsumverein noch zu den wenigen gehörte, die in der Lage waren, Waren abgeben zu können“. Dies lockte auch Menschen an, „die dem Genossenschaftsgedanken innerlich fern standen“. In diesen Zeiten der Not mussten die Mitglieder „vor dem Laden in Reih und Glied“ stehen. Doch sie konnten sicher sein, dass das Warten sich lohnte und sie ihr Brot erhielten – gebacken in der genossenschaftseigenen Bäckerei in der Industriestraße.

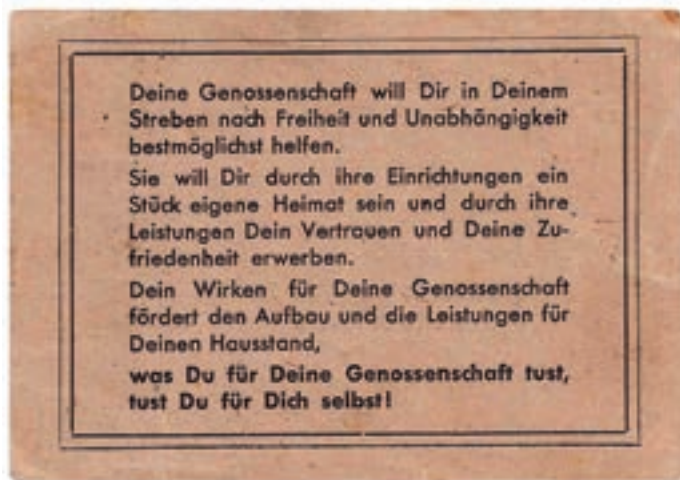
Weitere schwere Jahre erlebte die Mannheimer Konsumgenossenschaft zur Zeit des Nationalsozialismus. Als „rote Bedrohung“ verunglimpft und ihrer Selbstverwaltung beraubt, sanken die Mitgliederzahlen. Waren vor der Machtübernahme der Nationalsozialisten im Jahr 1933 noch mehr als 26.000 Mannheimer Familien im Konsumverein organisiert, so betrug die Zahl bei der Gründung der Bundesrepublik Deutschland 1949 nur noch 15.424. Dazu trugen die Auflösung genossenschaftlicher Strukturen und die Umformung des Vereins in eine nationalsozialistische Institution bei. Aus dem Mannheimer Konsumverein, der zunächst für die Versorgung der Bevölkerung auch im nationalsozialistischen Deutschland wichtig war, war bis 1941 der „Versorgungsring Nordbaden“ geworden. Dieser wurde nicht nur zentral gelenkt, sondern diente auch der nationalsozialistischen Ideologie. So gehörte die bekanntlich gewollt schlechte Versorgung von Zwangsarbeiterinnen und Zwangsarbeitern

Bäckerei in der Konsumzentrale



unter anderem bei der IG Farben zu den neuen Aufgaben des Versorgungsrings. Er musste sich auch engagieren bei der Belieferung des Militärs. Hier hatte er eine „kriegswichtige Aufgabe“ zu erfüllen. Konsumgenossenschaftliche Ideale und die selbstverwaltete, auf Partizipation basierende Organisation waren vernichtet. Allein der Gedanke überlebte trotz Repressionen in den Köpfen überzeugter Genossenschafterinnen und Genossenschafter.

Selbst die Mitgliedskarte aus den 1950er Jahren ermahnt eindringlich zum Einkauf im Konsumverein



Mitgliederwerbung von Frau zu Frau: Zielgruppenarbeit in den 1950er Jahren

So kam es, dass im November 1946, anderthalb Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, der Konsumverein in Mannheim neu gegründet wurde.

Mit Wilhelm Krauß und Gustav Zimmermann ergriffen zwei Genossenschafter aus der Zeit vor dem Nationalsozialismus die Initiative. Bereits kurze Zeit später, 1947, wurden auch Genossenschafterinnen aktiv. Sie gründeten in Mannheim eine Frauengruppe. In den Geschäftsberichten der folgenden Jahre loben die Vereinsvorsitzenden stets das ehrenamtliche Engagement. „Unsere Frauengruppen setzen sich lebhaft bei der Mitgliederwerbung ein, so ist es erklärlich, dass der Anteil der Frauen sowohl im genossenschaftlichen Leben als auch bei der Mitgliederzahl sehr groß ist“, lässt der Geschäftsbericht von 1950 verlauten. Ende der 50er Jahre kann die Mannheimer Frauengruppe bereits 400 Mitglieder verzeichnen. Die Genossenschafterinnen organisieren Modenschauen, Quizveranstaltungen oder Nachmittage mit Kaffee und Kuchen, sie unternehmen gemeinsam Omnibusreisen und sie planen Familienabende, bei denen Jung und Alt gemeinsam feiern. Das weibliche Engagement steckt an: Mitte der fünfziger Jahre zählte der Konsumverein in

Modenschau: Figurbetonte Mode der 1950er Jahre.
Foto aus dem Geschäftsbericht 1958.





Neueröffnung eines Laden in Ludwigshafen mit der Fahne der internationalen Konsumgenossenschaft

Mannheim wieder so viele Mitglieder wie vor dem Krieg. Bis 1960 entschieden sich über 30 000 Menschen für die Vorteile der Genossenschaft.

Neben den gemeinschaftlichen Aktivitäten gibt es viele Dinge, die zum Beitritt motivieren: Das Warensortiment wird um lange entbehrte Artikel zu moderaten Preisen erweitert. Die Geschäfte präsentieren sich nun mit modernem Flair. Und die Kunden profitieren vom Ausbau des Ladennetzes, zum Beispiel im Jahr 1952: „Frau Meier, haben Sie schon gehört? Der Konsum in der Gartenstadt wurde frisch renoviert!“ – „Ach was! Und in Schönau wurde schon wieder eine neuer Laden aufgemacht!“ 128 sind es Ende der 1950er Jahre.

„Der Mensch im Mittelpunkt“: Kundenbindung in Zeiten der Beschleunigung

Während das Einkaufserlebnis in den Anfangsjahren der Konsumgenossenschaft durch das Gespräch zwischen Kundin und Verkäuferin

geprägt war, wurde das Verhältnis ab den 1950er Jahren unpersönlicher. Mehr und mehr Verkaufsstellen wurden durch sogenannte Tempoläden ersetzt. 1957 gab es bereits zehn dieser Geschäfte in Mannheim. Verkäuferinnen legten entsprechend den Kundenwünschen einzelne Waren in einen Einkaufskorb. An einer zentralen Kasse wurde abgerechnet, bezahlt und eingepackt. Bereits portionierte und durch ihre Verpackung wiedererkennbare Produkte ersetzten die bisher lose verkauften und für jede Kundin einzeln abgewogenen Waren. So sparten Kundinnen und Verkäuferinnen Zeit. Zugleich verloren aber auch das persönliche Gespräch und die Beratung an Bedeutung.

Die neuartigen Läden können sich allerdings nicht gegen ihre stärksten Konkurrenten durchsetzen: Selbstbedienungsläden, Vorläufer unserer Supermärkte, sind auf Dauer erfolgreicher. Bereits 1952 eröffnet der Konsumverein Mannheim daher zusätzlich zu den Tempoläden seinen ersten Selbstbedienungsladen in der Theodor-Körner-Straße in Heidelberg. Ab 1964 ist schließlich „jeder neue Laden ein Selbstbedienungsladen“.

Um auch in der neuen, schnelllebigen Zeit die Kundschaft zu binden, erhielt das Ladenpersonal Ratschläge zur Dekoration der Schaufenster. So gab die Mitarbeiterzeitung „GEG-Post“ aus Hamburg Anweisungen zur vorteilhaften Präsentation der Pralinen zum Muttertag sowie der Schokoladen-Nikoläuse zu Weihnachten. Damit diese ihre Wirkung entfalten konnten, waren Sauberkeit

1955: Der Selbstbedienungsladen in Schönau, Lilienthalstraße 249 war mit 236 qm der größte Laden des Konsumvereins.



und Ordnung wichtig. So fordert die „GEG-Post“ 1951: „Als erstes heißt es jeden Morgen, das Fenster säubern und versorgen! Und alles was der Tag dann bringt, (wenn du dein Fach beherrschst), gelingt.“ Dennoch galt: Der Kunde bleibt König: „Du putzt, man wartet, doch ich glaub: Erst kommt die Kundschaft, dann der Staub!“ Einen freundlichen und zuvorkommenden Umgang mit Kundinnen und Kunden, vor allem mit Kindern und älteren oder schwachen Menschen, legte die GEG den Verkäuferinnen ans Herz. Der Mensch sollte im Vordergrund stehen.



Kassenbereich in einem Selbstbedienungsladen

„Der kleine Genossenschaftler“: Werbung des Nachwuchses

Auch den Kindern soll die genossenschaftliche Idee vermittelt werden, um so die Zukunft zu gestalten. Ob Theateraufführungen, Fußballturniere, Kinder- und Jugend-Chöre, Wochenendfahrten oder Treffen mit Gruppen aus anderen Ländern – junge Mannheimerinnen und Mannheimer können in der genossenschaftlichen Jugend einiges erleben. Sie wandern gemeinsam durch den Pfälzer- und den Odenwald. Regelmäßig finden Wettkämpfe statt, zu denen auch konsumgenossenschaftliche Jugendgruppen anderer Städte eingeladen werden. Höhepunkte des Jahres sind die Urlaubsfahrten, die der Konsumverein für die Kinder seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausrichtet. Familienurlaub war nämlich



„Frohe Käufer“ 1954: Ratschläge von der GEG-Werbefachschule.

Auch das gab es: einen Konsum-Kinderkaufladen.
Foto aus der GEG-Post von 1951.



bis Mitte der 1960er Jahre nicht selbstverständlich. Um den Kindern der Industriestädte dennoch Erholung von Produktionslärm und Industrieabgasen sowie oftmals schlechten Wohnverhältnissen zu ermöglichen, eröffneten die Genossenschaften bereits 1919 das Henry-Everling-Kindererholungsheim in Haffkrug an der Ostsee. Hier galt die Fürsorge den schwächsten Mitgliedern der Industriegesellschaft. Von Mannheim war der Weg an die See jedoch weit. Deswegen fuhren die Kinder aus der Stadt an Rhein und Neckar zur Erholung in die Schweiz und nach Österreich. Der Zielort dürfte für die Reisenden aber wohl nachrangig gewesen sein. Was zählte, war das gemeinsame Erlebnis innerhalb der Genossenschaft und die Möglichkeit, dem Alltag der Industriestadt für einige Zeit den Rücken zu kehren

Wimpel des Bundes junger Genossenschaftler aus Worms



Ausschnitt aus einem Brettspiel: eine Reise zu den GEG-Produktionsstätten.

Deutschlandweite Aufmerksamkeit: Die genossenschaftliche Jugend

Am 1. November 1950 wurde der „Bund junger Genossenschaftler“ (BjG) gegründet. Durch Öffentlichkeitsarbeit förderte er die Vernetzung der Jugendgruppen, welche über ganz Deutschland verteilt waren. So wurde die Zeitschrift „Genossenschaftliche Jugendarbeit“ herausgegeben und eine Jugendseite innerhalb der Verbandszeitschrift „Der Verbraucher“ gestaltet. Doch der „Bund junger Genossenschaftler“ kommunizierte nicht nur, was genossenschaftliche Jugendliche bewegte. Er gestaltete die Jugendarbeit auch aktiv. So schulte er Gruppenleiterinnen wie Gruppenleiter und organisierte internationale Begegnungen.

Die zwischenstaatliche Zusammenarbeit war seit jeher ein zentrales Anliegen der Arbeiterbewegung. Durch die Organisation von Fahrten, zum Beispiel nach England, aber auch durch Einladungen nach Deutschland trug der BjG dazu bei.

Auch Kinder, die lieber zu Hause bleiben wollen oder die noch zu jung für die Jugendgruppen sind, müssen nicht auf die Unterhaltung durch die Konsumgenossenschaft verzichten. Besonders reizvoll mag ein Nachmittag mit einer Tafel Babette-Schokolade

gewesen sein. Nach dem süßen Genuss wartete nämlich ein Märchen auf der Innenseite des Verpackungspapiers auf junge Leserinnen und Leser. Wer lieber rätselte, konnte dies in der „GEG-Post“ tun und dabei sogar Preise gewinnen. Abwechslung boten auch Spiele, die exklusiv in den Konsumläden verkauft wurden. Eines dieser Spiele ist das Quartett „Kleine Menschen, kleine Bürger“. Die Publizistin und SPD-Politikerin Annelore Leber entwarf es im Jahr 1953 für die Genossenschaft. Damit wollte sie auf spielerische Art den Kindern das Prinzip der genossenschaftlichen Idee näher bringen. Die Kleinen konnten lernen, dass der Kunde nicht nur König, sondern auch „Mit-Chef“ des Ladens ist. So wurde für Kinder schon früh deutlich, welche Vorteile die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft haben konnte. ■



Werbung für Babette-Schokolade „für Mutti und Puppenmutter“.

„Kleine Menschen kleine Bürger“, das Quartettspiel des Konsum von 1953, hatte ein Begleitheft mit Hintergrundartikel und didaktischen Hinweisen. Die pädagogischen Texte stammen von der SPD-Politikerin und Publizistin Annelore Leber. Die Illustrationen von Ita Maximowna, der ersten und bedeutendsten Bühnenbildnerin und Grafikerin Deutschlands.

Mein Leben als Kind der genossenschaftlichen Familie

Interview mit Marie-Luise Hitzhuber von Sarah Anna Götz und Hannah Darnstädt

Wer weiß heute noch, was die „genossenschaftliche Familie“ ist, wer ihr angehört? Viele werden mit den Schultern zucken. Doch Marie-Luise Hitzhuber, Tochter des früheren Direktors der Konsum-Fabrik in Worms, erinnert sich genau. Sie erzählt von genossenschaftlichem Zusammenhalt und Weltoffenheit in den 50er und 60er Jahren – und von zerplatzten Träumen, als der Konsum 1969 zu co op wird.

„Ich bin 1949 im Alter von vier Jahren über unseren Vater in die Konsum-Familie gekommen. Wir haben von diesem Moment

an bis 1965 auf dem Gelände des Konsums in Worms-Neuhausen gelebt. Erst in einer ganz kleinen Wohnung, jedoch wuchs mit der beruflichen Verantwortung meines Vaters immer auch die Größe unserer Wohnungen. Sie lagen stets auf dem Werksgelände. So habe ich schon als Kind jeden Bereich der Produktion kennen gelernt: Lager, Bäckerei, LKW-Betreuung und so weiter. Aber am meisten beeindruckte mich das pulsierende Leben tagein und -aus. Und wenn Feierabend war und die Tore der Fabrik sich schlossen, war das Gelände unser Spielplatz.

Unser Vater erzählte nicht viel von der Arbeit. Das musste er aber auch gar nicht. Alles, was für uns Kinder spannend war, konnten wir bestens von unserem Fenster aus beobachten. Wir hatten auch unter der Woche nicht viel von unserem Vater, weil er sehr viel arbeitete. Nur am Wochenende, da unternahmen wir immer etwas gemeinsam. Wir hatten ja einen Firmenwagen, mit dem wir zum Beispiel in die Pfalz in Naturfreundehäuser oder nach Frankreich ins Elsass ausfuhren. Vater hat uns immer ein weltoffenes Leben ermöglicht, was vielen anderen Gleichaltrigen verschlossen blieb. Dies war mir damals schon klar und ich war sehr dankbar. Als Kind habe ich auf dem Gelände gewohnt, war Jugendgruppenleiterin und war selbst später bei der Gewerkschaft der Post aktiv. Es war eben wie eine große Familie.

Marie-Luise Hitzhuber



Ich habe über die Jahre alles gesammelt, was in Verbindung mit dem Konsum steht, weil ich selbst Mitglied dieser Familie war. Ich kann mich zum Beispiel an ein Bezirksleitertreffen erinnern, bei dem so schlechtes Wetter war, dass man nicht mehr nach Hause fahren konnte. Da sagte meine Mutter: „Ihr schlaft alle bei uns“. Eben wie in einer Familie.

Mein Vater musste letztendlich auch die Überführung von Konsum in co op begleiten. Für ihn und andere zerbrach damit ein Traum. „Wir dachten alle, das geht nicht kaputt – niemals“. Ich weiß noch alle Stellen in Worms, wo eine Konsum-Verteilstelle gewesen ist. Heute stehe ich davor und denke mir, da ist jetzt schon so lange eine Reinigung drin. Und trotzdem erinnere ich mich wie gestern: wie auch die Einrichtung der Verteilstellen von der Konsum-Familie selbst gemacht wurde, mit den eigenen Schreibern und Zimmerleuten.“

*Interview vom 17. 1. 2012 in der GEG,
Mannheim, Friesenheimer Str. 14* ■

Wir gedenken Marie-Luise Hitzhubers, die während der Arbeiten an diesem Buch im August 2012 verstarb.

Plakat des Konsum von 1955. Siegrid und Hans Lämmle aus Stuttgart erhielten dafür bei einem Wettbewerb des Bundes Deutscher Gebrauchsgraphiker mit 2.850 Einsendungen den ersten Preis.



G'esse wird immer – Arbeiten im Verkauf vor 50 Jahren

Interview mit Hildegard Barth, Roswitha Alles und Willi Weber



„G'esse wird immer“, hat meine Cousine gesagt, „gescht amol zum Konsum“. Also hab ich mich beim Konsum auf eine Lehrstelle als Verkäuferin beworben und bin genommen worden. Gelernt hab ich im Konsum beim Rangierbahnhof. 1957 bin ich nach Friedrichsfeld gekommen.

Frage: Hat es Spaß gemacht dort zu arbeiten? Wie waren denn die Löhne?

Antwort: Ja, damals war es schon schön. Ich hab's nie bereut.

Die Löhne, ach Gott. Im ersten Lehrjahr waren es glaube ich 25 Mark im Monat und dann jedes Jahr 10 Mark mehr. Na, so toll war's net.

Aber im Vergleich zu anderen Läden, da war es doch auch nicht besser. Im Verkauf wird ja schon immer schlecht bezahlt. Aber ich glaube, heut ist es noch schlimmer. Wir haben uns gerecht behandelt gefühlt zu der Zeit. Wenn wir länger in die Schule gegangen wären, hätten wir was anderes machen können und mehr verdient.

Frage: Wie waren denn die Arbeitszeiten?

Antwort: Das war wie überall im Handel. Früher war über Mittag zwei Stunden zu. Das einzig Negative war, dass wir immer und jeden Samstag arbeiten mussten. Samstags bin ich erst abends um halb neun heimgekommen. Wir haben den Laden putzen müssen. Da gab es keine Putzfirma, das haben wir alles selbst geputzt, Regale ausgewaschen, die Fläche geschrubbt, wo die Säcke draufstanden.

„Bub, kannst Du auch putzen?“, das hat mich meine Chefin als erstes gefragt, wie ich mich für eine Lehrstelle als Verkäufer beworben habe. Wir haben als Lehrlinge dann tatsächlich immer



in der Mittagspause den Laden geputzt. Alle zwei Wochen sogar den Boden gespönt und mit Bodenöl behandelt. Das hat dann immer gut gerochen.

Frage: Welche Arbeiten sind früher sonst noch angefallen?

Antwort: Wir haben in den 50er und 60er Jahren doch noch alles selbst abgepackt. Das Mehl kam in Doppelzentner-Säcken, der Zucker auch. Wir haben sogar Nudeln abgepackt. Auf Weihnachten zu sind Holzkistchen gekommen, press voll mit Sultaninen. Die hat man erst mit einem Wetzstein lockern müssen, bevor man die Tüten befüllen konnte.

Dann haben wir natürlich immer bedient, es gab ja noch keine Selbstbedienung. Wir waren etwa 30 Verkäuferinnen und Verkäufer und es gab an der Theke etwa 10 Abschnitte, wo man bedienen konnte. Dazwischen waren Glasaufsätze, in denen wir Waren präsentieren konnten. Auf der einen Seite standen wir, auf der anderen der Kunde. Wir haben die gewünschten Waren jeweils herausgesucht und hergetragen und am Schluss dann abkassiert.

Frage: Wie waren die Waren, waren sie in kleinen Arbeitervororten anders als in der Stadt?





Antwort: Wir haben in Friedrichsfeld nur gute Ware gehabt. Nur Eigenmarken, alles von der GEG, das war in allen Läden gleiche Qualität. Die Ware war besser und preiswerter gegenüber anderen Geschäften. Dann gab es ja noch die drei Prozent Rückvergütung, das gab's woanders nicht. Die Leute haben das angesammelt und sich dann auf Weihnachten Bettwäsche oder andere Textilien gekauft. Das hatten wir ja auch in den Läden.

Frage: Gab es schon immer Textilien beim Konsum?

Antwort: Wir haben in Mannheim in der Breiten Straßen einen reinen Textilladen gehabt. Da haben wir dann immer die benötigte Ware geholt. Die ist dann umbelastet worden von einem auf den anderen Laden. Als Lehrlinge sind wir nach der Schule dort vorbeigeschickt worden und immer ganz bepackt zurück zum Laden gekommen. Bettwäsche, Geschirr- und Handtücher, Wolle – damals ist ja noch viel gestrickt worden. Kleider gab es noch nicht. Das ist später als Katalogware verkauft worden.

Über Katalog gab es auch Fahrräder und Nähmaschinen und alles Mögliche. Die Leute haben dann über den Konsumkatalog bestellt.

Frage: Wie war das mit den Rabattmarken und der Rückvergütung?



Antwort: Beim Konsum hat man als Mitglied die Zettel, also praktisch die Kassenbelege, gesammelt. Tatsächlich hat die Verkäuferin den Beleg handgeschrieben und die Summe auf dem Papier ausgerechnet, ohne Taschenrechner! Einen Durchschlag hat man als Kunde bekommen und in Tütchen gesammelt. Da wurde dann einmal im Jahr die Summe daraus gebildet und es gab darauf 3% Rückvergütung. Rabattmarken gab es später, aber nur auf die vollen Mark-Beträge.

Meist hat man von der Rückvergütung Kohlen gekauft oder Kartoffeln und Obst zum Einlagern. Man hat ja früher pro Haushalt 5 bis 6 Zentner Äpfel und Kartoffeln auf den Winter gekauft. Größere Familien noch mehr.

Frage: Was hat sich später unter „co op“ verändert?

Antwort: In der Zeit von co op ist alles moderner geworden. Die unrentablen kleinen Läden wie meiner in Neuhermsheim sind geschlossen worden. Die neuen Läden waren größer und wir haben nicht mehr bedient. Nur noch die Fleisch- und Käsetheke war besetzt und die modernen Kassen. Zum Schluss war ich Marktleiterin mit insgesamt etwa 10 Beschäftigten. Als Marktleiter haben wir alles selbst gemacht, Regale auffüllen und die schweren Arbeiten sowieso. Wir waren nicht nur „Chef“. Dann hatten wir über Mittag auf, als Marktleiterin bis du morgens früh rein und abends spät raus.

Aber dann ging es bergab. Ich hatte einen großen Laden, aber keinen Umsatz. Der ist nach 1988 geschlossen worden. Ich bin zweimal versetzt worden in andere Märkte von co op – bis co op ganz aufgelöst wurde.

Frage: War Ihnen bewusst, dass Sie in einer Genossenschaft gearbeitet haben? War da etwas anders?

Antwort: Man war ja selbst Mitglied bei der Konsumgenossenschaft. Und es haben dort ja überwiegend Mitglieder eingekauft. Die Rückvergütung gab es ja woanders auch nicht. Das war für die Arbeiter ein preiswertes Geschäft.

Die Genossenschaften waren ja verpflichtet, einmal im Jahr einen Rechenschaftsbericht abzugeben. Das fand immer als ein

„bunter Abend“ statt, das war top. Die Mitglieder wurden eingeladen. Da kamen die Leute zu Hunderten. Nach dem Bericht gab es Kaffee und Kuchen, anschließend Tanz, Bier und Wein, da war echt was los. Ganz zivile Preise und alle waren scharf auf diese Veranstaltung. Es gab einen „Humoristen“, heute würde man Entertainer sagen. Und es waren oft Stars eingeladen, einmal sogar Caterina Valente! ■





Hafenarbeiter: Das Kohlschleppen war kein leichter Weg, Geld zu verdienen. Mannheimer Hafenarbeiter mit Anwerbern um 1890.
Foto aus: Nieß, Ulrich/Caroli, Michael (Hg): Geschichte der Stadt Mannheim, Bd. 2, Heidelberg, 2007–2009.

Wenn aus Lebensmitteln Politik wird

Förderer und Widersacher im Kaiserreich und der Weimarer Republik

Von Reimar Belschner

Die Konsumgenossenschaften hatten zahlreiche Widersacher, aber nur wenige Förderer. Dies gilt auch für Mannheim. Die Vision des Konsumvereins, „das wirtschaftliche Wohlergehen aller Menschen zu heben“, besaß politische Sprengkraft; denn sie stellte die bestehende Ordnung infrage. Das ließ den Konsumverein zwischen die politischen Fronten geraten.

Obwohl die Konsumgenossenschaften sich besonders für die Interessen der Arbeiterschaft einsetzten, waren sie keine Erfindung der Sozialdemokratie. Im Gegenteil: Die Gründungen von Konsumgenossenschaften in den 1860er Jahren gehen beinahe ausschließlich auf bürgerliche Sozialreformer zurück. Unter ihnen befinden sich vor allem Lehrer und Beamte, aber auch selbstständige Handwerker und Gewerbetreibende. Diese Männer wollen die sozialen Folgen der Industrialisierung – Armut und Elend der unteren Bevölkerungsschichten – mildern. Zugleich sollen bürgerliche Wertvorstellungen und Normen vermittelt werden. Nur vereinzelt beteiligen sich auch Arbeiterinnen und Arbeiter an den Konsumvereinen.

Politische Ziele: Zwischen bürgerlicher Wohltätigkeit und proletarischer Revolutionserwartung

Die Geschichte des ersten Konsumvereins beginnt in Mannheim mit einem sozialen Konflikt: 1865 legen hunderte Kohleträger im Hafen die Arbeit nieder. Sie fordern höhere Löhne.

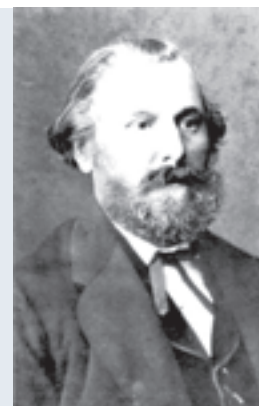
Dies ist die eigentliche Geburtsstunde des ersten Mannheimer Konsumvereins, denn als Reaktion auf diesen Streik gründen die Männer um den Kaufmann Christian Duffing und den Buchhalter Johann Peter Eichelsdörfer noch im selben Jahr eine „Gesellschaft zur Beförderung gemeinnütziger Zwecke“.

Aus diesem eher bürgerlichen Wohltätigkeitsverein ging 1866 die Mannheimer Konsumgenossenschaft hervor. Sie sollte helfen, die im Vergleich zu umliegenden Städten hohen Lebensmittelpreise in Mannheim zu senken. Das große Ziel war, die Lebensbedingungen der Arbeiterschaft zu verbessern. Die Gründer hofften, auf diese Weise die politische Lage stabilisieren zu können.

Doch was 1866 mit großen Zielen begann, scheiterte bald in der Praxis. Bereits 1875 endete die Geschichte der ersten Konsumgenossenschaft in Mannheim. In diesem Jahr meldete sie Konkurs an, weil sie sich mit dem Bau eines Hauses in E 1, 4 übernommen hatte. Missmanagement und Fehlkalkulation waren nicht die einzigen Gründe für das Scheitern. Es fehlte der Mannheimer Konsumgenossenschaft auch an Mitgliedern. Bis 1872 konnten weniger als 600 von ihnen gewonnen werden – und das bei ungefähr 40.000 Einwohnern der Stadt. Weiten Teilen der Mannheimer habe „es an Verständnis für genossenschaftliche Institutionen“ ge-

Eichelsdörfer und die Arbeiterbildung

Johann Peter Eichelsdörfer (1829 – 1889), gelernter Schuhmacher, später Buchhalter und Publizist, war nicht nur in der „Gesellschaft zur Beförderung gemeinnütziger Zwecke“ aktiv, aus der sich 1866 der erste Konsumverein entwickelte, sondern auch im ersten Arbeiter-Bildungsverein Mannheims. Dieser ist nach der niedergeschlagenen Badischen Revolution und dem Verbot des Handwerker-Gesellen-Vereins (1847) die erste Arbeiterbildungseinrichtung in Baden. Von Sommer 1867 bis Ende 1868 gibt Eichelsdörfer in Mannheim die „Deutsche Arbeiterhalle“ heraus, eine Folge von Flugblättern, die sich zum Sprachrohr der deutschen Arbeitervereine entwickelt. 1884 schreibt Eichelsdörfer zusammen mit dem Mannheimer Zweiten Bürgermeister Alfred Bräunig einen „Leitfaden für Arbeitgeber und Arbeitnehmer in der Stadt Mannheim“.



mangelt, stellte der Vorstand in einer der letzten Versammlungen des Konsumvereins fest.

Reform oder Revolution?

Ablehnung durch die frühe Arbeiterbewegung

Vor allem die Arbeiterschaft blieb in Mannheim der Konsumgenossenschaft fern. Ursache war die Ablehnung durch die deutsche Arbeiterbewegung. Sozialdemokratie und sozialistische Arbeitervereine behaupteten, die bürgerlich geführten Konsumvereine schädeten dem Anliegen der Arbeiterschaft. In diesem Sinne argumentierte der Arbeiterführer Ferdinand Lassalle in den 1860er Jahren: Wenn die Konsumgenossenschaften das materielle Leid der arbeitenden

Massen durch eine bessere Versorgung linderten, würde die notwendige Revolution des Proletariats ausbleiben.

Dieser Gegensatz zwischen bürgerlichen Reformidealen und proletarischer Revolutionserwartung prägte auch die Situation in Mannheim. Seit den 1860er Jahren erstarken dort Sozialdemokratie und Arbeiterbewegung. 1867 gründet der revolutionär gesinnte Allgemeine Deutsche Arbeiterverein (ADAV) eine Niederlassung. Für den Konsumverein bedeutet das: Der ADAV erfasst nun den organisationsfähigen Teil der Arbeiterschaft und entzieht ihn damit der Konsumgenossenschaft.

Solche Entwicklungen wurden im Konsumverein diskutiert. Immer wieder betonte die Führung, dass es wichtig sei, die Arbeiterschaft für den Verein zu gewinnen. Doch ein Blick in die Akten lässt Zweifel aufkommen, ob dies allen Mitgliedern ein Herzensanliegen war. Nur einmal nämlich, im Mai 1869, findet sich das Thema auf einer Tagesordnung des Verbandstags der süddeutschen Konsumvereine in Mannheim: Die „Gewinnung des Arbeiterstandes“ war der letzte Tagesordnungspunkt. Er musste gestrichen werden, da für seine Besprechung keine Zeit blieb.

Wunsch nach Sicherheit:

Der Kampf um ein Genossenschaftsgesetz

Die erste Mannheimer Konsumgenossenschaft scheiterte jedoch nicht nur daran, dass die Arbeiterschaft fernblieb. Auch der erbitterte Widerstand des Mannheimer Einzelhandels schlug ihr entgegen. Die Konsumgenossenschaft war für ihn eine lästige Konkurrenz. Die Einzelhändler setzten in ihrem Kampf jedoch weniger auf wirtschaftlichen Wettbewerb. Vielmehr versuchten sie mittels Verleumdungen und Anzeigen dem Konsumverein zu schaden. In vielen deutschen Städten betrieben sie eine intensive Lobbyarbeit. Sie formulierten Petitionen an Regierungsstellen und forderten Regulierungen der Konsumgenossenschaften. Oftmals waren sie mit dieser Strategie erfolgreich: Sondersteuern führten nicht selten zum Niedergang eines Konsumvereins. Leider verraten uns die Quellen nicht, ob dies auch für Mannheim zutrifft.

Wohnverhältnisse: Die Mieten waren, dicht gefolgt von den Ausgaben für Nahrung, der größte Posten in einem Mannheimer Arbeiterhaushalt. Luxuriös waren die Unterkünfte, wie hier in den Quadraten um 1900, jedoch nicht. Foto aus: Nieß, Ulrich/ Caroli, Michael (Hg): Geschichte der Stadt Mannheim, Bd. 2, Heidelberg, 2007–2009.



In jedem Fall aber war die Position des Konsumvereins in der Auseinandersetzung mit den Händlern geschwächt, da seine rechtliche Stellung in den ersten Jahren unsicher blieb. Im Großherzogtum Baden, zu dem die Stadt Mannheim gehörte, gab es kein Gesetz zum Genossenschaftswesen, das Klarheit brachte. Daher musste der Mannheimer Konsumverein privatrechtlich organisiert werden: Ein Verbot war jederzeit möglich. Deshalb setzten sich die Mitglieder energisch für ein Genossenschaftsgesetz ein. Nachdem in Preußen 1869 erstmals ein solches Gesetz in Kraft getreten war, forderten die Mannheimer Gleiches auch für Baden. Sie richteten im selben Jahr zwei Petitionen an Staatsministerium und Landtag, die jedoch unbeachtet blieben. Erst die Gründung des Deutschen Reichs 1871 brachte hier eine Veränderung. Der Konsumverein Mannheim wurde nun einem einheitlichen Reichsgesetz unterstellt. Damit gewann er zwar Rechtssicherheit, aber seine Mitglieder mussten mit ihrem gesamten Vermögen für den Verein haften. Dies machte seinen Untergang im Jahr 1875 noch bitterer.

Auf ein Neues: Die Konsumgenossenschafts-Idee erreicht die Arbeiterschaft

Ein Vierteljahrhundert ging vorüber, bis es in Mannheim wieder einen Konsumverein gab: Im Dezember 1900 gründete sich der zweite Mannheimer Konsumverein. Im Gegensatz zu seinem Vorgänger entstand er in engem Kontakt zur Arbeiterschaft. Von Beginn an hatten die Männer um die Journalisten und Sozialdemokraten Emil Eichhorn und Simon Katzenstein den Genossenschaftsgedanken unter den Arbeiterinnen und Arbeitern verbreitet. Und anders als die erste war diese zweite Gründung erfolgreich. Im Januar 1908 berichtete der General-Anzeiger, dass sich der Konsumverein im achten Jahr seines Bestehens „einer großen Sympathie



„Waren wird nur bei Vorlage dieser Karte verabfolgt“ steht auf der Legitimations-Karte um 1910.

bei der hiesigen Bevölkerung“ erfreue. Dies zeige „die stetig wachsende Mitgliederzahl und der fortwährend zunehmende Umsatz“.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren die Voraussetzungen für ein Gedeihen des Konsumvereins günstiger als beim ersten Versuch über 30 Jahre zuvor. Mannheim war mittlerweile eine blühende Industriestadt. Die Einwohnerzahl hatte sich zwischen 1890 und 1905 auf 160 000 Menschen verdoppelt. Ein Großteil davon arbeitete in Mannheimer Industrie- und Handelsunternehmen. Aus ihnen rekrutierten sich die Mitglieder des Konsumvereins. Der Arbeiteranteil lag 1908 bei 61 Prozent, 1925 sogar bei 79 Prozent. Die politische Entwicklung des ausgehenden 19. Jahrhunderts begünstigte das wachsende Engagement der Arbeiterschaft. Das „Sozialistengesetz“ vom 22. Oktober 1878 hatte sozialdemokratische und sozialistische Organisationen im Kaiserreich verboten. Die Betroffenen suchten nun nach anderen Möglichkeiten, für ihre Interessen zu kämpfen. Sie wandten sich deshalb seit den 1880er Jahren zunehmend den Konsumgenossenschaften zu. Nachdem die Sozialdemokratie seit 1890 wieder zugelassen war, ließ auch sie von ihrer strikten Ablehnung der Konsumvereine allmählich ab. So löste sich die konsumgenossenschaftliche Szene immer weiter vom Bürgertum: Um die Jahrhundertwende schließlich drangen die Arbeiterinnen und Arbeiter in Massen in die Konsumgenossenschaften oder gründeten dort welche, wo es noch keine gab – wie in Mannheim.



Konsumladen Nr. 14 in der Jean-Becker Straße 3 in der Neckarstadt um 1907

Förderlich wirkte auf diese Entwicklung zudem ein neues Reichsgesetz von 1889. Es hob für Genossenschaften den Zwang zur Solidarhaft auf und ermöglichte die beschränkte Haftung der Genossenschaftler. Sie mussten nun im Konkursfall nicht mehr mit allem, was sie besaßen, haften. Damit waren die Konsumvereine auch für ärmere Mitglieder attraktiv.

„Giftige Pfeile“: Das Ringen um die politische Neutralität

Dank der Arbeiterschaft gediehen die Konsumvereine. Doch das machte sie auch angreifbar. Denn der Einzelhandel, der stete Widersacher, erklärte die Konsumvereine nun zu politischen Institutionen der Arbeiterschaft. Er nutzte damit die Angst der politischen Eliten im Deutschen Reich vor einem Umsturz und lenkte sie auf die Konsumvereine. Die Agitation des Einzelhandels hatte Erfolg. Vielerorts wurde die genossenschaftliche Arbeit behindert: Verwaltungsaufgaben wurden erlassen und Sondersteuern erhoben. Die politische Neutralität, der sich die Konsumgenossenschaften verpflichtet sahen, wurde ihnen einfach abgesprochen.

Dies gilt nicht für Mannheim: Im Großherzogtum Baden gelingt es den selbstständigen Kaufleuten und Gewerbetreibenden nicht, die Behörden gegen die Konsumvereine aufzuhetzen. 1910 scheitern sie im badischen Landtag mit einer Petition gegen die Mitgliedschaft oder Tätigkeit von Beamten in Konsumvereinen: Die Beamten hätten bei einem Verstoß aus dem Staatsdienst entlassen werden sollen.

Der Mannheimer Konsumverein wurde zwar nicht von den Behörden gegängelt, die konstruierte Gleichsetzung von Konsumgenossenschaft und Arbeiterbewegung setzte ihm aber dennoch zu. Sie machte ihn für andere Mitglieder unattraktiv. Anlässlich der Einweihungsfeier der neuen Zentrale 1908 erklärte ein Sozialdemokrat in der lokalen Parteizeitung Volksstimme sogar ausdrücklich, „daß die Partei nichts mit der Gründung des Konsumvereins zu tun habe und es Privatsache der betreffenden Genossen sei“, welcher Partei sie angehörten.

1909 schrieb der lokale General-Anzeiger: „Vielfach ist die Ansicht verbreitet, als ob der Konsum-Verein eine rein sozialdemokratische Gründung sei. Dies ist jedoch ein Irrtum, denn der Mitgliederstand des Vereines rekrutiert sich aus Anhängern der verschiedensten Parteien und Konfessionen.“

Der Mannheimer Konsumverein hatte Erfolg mit seinen Bemühungen, die politische Hetze des Einzelhandels zu entkräften. Beamte und Angestellte konnten im Verein gehalten werden. Versuche, diese abzuwerben, missglückten in Mannheim.

Dennoch blieb die Angst vor Agitation und Verleumdung groß, wie der Geschäftsbericht der Jahre 1907 und 1908 deutlich macht: „Je mehr der Verein sich weiter entwickelt, je größer der Neid und die Mißgunst unserer Gegner, denen kein Mittel zu schlecht ist, den Verein zu bekämpfen, und zu verleumdern. Wenn solche giftige



Der Briefkopf der Mannheimer Konsumzentrale zeigt, wie viele Produktionsbetriebe neben der Verwaltung und dem Lager in diesem Gebäude angesiedelt waren.

Pfeile bis heute noch immer an dem gesunden Sinn unserer Mitglieder abgeprallt sind, so wissen wir doch nicht, so sehr wir es auch hoffen und wünschen, ob es immer so bleiben wird.“ Das Überleben des Vereins war vor allem in den ersten Geschäftsjahren keineswegs sicher: „Nicht überall hatten Konsumvereine solch scharfe Konkurrenz, wie wir in Mannheim“, kommentierte der Geschäftsbericht 1905 die Situation.



Konsum-Geld der Spiegelfabrik in Lutzenberg in der Inflationszeit von 1923. Auf dem Werksgelände gab es einen Konsumladen.

Hilfe in der Not: Bewährungsprobe im Ersten Weltkrieg

Das Deutsche Reich begann 1914 den Ersten Weltkrieg. Man hoffte auf einen schnellen Sieg. Tatsächlich kam es jedoch zu einem jahrelangen Abnutzungskrieg. Er prägte nicht nur das Leben der Soldaten an der Front, sondern auch den Alltag in der Heimat. Die Versorgungssituation ist in Mannheim wie überall im Reich miserabel. In dieser Situation bewährt sich der Konsumverein. Obwohl selbst durch den Krieg stark eingeschränkt – Kraftwagen, Pferde und ein Großteil des eingearbeiteten Personals sind eingezogen –, gelingt die Versorgung der Mitglieder. Der Konsumverein wird dadurch für Menschen attraktiv, die der genossenschaftlichen Idee bisher fernstanden. Dies gilt auch für die Inflationskrise der Nachkriegszeit. Die massive Geldentwertung der Jahre 1922 und 1923 ließ die Kaufkraft vieler Menschen sinken.

Günstige Nahrungsmittel und sichere Versorgung, wie sie der Konsumverein versprach, wurden zu einem starken Argument bei der Wahl des Lebensmittelgeschäfts. Die Anerkennung des genossenschaftlichen Angebots stieg. Zudem war die politische Führung der Stadt sozialdemokratisch. Da die SPD mittlerweile die Bedeutung

der Konsumgenossenschaften für die Arbeiterschaft erkannt hatte, musste der Konsumverein Mannheim keine Einschränkungen durch die Stadtverwaltung befürchten.

Hafenbesetzung: Verhandlungen mit den Franzosen

1923 trat dem Verein jedoch ein neuer Widersacher entgegen: Die Franzosen besetzten von März 1923 bis September 1924 das Mannheimer Hafengebiet. Sie wollten durch Zölle und Beschlagnahmungen deutsche Kriegsschulden eintreiben. Die Besetzung des Mannheimer Hafens brachte den Konsumverein in große Schwierigkeiten, denn Zentrallager und Bäckerei lagen dort. Zunächst durfte der Verein noch Brot und Waren zollfrei aus dem Lager in den unbesetzten Teil der Stadt transportieren. Doch am 12. März 1923 wurde dies untersagt. Eine Ausfuhr wäre nur noch gegen 10 Prozent Zoll möglich gewesen. „Dies wollten, konnten, und durften wir nicht zahlen“, hieß es in einem Bericht des Vereins. Die Kon-



Hier ist kein Durchkommen. Französische Truppen besetzen im März 1923 die Rheinbrücke.

sumgenossenschaft setzte auf Verhandlungen. Mittels „ungezählter schriftlicher und persönlicher Gesuche und Vorstellungen“ bei der französischen Seite gelang eine Lockerung. Am 6. April, nur wenige Wochen nach dem Verbot, erhielt der Konsumverein die Genehmigung, Mehl und Brot zollfrei aus- und einzuführen. So konnte die Bäckerei wieder betrieben und die Mitglieder versorgt werden.

Auch wenn die Franzosen keine weiteren Ausnahmen machten, war dies ein Erfolg für den Konsumverein Mannheim. Aber zugleich

geriet er ins Visier der deutschen Justizbehörden. Diese beschuldigten den Vorstand des Vereins des Landesverrats, denn Verhandlungen mit französischen Besatzern waren von der Reichsregierung verboten. Nach einer klärenden Aussprache wurde zwar davon abgesehen, Anklage zu erheben. Doch es zeigte sich, wie der Mannheimer Konsumverein als regionale Idee zwischen die Fronten nationaler und weltpolitischer Interessen geriet.

„Die Goldenen Zwanziger“: 25 Jahre Konsumverein Mannheim

Nachdem der Konsumverein Inflation und französische Besetzung überstanden hatte, liefen ihm zunächst viele Mitglieder wieder weg. Denn jene, die in Krisenzeiten dazugekommen waren, gingen meist rasch wieder woanders einkaufen. Dennoch war Mitte der zwanziger Jahre eine gute Zeit für den Konsumverein. Er konnte nun nachhaltig expandieren und hatte kaum noch Widersacher. Mit knapp 25.000 Mitgliedern war er in Mannheim voll etabliert. Dies wurde bei der 25-Jahr-Feier deutlich.

Wie die „Neue Mannheimer Zeitung“ berichtete, waren wichtige Vertreter zahlreicher „staatlicher und städtischer Behörden“ sowie

Festschrift zum 25-Jährigen Jubiläum des Mannheimer Konsumvereins



der Genossenschaftsverbände und der Mannheimer Handelskammer anwesend. „Es hat sich gezeigt, daß die Notwendigkeit des genossenschaftlichen Zusammenschlusses anerkannt wird“, hieß es im Geschäftsbericht von 1925.

„Kesseltreiben“: Schulterschluss zwischen gewerblichen und politischen Gegnern

Diese ruhige Zeit war Ende der 1920er Jahre schon wieder vorbei. Ein sich andeutender Wirtschaftsabschwung, Verbote der Weltwirtschaftskrise, rief den alten Feind der Konsumgenossenschaften wieder auf den Plan. Der Einzelhandel denunzierte erneut Beamte, Lehrer und andere Angehörige des Bürgertums, wenn sie Mitglieder der Konsumgenossenschaft waren. Eine solche Mitgliedschaft sei, so der Reichstagsabgeordnete Fritz Borrmann, „zweifellos ein Verbrechen“ und „mit der Würde eines deutschen Beamten und Lehrers nicht vereinbar“. Fritz Borrmann war die entscheidende Kraft des „Kesseltreiben[s] gegen die Konsumvereine“, wie dies die reichsweit er-

Fritz Borrmann und die EDEKA

Der Berliner Kolonialwarenhändler Fritz Borrmann (1869–1942) arbeitete von 1906 bis 1921 als Geschäftsführer der Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler (E.d.K.). Im Ersten Weltkrieg war er Beirat im Kriegsernährungsamt. Von 1921 bis 1937 war Borrmann Generaldirektor der Einkaufsgesellschaft deutscher Kolonialwarenhändler (EDEKA), einer mächtigen Organisation der Kleinhändler. 1924 bis 1932 war er Reichstagsmitglied für die „Reichspartei des deutschen Mittelstandes – Wirtschaftspartei“, die die Interessen des Einzelhandels vertrat. 1933 trat er der NSDAP bei und brachte die EDEKA auf Kurs der neuen Machthaber.



Schon am 31. März 1933 heißt es in der Edeka-Handlungsrundschau: „Der Edeka-Verband hat es für seine selbstverständliche Pflicht angesehen, den Kampf gegen Warenhäuser, Großfilialen, Einheitspreisläden und Konsumvereine tatkräftig zu organisieren und zu führen (...), weil er es nicht zulassen durfte, dass der kaufmännische Mittelstand (...) in dem von jenen Wirtschaftsformen erzeugten Sumpf versank. So ist der Edeka-Verband nicht nur als Vorläufer, sondern als ein aktiver Mitarbeiter der nationalen Revolution zu bezeichnen.“ Während Warenhäuser zwangsverkauft werden, die Konsumgenossenschaft unter Druck politisch umgedreht wird, bleibt die Edeka und ihre Führung dagegen unangetastet und kann expandieren.

scheinende „Konsumgenossenschaftliche Rundschau“ im November 1928 festhielt.

Die Agitation des Einzelhandels zeigte in Zeiten knapper Staatskassen Wirkung. 1929 verloren die Konsumvereine Steuervorteile. Sie mussten nun Körperschafts- und Gewerbesteuer in vollem Umfang zahlen. Außerdem erreichte der Einzelhandel mit den Stimmen der mittelständischen und bürgerlichen Parteien im Reichstag zusätzliche Sondersteuern für Konsumvereine und große Warenhäuser.

Um 1932: Das Plakat der Reichspartei des deutschen Mittelstandes - Wirtschaftspartei benennt alle ihre „Feinde“.



Wegen „Arbeitsmangel“ muss der Konsumverein 1932 Kündigungen aussprechen

Per Reichsgesetz wurde die Umsatzsteuer für Einzelhandelsunternehmen mit über einer Million Reichsmark Umsatz überproportional erhöht. Die meisten dieser großen Unternehmen waren Konsumgenossenschaften. Dies kam also einem Ausnahmegesetz für Konsumgenossenschaften gleich, da es sie gegenüber den kleineren Einzelhändlern deutlich benachteiligte.

Generell herrscht zu dieser Zeit erhebliche Rechtsunsicherheit für die Konsumvereine. Die Angst vor Justizwillkür geht auch in Mannheim um. Das macht der Geschäftsführer des Konsumvereins in einem Interview mit der „Volksstimme“ im November 1930 deutlich: Er spricht von einer „Zeit rücksichtsloser Wirtschaftsdiktatur“. Die Lage für die Konsumvereine ist tatsächlich fatal. In der „Konsumgenossenschaftlichen Rundschau“ vom Januar 1930 heißt es: „Wenn blöder Haß zu töten vermöchte, lebte heute in Deutschland kein einziger Konsumverein mehr.“

Die Konsumgenossenschaft in Mannheim musste von Beginn an um ihr Bestehen kämpfen. Nach einer kurzen Phase der Anerkennung Mitte der 1920er Jahre kehrten die Widersacher zurück – schlagkräftiger als je zuvor. Die politischen Agitationen sowie der Hass der Konkurrenten und Neider sollten sich im Nationalsozialismus noch steigern und die Mannheimer Konsumgenossenschaft schließlich vorerst vernichten.

Bankgeschäfte der GEG

– und die Pfennigsparkassen der Konsumvereine

Von Barbara Ritter

Konsumvereine waren oft auch Spargenossenschaften. Die GEG übernahm die Organisation des Sparwesens der Konsumvereine und durfte ab 1908 „Bankgeschäfte aller Art gewerbsmäßig betreiben“. Das Ziel der GEG war die Kapitalbeschaffung für die Eigenproduktion der GEG.

1914 berichtet Franz Goppel in der Zeitschrift „Betriebswissenschaftliche Studien“: „Die GEG reflektiert zunächst auf die kleinen Beträge, sie sind sozusagen Pfennigsparkassen für die breite Bevölkerungsmasse... Große Gewinne wird die Bankabteilung der Großeinkaufsgesellschaft niemals erzielen, weil sie sich von Spekulationsgeschäften vollkommen fernhält.“

In der NS-Zeit werden den Konsumgenossenschaften die Bankgeschäfte verboten, die Nazis nutzen die entstehende Unsicherheit zur Stimmungsmache gegen Konsumvereine. Auch nach 1945 wurde dieses Verbot gegenüber Konsumgenossenschaften aufrechterhalten – bis heute. ■



Kleine individuelle Sparkästen in den Konsumläden der 1920er Jahre

Ideologie und Ökonomie

Der Konsumverein zwischen nationalsozialistischer Gleichschaltung und demokratischer, marktwirtschaftlicher Integration

Von Andreas Greiner

Die Jahre des Nationalsozialismus waren die unsichersten für den Mannheimer Konsumverein. Für die Nationalsozialisten waren die Konsumgenossenschaften ein politischer und ideologischer Gegner. Sie strebten deren Auflösung an. Ökonomisches Kalkül hielt sie jedoch lange davon ab. Erst die ökonomischen Misserfolge in der Bundesrepublik sollten zeigen, wie wichtig es für die Existenz des Vereins war, nicht nur Läden, sondern auch Politik zu betreiben.

Mit dem Erstarken der Nationalsozialisten wurde Anfang der 1930er Jahre auch das politische Klima für die Konsumvereine rauer. Da sie in der Arbeiterbewegung verwurzelt waren, wurden sie schon lange der politischen Agitation verdächtigt. Konservative Kreise witterten Gefahr. Sie fürchteten die Macht der Straße und eine linke Revolution. Die organisierten Händler dagegen fürchteten die Konkurrenz der effektiv wirtschaftenden Konsumvereine. Die Nationalsozialisten griffen all diese Ängste auf, erklärten die Arbeiterbewegung zum ideologischen Feind. Das machte auch den Mannheimer Konsumverein zur Zielscheibe der NS-Propaganda. Deren Sprachrohr, die Mannheimer NSDAP-Zeitung „Hakenkreuzbanner“, erkannte im Konsumverein einen „Totengräber des gewerblichen Mittelstandes und Wegbereiter für den verbrecherischen Marxismus“.

Agitation und Attacken:

Der Konsumverein im Kreuzfeuer der Nationalsozialisten

Ab März 1931 ruft das „Hakenkreuzbanner“ in teils halbseitigen Anzeigen „die gesamte christliche Bevölkerung Mannheims“ regelmäßig dazu auf, die Verteilstellen zu boykottieren.

Parallel hetzt das Blatt gegen den Konsumverein. Immer wieder rückt die vermeintliche Misswirtschaft der „roten Bonzen“ im Hamburger Zentralverband deutscher Konsumvereine in den Fokus

The poster is a black and white document with a grid-like layout. At the top, it reads 'Gegen Warenhäuser und Konsumvereine!' in large, bold letters. Below this, a smaller line says 'Für die ihrer Existenz bedrohten Geschäftsleute!'. The central focus is a large box containing the word 'Aufruf!' in a very large, bold font. To the left and right of this box are smaller sections of text. The left side says 'An die Geschäftsleute Mannheims!' and the right side says 'An die gesamte christliche Bevölkerung Mannheims!'. Below the central box, there is a large block of text starting with 'Ein halbes Dutzend Warenhäuser untergraben Euch die Existenz...' and ending with 'Kampf den Warenhäusern'. At the bottom of the poster, there is a line that says 'sagt die N.S.D.A.P. Nur allein das „Hakenkreuz-Banner“ stimmt kein Geld von den Warenhäusern.' The poster also contains several small advertisements for local businesses, including 'Him-Lindenhof', 'Friedr. Kaiser', 'Hilse & Schmidt', and 'Erickseher Apotheke'.

Aufruf „gegen Warenhäuser und Konsumvereine“ im Hakenkreuzbanner 1931

der Berichterstattung. Wer diese nicht länger hinnehmen will, „befolgt unseren Ruf: Raus aus den Konsumvereinen!“, so die Zeitung im April 1932. Die Propaganda zeigt bald Wirkung. In seiner Sitzung vom 21. Januar 1933 muss der Mannheimer Vereinsvorstand feststellen, dass „in letzter Zeit sehr viele Rücktrittserklärungen“ erfolgt seien.

Doch das ist erst der Anfang. Am 30. Januar 1933 kommen die Nationalsozialisten um Adolf Hitler in Deutschland an die Macht. Die Zerschlagung der Konsumvereine scheint nur noch eine Frage der Zeit zu sein. Mutig, wer sich angesichts der offenen Drohungen

noch dort engagiert. Bis August 1933 verlassen in nur einem Jahr über 3.300 Mannheimer Mitglieder, zumeist Familien, den Konsumverein. Den durch die Weltwirtschaftskrise ohnehin stark gebeutelten Verein treffen die Austritte schwer.

Doch nicht nur die ökonomische Lage bereitet dem Verein Sorgen. Die Nationalsozialisten belassen es nicht bei Agitationen. Im „Kampfbund für den gewerblichen Mittelstand“ der NSDAP engagieren sich vor allem Einzelhändler, die hoffen, die lästige Konkurrenz ausschalten zu können. Sie schrecken auch vor Gewalt nicht zurück. Zusammen mit der SA greifen sie in ganz Deutschland Konsumläden und deren Mitglieder an. Fensterscheiben zersplittern, Mitarbeiter werden misshandelt und gedemütigt. Noch im März 1933 dringt die von den Nationalsozialisten gelenkte Kriminalpolizei

Grafik „Geschlossene Front“: Das Konsumgenossenschaftliche Volksblatt von 1932 ruft nicht nur bildlich zu Verteidigung der GEG und des Konsum auf.



unter einem Vorwand in die Räume des Mannheimer Konsumvereins ein. Angesichts politischer Radikalisierung und zunehmender Gewalttätigkeit richtet die Belegschaft der GEG-Malzcaffeeabrik auf



1931: „Einer profitlosen Wirtschaftsform wird die Zukunft gehören“

Aus dem Geschäftsbericht 1930/31 des Mannheimer Konsumvereins: „Ein schweres Krisenjahr liegt hinter uns... Überall kracht es im Gebälk der privatkapitalistischen Wirtschaft. Unserer Konsumgenossenschaftsbewegung als Vorläufer einer profitlosen Wirtschaftsform wird die Zukunft gehören, wenn wir alle bestrebt sind, uns zu erhalten und alle Widerstände niederzuringen. Wenn wir auch heute noch in unserer Entwicklung gehemmt sind, es wird doch die Zeit kommen, wo wir die Brücke schlagen zu einer besseren und gerechtern Wirtschaftsform... Darum befreit Euch von der privatkapitalistischen Profitwirtschaft!“

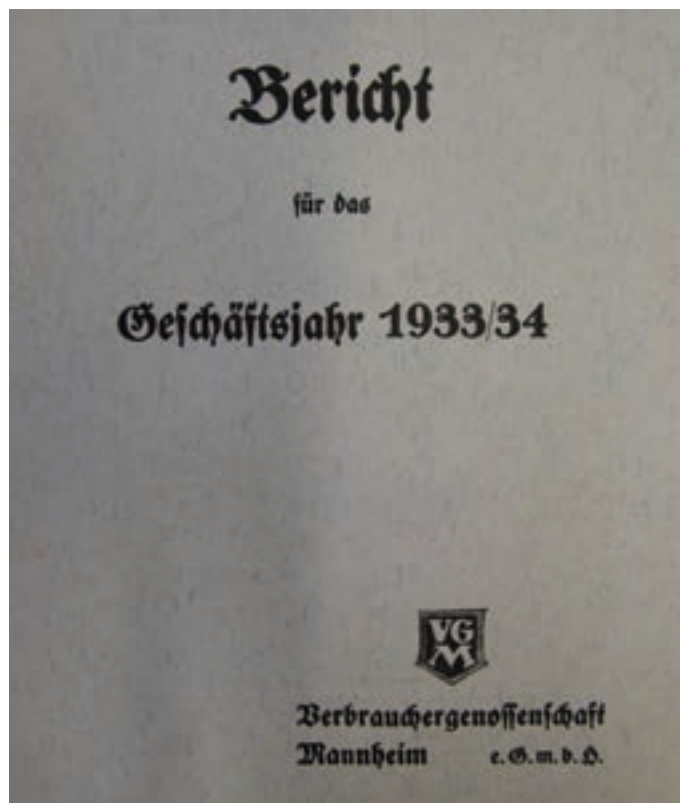
der Friesenheimer Insel einen bewaffneten Betriebsschutz ein. Im Unterschied zu anderen Zentren der Genossenschaftsbewegung gibt es in Mannheim jedoch keine Verletzten. Die gewalttätigen Übergriffe enden in Mannheim noch im Frühjahr 1933. Zwar rufen die Nationalsozialisten am 1. April des Jahres reichsweit dazu auf, jüdische Geschäfte zu boykottieren. Vielerorts werden an diesem Tag auch Konsumläden zur Zielscheibe. Aber die Mannheimer Ver-

teilstellen bleiben verschont. Das „Aktionskomitees des Kreises Mannheim“ der NSDAP hatte im Vorfeld explizit den Boykott des Konsumvereins untersagt, ein Anzeichen dafür, dass die neuen Machthaber ihre politische Strategie änderten. Das gilt für ganz Deutschland. In den Monaten nach der nationalsozialistischen Machtübernahme waren Übergriffe und offene Verleumdungen überall im Land stetig zurückgegangen. Woher dieser Sinneswandel?

Mitarbeit im „neuen“ Staat: Anpassung und Gleichschaltung

Es waren nicht ökonomische Grundgedanken, sondern die genossenschaftliche Nähe zur Arbeiterschaft und das Prinzip der Mitbestimmung, die die Nationalsozialisten störten. Ihr Parteiprogramm enthielt keine direkten Attacken gegen die Konsumbewegung. Im

Die 1932 im Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt erschienene Grafik (siehe Seite 9) wurde 1934 mit wenigen Veränderungen noch einmal im Geschäftsbericht 33/34 in schwarz/weiß abgedruckt. Die Konsumgenossenschaft heißt jetzt „Verbrauchergenossenschaft“.



1934: Über die „Pflicht die Treue zu halten“

Nachdem die Nationalsozialisten durch Drohungen eine große Anzahl von Mitgliedern aus dem Konsum getrieben und ihre eigenen Leute in entscheidende Positionen gebracht hatten, ruft der Ortsbeauftragte der NSDAP Wilhelm Gruber im Oktober 1934 zur „Treue“ auf:

„Liebe Genossenschaftler und Arbeitskameraden! Was könnte Euch veranlassen, Eurer Genossenschaft untreu zu werden? Etwa die Tatsache, dass nunmehr alte Nationalsozialisten in unsere Genossenschaft eintreten? Hättet ihr aus dieser Tatsache nicht erst recht die Pflicht, die Treue zu halten... Jeder an seinem Platze muss daher mitarbeiten, dass unsere Genossenschaft wieder erstart.“



Gegenteil ähnelte die nationalsozialistische Idee einer planvollen Bedarfsdeckungswirtschaft dem ökonomischen Konzept der Konsumvereine, die die Bevölkerung mit preisgünstigen Lebensmitteln zu versorgen. Das Motto „Gemeinnutz geht vor Eigennutz“ nutzte die NSDAP genau wie der Konsumverein.

Im Mai 1934 ist das konsumgenossenschaftliche Volksblatt schon vollständig auf NS-Linie gebracht



Die Konzepte waren ähnlich, die Ziele nicht: Die NSDAP strebte nach wirtschaftlicher Selbstversorgung im Falle eines Krieges. Den Konsumvereinen dagegen ging es um die Versorgung ärmerer Menschen; politisch wie ideologisch blieben sie neutral. Das konnten die Nationalsozialisten nicht akzeptieren. Doch sie brauchten die Konsumvereine, denn die Vereine waren effizient und tief in der Bevölkerung verwurzelt: Deutschlandweit engagierten sich rund 3,4 Millionen Mitglieder in Konsumvereinen, allein 25.000 davon in Mannheim, hinzu kamen Eheleute und Kinder. Ihre Mitgliederbasis machte die Konsumbewegung für die totalitären Machthaber bedeutsam.

Deshalb galt es für die Nationalsozialisten, die Genossenschaften in das neue System zu zwingen, also gleichzuschalten. Ab Mai 1933 werden NSDAP-Beauftragte in allen Vereinen und Verbänden in Spitzenpositionen gebracht.

In Mannheim fungiert fortan Ernst Gernandt als Bindeglied zwischen Konsumverein und NSDAP-Zentrale. Seine Vorstandskollegen warnt er: „Unsere Arbeiter und Angestellten mögen sich politisch mehr zurückhalten.“ Wer nicht auf NSDAP-Linie ist, muss bald gehen: Im April 1933 wird der langjährige Geschäftsführer Wilhelm Krauß abgesetzt. Auch der in der SPD aktive Aufsichtsratschef Gustav Zimmermann muss seinen Posten räumen. Weitere Rauswürfe folgen. Als nächste Maßnahme der Gleichschaltung unterbreitet der Vereinsvorstand den Mitgliedern am 18. Juni 1933 eine Sat-

Die GEG als nationalsozialistischer „Musterbetrieb“ in der Neuen Mannheimer Zeitung vom 9. 4. 1939

Mannheimer Musterbetrieb wurde besichtigt

Besuch bei der GEG

„Der Ruf nach der Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes ist ein Ruf nach der Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes. Die Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes ist ein Ruf nach der Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes.“

Der Mannheimer Musterbetrieb ist ein Musterbetrieb. Die Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes ist ein Ruf nach der Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes.

Die Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes ist ein Ruf nach der Besichtigung des Mannheimer Musterbetriebes.



Mitgliedsbuch der Deutschen Arbeitsfront für „Gefolgschaftsmitglieder“ der „GW-Industriebetriebe“

zungsänderung. Sie legitimiert den Vorstand, ohne Zustimmung der Mitgliederversammlung über zentrale ökonomische Fragen zu entscheiden. An die Stelle demokratischer Verfahren treten damit Hierarchien und Machtkonzentration.

Bereits im Mai 1933 ist die Verkaufsstelle in der Waldhofstraße mit Hakenkreuzen geschmückt



Der Konsumverein war im „Dritten Reich“ angekommen. Hakenkreuze zierte nun die Verteilstellen. Als Zeichen der vollzogenen Gleichschaltung erhielt der Verein Ende April 1934 den von den Nationalsozialisten verordneten Namen „Verbrauchergenossenschaft Mannheim“. Nach Ausscheiden Ernst Gernandts im April 1934 wurde Wilhelm Gaber als NSDAP-Ortsbeauftragter eingesetzt.

1939 engagierte sich nach Worten des Betriebsobmanns Schübler die Hälfte der GEG-Beschäftigten in den verschiedenen Parteiorganisationen. Ihren Betrieb, die „genossenschaftliche Burg“ in der Friesenheimer Straße, zeichnete die NSDAP-Kreisleitung wegen ihrer Modernität, Effizienz und des dort herrschenden „Geistes“ im April 1939 als nationalsozialistischen „Musterbetrieb“ aus.

Rückbesinnung auf alte Feindschaften: Beschränkung und Auflösung der Genossenschaft

Der Vereinsvorstand erhoffte sich von den Veränderungen eine Normalisierung der politischen Verhältnisse wie auch der wirtschaftlichen Situation der Organisation. Der Aufsichtsrat war sich sicher, dass mit „der revolutionären Epoche und der Mitarbeit der N.S.D.A.P. Mitglieder und Funktionäre der tiefste Punkt überschritten sei und ein langsamer Aufstieg beginnen werde.“ Es herrschte Aufbruchstimmung. Doch diese sollte bald wieder gedämpft werden. Die Nationalsozialisten besannen sich auf ihre alte Abneigung



Gruppenfoto der Belegschaft der „Verbrauchergenossenschaft“ (vermutlich von Ludwigshafen) am 1. Mai 1935.
Die Mehrzahl der männlichen Beschäftigten trägt eine NS-Uniform.

gegen die Genossenschaften. Trotz der Anpassungen sollten ihnen jetzt der Garaus gemacht werden. Das „Rabattgesetz“ vom November 1933 beschränkt die Rückvergütung, also die jährliche Auszahlung der erwirtschafteten Überschüsse an Genossenschaftsmitglieder, auf gerade einmal 3%. Zuvor waren zeitweise bis zu 10% üblich. Ohne Aussicht auf Gewinnbeteiligung nimmt das Interesse an Mitgliedschaft und Warenbezug im Verein schlagartig ab. In den Folgejahren treiben anhaltende Verluste die Genossenschaften fast in den Ruin. In Mannheim sinkt der Umsatz 1934 im Vergleich zum Vorjahr um fast 16% auf 4,9 Millionen Reichsmark. Der NS-Führung ist diese Situation willkommener Anlass, im Mai 1935 die Spielräume der Genossenschaften weiter zu beschränken: reichsweit müssen 72 für unwirtschaftlich befundene Genossen-

schaften zwangsweise schließen, weiteren mit Krediten belasteten Genossenschaften droht die Auflösung. Beim Mannheimer Vorstand beginnen wieder die Existenzängste. Auch hier hatte man Kredite in Anspruch genommen. Welche Maßnahmen sind zu erwarten?

Im Zweiten Weltkrieg:

Versorgung der Wehrmacht und der Zwangsarbeiter

Bedrohlich schwebte das Damoklesschwert der vollständigen Auflösung über den Verbrauchergenossenschaften. Entgegen aller Pläne sollte der Beginn des Weltkriegs ihr Fortbestehen aber vorerst sichern. Denn mit Kriegsausbruch 1939 fanden sie einen neuen starken Fürsprecher: die Wehrmacht. Die Genossenschaften wurden fest in die militärischen Versorgungspläne eingebunden. Das machte



Arbeitsbuch einer polnischen Arbeiterin, die bis März 1945 im Kaffeewerk gearbeitet hat. Auch sogenannte ZivilarbeiterInnen waren von den deutschen Besatzern in ihren Heimatländern zwangsweise rekrutiert worden.

sie zunächst unentbehrlich. Doch um die Produktion besser kontrollieren zu können, ließ der „Führer“ der Deutschen Arbeitsfront, Robert Ley, im Februar 1941 die verbliebenen Genossenschaften nebst deren Vermögen in das neu gegründete „Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront“ überführen. Bis Kriegsende trat ein reichsweit operierender, nach nationalsozialistischen Prinzipien gelenkter Konzern an die Stelle dezentraler Genossenschaften. Die Mannheimer Verbrauchergenossenschaft wurde aufgelöst und ge-

meinsam mit den Genossenschaften aus Weinheim, Eberbach und Altlußheim zum „Versorgungsring Nordbaden“ zusammengefasst. Bis Winter 1944 war der „Versorgungsring“ ohne größere Einschränkungen in Betrieb.

Dabei war man von der eigentlichen Aufgabe, der Versorgung der Bevölkerung, fast völlig abgerückt. Spätestens seit Oktober 1943 wurden die Zwangsarbeiterinnen und Zwangsarbeiter in den

Der Schuhladen in Q 3,16 der „Verbrauchergenossenschaft“ in der NS-Zeit und nach der Zerstörung im Krieg

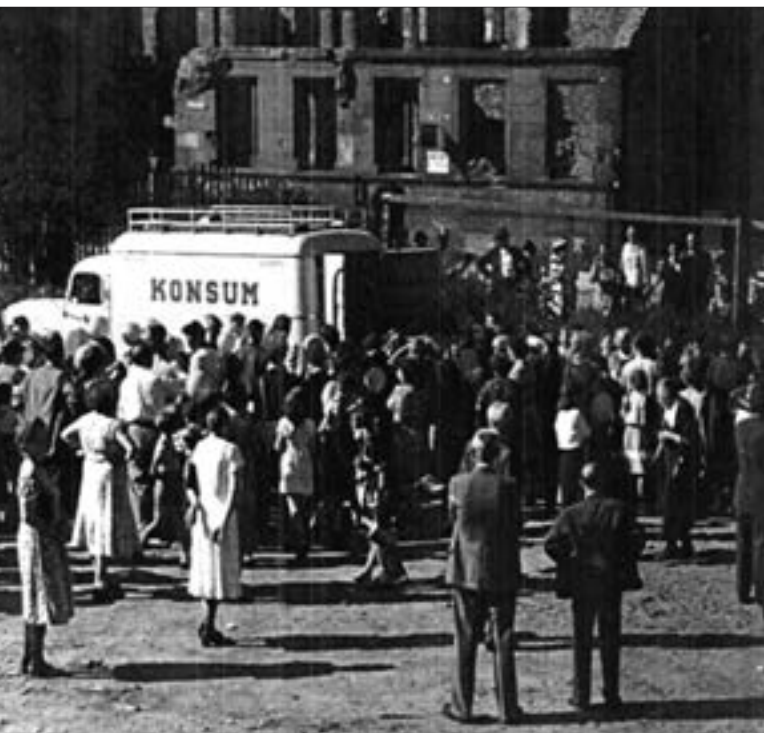


Arbeitslagern und beim Chemiekonzern IG Farben mit Brot beliefert. Dazu stützte sich der Mannheimer GEG-Betrieb auf osteuropäische ZwangsarbeiterInnen.

Mit nahendem Kriegsende wird es immer schwieriger, den Alltag in der Stadt aufrechtzuerhalten. Am 5. November 1944 machen Fliegerbomben die Metzgerei in der Industriestraße und das Lager der GEG in der Binnenhafenstraße dem Erdboden gleich.

Feuer zerstören Bäckerei und Konditorei in der Industriestraße. Die Produktion bricht zusammen. Die Regale bleiben leer. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verrammeln die Schaufenster der Verteilstellen mit Brettern. 33 Läden werden bis März 1945 im Kampf um die Stadt zerstört. Die Verteilstelle in der Waldhofstraße wird besonders schwer getroffen. Hier erinnert nichts mehr an einen

Die Nachfrage ist groß. Die Ware kommt deshalb mit dem Auto direkt zur Kundschaft. Diese steht in Zeiten der Lebensmittelknappheit geduldig Schlange.



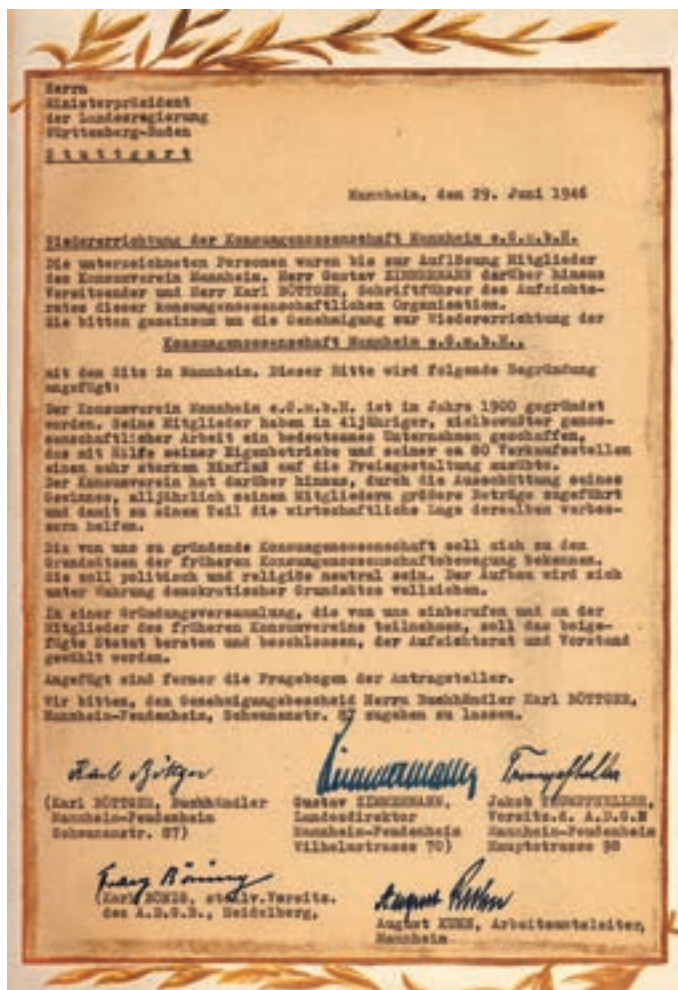
Konsumladen. Fast mit den letzten Schüssen wird die Getreidemühle der GEG schwer beschädigt. In nur 90 Minuten brennt sie vollständig aus. Am 29. März 1945 besetzt die US-Armee Mannheim.

Nach Kriegsende: Neuanfang in der Bundesrepublik

Die neue alliierte Militärregierung löste deutschlandweit alle mit der NSDAP in Verbindung stehenden Organisationen auf. Das betraf auch den „Versorgungsring“. Sein Vermögen wurde treuhänderisch von der amerikanischen Verwaltung übernommen. Überall in Deutschland wurden alte Vereinsmitglieder aus der Zeit vor 1933 wieder aktiv. In ihren Köpfen hatte die genossenschaftliche Idee die zwölfjährige NS-Herrschaft überlebt. Nun setzten sie sich für eine Neugründung der Genossenschaften ein. Schnell gab die amerikanische Militärregierung die Erlaubnis. Es war eine Zeit der Nahrungsmittelknappheit. Trotz Rationierungen war die Versorgungslage im Winter 1946 fatal. Die Produktionskapazitäten der Genossenschaften wurden dringend benötigt.

Bereits im Dezember 1945 war in Stuttgart ein Konsumgenossenschaftlicher Landesverein für Württemberg-Baden gegründet worden. Nun galt es, auch auf lokaler Ebene aktiv zu werden. In Mannheim ist es im November 1946 so weit. Unter Federführung der 1934 ausgeschiedenen Genossenschaftler Wilhelm Krauß und Gustav Zimmermann wird die „Konsumgenossenschaft Mannheim e.G.m.b.H.“ gegründet. Bis Herbst 1948 eröffnen in Mannheim und Heidelberg wieder 95 Verteilstellen.

Inzwischen war die alliierte Militärregierung in ganz Westdeutschland dazu übergegangen, Organisationen und Verbänden schrittweise ihre Souveränität zurückzugeben. Ab Oktober 1948 durfte auch der Mannheimer Konsumverein wieder selbst über sein Vermögen bestimmen. Nur wenige Monate später, am 23. Mai 1949 wird die Bundesrepublik Deutschland gegründet. Die Zeit der Ungewissheit war vorbei. Die genossenschaftliche Arbeit schien wieder ihren gewohnten Gang gehen zu können. Die Anzeichen dafür standen gut: Die erste bundesdeutsche Regierung unter Konrad Adenauer plante, mit ihrer Politik soziale Unterschiede ein Stück weit auszugleichen. Der Ansatz der Genossenschaften, auch ärmeren Schichten den Zugang zu Konsumgütern zu ermöglichen, sollte bei der Verwirklichung des Regierungsprojekts helfen.



Brief an den Ministerpräsidenten wegen der Neugründung des Konsumvereins vom 29. 6. 1946

Gleichzeitig galt es für die Bundesregierung auch, sich mit dem zweiten deutschen Staat zu messen. Die 1949 gegründete DDR machte die Konsumgenossenschaften zum wichtigsten Lebensmittelversorger. Im Kampf um das bessere System war eine stabile Versorgung der Bevölkerung wichtig. Hier wollte die Bundesrepublik obsiegen. In Westdeutschland herrschte in den 1950er Jahren ein antikommunistisches Klima. Wieder hätten die Genossenschaften eine gute Zielscheibe für politische Attacken abgegeben: Zwar

waren ihre Mitglieder selten politisch radikal, doch engagierten sich viele von ihnen in der SPD oder den Gewerkschaften. Über die „Bank für Gemeinwirtschaft“ waren die Genossenschaften zudem eng mit den Gewerkschaften verbunden. Aus diesen Gründen wurden jene, die beim Konsumverein einkauften, im Viertel oft als „rot“ beschimpft.

Und auch von der Politik gab es Gegenwind: Unter dem Druck des Einzelhandels beschränkte der Bundestag 1954 die Rückvergütung für die Mitglieder erneut auf 3% und bestätigte damit ein Gesetz aus der Zeit des Nationalsozialismus. Es blieb bis 1986 unverändert



Neueröffnung eines Konsumladens in der Schwetzingenstadt 1949

und wurde erst 2001 abgeschafft. Bis heute Gültigkeit hat eine andere Regelung: das Verbot für die Konsumvereine, Spareinlagen ihrer Mitglieder anzunehmen. Es geht zurück auf das Kreditwesengesetz aus dem Jahr 1934 – ebenfalls eine nationalsozialistische Initiative. Doch die Kontinuitäten haben auch Grenzen. In der Bundesrepublik wurde den Konsumvereinen erlaubt, ihre Waren auch an Nichtmitglieder zu verkaufen. Und vor allem mussten die Genossenschaften nun eine Auflösung nicht mehr fürchten.



November 1953: Wahlaufzuruf des Einzelhandelsverbandes: Der alte Beißreflex gegen den Konsum ist immer noch wach.

Noch zeitgemäß?

Neuaustrichtung im Zeichen des „Wirtschaftswunders“

Denn die Zeiten änderten sich. Noch 1948 verkündete ein Vertreter des Zentralverbands deutscher Konsumvereine im Mannheimer Rosengarten, der Verbraucher „müsse sich der Stärke seiner Konsumkraft bewußt werden, [...] um zu verhindern, daß sich in Deutschland der Kapitalismus neu installiere“. Damals schien noch nicht entschieden, wie das ökonomische Konzept der künftigen Bundesrepublik aussehen sollte. Im Verlauf der 1950er Jahre setzte sich das Konzept der „Sozialen Marktwirtschaft“ mehr und mehr durch. Es wollte die freie Marktwirtschaft mit sozialem Fortschritt verbinden. Doch bis die wirtschaftliche Leistung tatsächlich so groß war, dass sie soziale Verbesserungen für viele ermöglichen konnte, sollte es noch dauern. Bis in die 1960er Jahre waren deshalb ausgleichende Maßnahmen privater Träger wie beispielsweise der Diakonie, der Arbeiterwohlfahrt oder der Caritas ebenso wie die Ver-

sorgung der Arbeiterschaft durch die Konsumvereine wichtig. Doch mit der Rentenreform 1957 und der Einführung der Sozialhilfe 1961 übernahm der Staat zentrale soziale Funktionen. Vollbeschäftigung, Lohnsteigerungen und Arbeitszeitsenkungen Ende der 1950er und Anfang der 1960er Jahre tragen gleichzeitig dazu bei, dass nun die Erträge des „Wirtschaftswunders“ auch bei der Arbeiterschaft ankommen.

Gleichzeitig ging die Zahl der Industriearbeiter zugunsten von Angestellten im Dienstleistungssektor stetig zurück. Soziale Konflikte und Einkommensunterschiede existierten weiter, doch hatten sie ihre politische Sprengkraft häufig eingebüßt. Soziale Klassen schienen sich aufzulösen. Viele Bundesdeutsche hatten bald das Gefühl in einer „Mittelstandsgesellschaft“ zu leben, eine gesellschaftliche Herausforderung für die Genossenschaften.

Volle Regale im Konsum, hier ein Laden in Worms.



Unter dem Eindruck der Veränderungen gab der genossenschaftliche Zentralverband 1963 seine Ziele eines alternativen Wirtschaftsmodells als „unzeitgemäße Genossenschaftsvorstellungen“ auf. In den Vordergrund rückten jetzt rein ökonomische Interessen. Mit dem Mittelstand sollte eine neue Käuferschicht erschlossen werden. Die Konsumläden ähnelten bald immer mehr den konkurrierenden Kaufhäusern und Supermärkten. Der Preis war nun das entscheidende Kriterium, nicht länger Mitbestimmung oder Beteiligung. Mit der neuen Zielgruppe war der Einkauf bei der Genossenschaft für viele nicht mehr mit dem Glauben an ein alternatives Modell gemeinsamen Wirtschaftens verbunden. Die Verbraucher fühlten sich ungebunden, gingen immer öfter zur Konkurrenz. In den 1970er Jahren stellten Luxusgüter auch für die Arbeiterschaft keine Besonderheit mehr dar. Qualitativ hochwertige Lebensmittel waren zudem längst auch jenseits der Konsumläden erschwinglich. Die Genossenschaften hatten ihr Alleinstellungsmerkmal verloren.

Über ein Jahrhundert besaß die Bewegung politische Sprengkraft. Von den Regierungen wurden die Vereine als mögliche Bedrohung der bestehenden Ordnung empfunden. Sie fürchteten das revolutionäre Potenzial, das die Idee alternativer Wirtschaftsformen und die Verwurzelung in der Arbeiterschaft bargen. Andererseits wurden die Genossenschaften in all den Jahren auch als sozialer Stabilisator gebraucht. Dabei waren weder Revolution noch Systemstabilisierung je Ziel der Konsumvereine. Sie verstanden sich als politisch neutral. Dennoch wurden sie instrumentalisiert. Die Nationalsozialisten hatten die politische und wirtschaftliche Bedeutung der Vereine erkannt, bis sie im Krieg andere Prioritäten setzten. In der Bundesrepublik begannen sich die sozialen Gegensätze zwischen Arbeiterschaft und Bürgertum aufzulösen; auch das Klassenbewusstsein schwand. Das wirtschaftliche System war gefestigt. Die Bewegung hatte sich selbst überlebt, von ihr ging nunmehr weder politische Gefahr noch Chance aus.

Persönliche Bereicherung:

Ohne Ideale in den wirtschaftlichen Ruin

Die alten Widersacher und Förderer verloren schnell das Interesse. Wenigstens die Gewerkschaften hielten den Konsumgenossenschaften lange die Treue. Die „Bank für Gemeinwirtschaft“ versorgte die Genossenschaften lange Zeit mit immer neuen Krediten. Doch der wirtschaftliche Verfall war nicht aufzuhalten. Um die maroden Genossenschaften noch zu retten, drängte die Bank darauf, eine

zentrale Aktiengesellschaft zu gründen. 1974 wird die „co op AG“ in Frankfurt gegründet, der auch die co op Kurpfalz beitreten muss.

Profitmaximierung ist das Ziel. Einflussreiche Gewerkschafter besetzen wichtige Positionen im Aufsichtsrat. Ein dubioses Geflecht von Briefkastenfirmen wird etabliert. Die Gewerkschaften, die bis 1985 die Mehrheit der co op-Aktien halten, sind in das undurchsichtige Geschäftsgebaren verwickelt. Ein Trio um den Vorstandschef Bernd Otto macht sich die wirren Strukturen zunutze. Jahrelang wirtschaftet es in die eigenen Taschen. Ein Skandal. Er bedeutet das Ende für die Konsumgenossenschaftsbewegung in Deutschland. Bis heute fehlt eine historische Aufarbeitung und politische Bewertung dieses letzten Kapitels konsumgenossenschaftlicher Geschichte.

Über Jahrzehnte mussten die Konsumvereine immer wieder Vereinnahmung und Auflösung durch die Politik fürchten und ertragen. Sie scheiterten letztendlich aus wirtschaftlichen Gründen. Für die Politik waren sie längst nicht mehr relevant: Als die Nachfolgesellschaft des Mannheimer Konsumvereins, die co op Kurpfalz, Mitte der 1980er Jahre pleitegeht, ist kein Politiker mehr zur Stelle, um sie zu retten. ■



Eine seltene Serie von Farbbildern aus dem Jahr 1953: die Neueröffnung eines Ladens in Frankenthal mit der Regenbogen-Fahne der internationalen Konsumgenossenschaft an der Fassade.



Das Tempo unserer Zeit kennt keine Pause

Der Konkurrenzkampf mit dem Einzelhandel

Von Beate L. Matthes

Wenn man heute in Mannheim Ausschau nach Verkaufsläden der Konsumgenossenschaft hält, sucht man vergeblich. Kein einziger Laden ist geblieben. Dabei war der Konsumverein lange Zeit Vorreiter im Einzelhandel. Er schrieb noch schwarze Zahlen, als andere Genossenschaften bereits in Schulden versanken. Auf den ersten Blick scheint es, als wäre die Rivalität der Mannheimer Einzelhändler für das Scheitern der Konsumgenossenschaft verantwortlich gewesen. Doch es steckt mehr dahinter.

Modernste Verkaufsmethoden und Ladengeschäfte sind neben einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis grundlegend für das Erscheinungsbild eines Einzelhandelsunternehmens. Das wusste auch die Mannheimer Konsumgenossenschaft. Sie prägte bis in die 1970er Jahre maßgeblich die Mannheimer Verkaufslandschaft. Ihr Erfolgsrezept: überdurchschnittliche Qualität zu kleinen Preisen in einem angenehmen Geschäftsumfeld. In den 1960er Jahren revolutionierte die Konsumgenossenschaft den Einzelhandel. Sie vergrößerte die Ladenflächen der Geschäfte, führte Selbstbedienung ein. Damit passte sie sich den neuen Bedürfnissen von Verbraucherinnen und Verbrauchern an. Tante-Emma-Lädchen verschwanden und machten Platz für helle, luftige Selbstbedienungsläden im Stil der modernen Supermärkte

Die Genossenschaft beherrscht „das Tempo der Zeit“, wie der Vorstand der Mannheimer Konsumgenossenschaft im Geschäftsbericht von 1961 mit Blick in die Vergangenheit ausführt. Auf diesen Erfolg reagierten die Mannheimer Einzelhändler immer wieder mit eigenen Kampagnen. Der Wettbewerb mit diesen starken Widersachern prägt die Geschichte der Konsumgenossenschaft in Mannheim: „Ein Teil der Mannheimer Geschäftsleute stand von Anfang an dieser Organisation feindselig gegenüber“, bemerkt der badische Regierungsrat und Konsumgenossenschafter Emil Hoffmann in seiner 1925 erschienenen Publikation über den ersten Mannheimer Konsumverein.

Konsumgeld und Kooperationen: Gewerbliche Strategien in der Zeit der ersten Gründung

Die Anfänge der ersten Mannheimer Konsumgenossenschaft liegen im Frühjahr 1866. Ihren Sitz hatte sie im Quadrat R 3. Eigene Läden gab es zu Beginn noch keine. Deshalb waren die Gründer auf Kleinhändler vor Ort angewiesen. Bei der Zusammenarbeit mit ihnen setzte der Konsumverein auf eine spezielle Konsumwährung: Seine Mitglieder konnten gegen Bargeld Marken der Genossenschaft erwerben. Diese tauschten sie dann bei Kleinhändlern, die mit der Konsumgenossenschaft kooperierten, gegen Waren ein. Die Konsumgenossenschaft wollte so gegen die Praxis des Anschreibens kämpfen. Vor allem ärmere Menschen mussten ihre Lebensmittel häufig „auf Pump“ kaufen, weil der Lohn nicht ausreichte. Sie häuften hohe Schulden bei ihren Händlern an und gerieten so in Abhängigkeiten. Die Konsummarken sollten dies verhindern. Der Konsumverein wollte seine Mitglieder dazu anhalten, nur das zu kaufen, was sie auch direkt bezahlen konnten. Doch die Zusam-

Einer der ersten Konsum-Läden in Worms



menarbeit der Genossenschaft mit den Kleinhändlern scheiterte, weil diese sich nicht an die abgeschlossenen Verträge hielten und sich weigerten, Konsummarken als Zahlungsmittel anzunehmen. Deshalb beschloss der Verein, sich vom Einzelhandel unabhängig zu machen.

Bereits im August 1866 eröffnet die Mannheimer Konsumgenossenschaft in D 2, 1 – heute die Hauptstelle der Sparkasse – ihren ersten eigenen Laden, in den nächsten Jahren folgten weitere. Die Waren bezog die Genossenschaft direkt von den Produzenten und umging damit den Zwischenhandel. Es galt, möglichst niedrige Preise für die Mitglieder zu sichern. Der Mannheimer Konsumverein schloss sich daher schon ein Jahr nach seiner Gründung mit anderen Konsumgenossenschaften zur „Wareneinkaufsgenossenschaft der süddeutschen Konsumvereine“ mit Sitz in Mannheim zusammen. Der gemeinschaftliche Einkauf war kostengünstig und bot darüber hinaus den Konsumgenossenschaften die Möglichkeit, Erfahrungen auszutauschen und sich gegenseitig zu unterstützen.

Konsum-LKW von Ludwigshafen. Auch dort gab es eine eigene Sauerkrauteinschneiderei.



Trotz dieses innovativen Prinzips Waren zu beziehen blieb das Markensystem für den Einkauf bei den Einzelhändlern vorerst bestehen. Die eigenen Läden reichten nicht aus, um den Bedarf der Mitglieder zu decken. Deshalb wurden neue Häuser gekauft oder – wie in E 1,4 – gebaut. Dabei überschätzte die Genossenschaft ihre finanziellen Möglichkeiten. Sie nahm Kredite auf, die sie nicht tilgen konnte. Das war der Anfang vom Ende: 1875, knapp zehn Jahre nach ihrer Gründung, war die erste Mannheimer Konsumgenossenschaft bankrott. Ihre fast ausschließlich bürgerlichen Mitglieder hafteten infolge des damals geltenden Genossenschaftsgesetzes mit ihrem gesamten Vermögen, ein Schock für die Betroffenen und prinzipiell ein Hinderungsgrund für ärmere Menschen, sich in der Genossenschaft zu engagieren. Doch nicht nur die Gesetzeslage sowie Fehlkalkulation standen einem Erfolg des ersten Mannheimer Konsumvereins entgegen. Die Ursachen für das Scheitern finden sich auch im Mannheimer Umfeld. Noch fehlte eine breite Arbeiterschaft in der Quadratestadt. Die wenigen Fabrikarbeiter, die es gab, lebten oft in Kost und Logis und hatte deshalb mit dem Einkauf wenig zu tun. Und das ansässige Bürgertum war nicht

bereit von den alteingesessenen Händlern zum neuartigen Verein zu wechseln. Das alternative Wirtschaften der Konsumgenossenschaft konnte sich Ende des 19. Jahrhunderts noch nicht gegen die Macht der „Krämer“ behaupten. Erst 25 Jahre später gab es einen neuen Anlauf des Konsumvereins.

Eigenproduktion ermöglicht Unabhängigkeit: Erfolgsrezepte zu Beginn des 20. Jahrhunderts

Die zweite Gründung eines Konsumvereins in Mannheim erfolgte im Jahre 1900. Die Situation in der Stadt hatte sich gewandelt – die konsumgenossenschaftliche Idee konnte sich durchsetzen. Dazu trug wesentlich die gewachsene Bevölkerung bei. Mannheim war zu einer Industriestadt mit einer großen Arbeiterschaft geworden. Es war schwierig, die vielen Menschen mit qualitativ guten Produkten zu erschwinglichen Preisen zu versorgen. Hier schuf die wieder gegründete Konsumgenossenschaft Abhilfe. In eigenen Läden bot sie

eine kostengünstige Versorgung mit Grundnahrungsmitteln an, die sie teilweise selbst produzierte. Schon 1904 gab es eine Bierabfüllerei, im Jahr darauf folgte der Bau einer Sauerkrauteinschneiderei.

Weitere, durchweg hochmoderne Betriebe, wie 1908 eine Limonadenabfüllerei und 1912 eine Großbäckerei, erweiterten das Spektrum der Mannheimer Fabrikation. Im Gegensatz zu den Waren der Krämer sollten die zum Verkauf angebotenen Produkte unverfälscht sein. Viele Kleinhändler verkauften zu dieser Zeit nämlich verdorbene oder gestreckte Lebensmittel. Sie mussten angesichts der genossenschaftlichen Konkurrenz um ihre Absatzmöglichkeiten fürchten. Deshalb verweigerten einige die Zusammenarbeit und übten Druck auf Produzenten aus:

„Die unterzeichneten Bäckermeister verpflichten sich gegen Ehrenwort und Konventionalstrafe von 300 Mark, an den Konsumverein weder Waren zu liefern, noch Konsumgeld an Zahlungsstatt anzunehmen.“

Bäckerrevers „Die unterzeichneten Bäckermeister verpflichten sich gegen Ehrenwort und Konventionalstrafe von 300 Mark, an den Konsumverein weder Waren zu liefern, noch Konsumgeld anzunehmen.“

Um ihre Mitglieder dennoch mit Gütern zu versorgen, musste die Genossenschaft andere Wege gehen. Dies konnte sie gemeinsam mit der „Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Consumvereine“ (GEG).

Die GEG war 1894 in Hamburg von 47 deutschen Konsumgenossenschaften zunächst als reine Großhandelsorganisation gegründet worden, um die Konsumvereine mit Waren zu versorgen. Ab 1910 begann die GEG, selbst zu produzieren. So konnte sie Qualität und Endpreis der Produkte kontrollieren. Das erklärte Ziel war, möglichst viele Artikel, die von den Genossenschaften vertrieben wurden, selbst zu erzeugen. Produktionsstätten aller Art entstanden und bildeten bald deutschlandweit ein dichtes Netz genossenschaftseigener Betriebe. Bis 1931 waren es 56 Betriebe, die von Nudeln und Käse über Zigaretten bis hin zu Seife und Schuhen eine große Bandbreite an Waren herstellten. In Mannheim war die GEG ab 1901 mit einem Büro und Lagern präsent. Seit 1910 verfügte sie obendrein über eine Tabakwarenfabrik in Hockenheim sowie ab 1917 über eine Weinkelerei in der Pfalz. Mit dem Bau der „genossenschaftlichen



Die Werbung in der Zeitschrift „Badische Heimat“ von 1927 hebt die Eigenproduktion hervor

Burg“ zwischen 1927 und 1931 entstand direkt am Mannheimer Industriehafen ihre größte Produktionsstätte im süddeutschen Raum mit einem Kaffeewerk, einer Nudelfabrik und einer Getreidemühle. Damit hatte sich die Genossenschaft weitgehend von den Zwängen der externen Produktion befreit und an Marktmacht gewonnen. Mit fortschrittlichster Technik war sie der Konkurrenz immer eine Nasenlänge voraus, was lange Zeit so bleiben sollte.

Die teils vollautomatische Erzeugung liefere „kontinuierliche Spitzenqualität“, die Anlagen gehörten „zu den modernsten Betrieben ihrer Art in Europa“, fasst die Allgemeine Zeitung im Jahre 1956 zusammen. Doch der Wettbewerb mit den Einzelhändlern kostete viel Kraft. Immer wieder seit der Gründung des Konsumvereins zeigte sich, wie einflussreich sie nicht nur auf ökonomischer, sondern auch auf politischer Ebene waren.

Kämpfe auf politischem Parkett: Bündnisse von ideologischen und ökonomischen Konkurrenten

Ende der 1920er Jahre verschärft sich der Konflikt zwischen Einzelhändlern und Konsumverein. Die Einzelhändler gehen nun politisch gegen die genossenschaftliche Konkurrenz vor. Sie agitieren bei Politikern und Parteien und vereinigen sich im „nationalsozialistischen Kampfbund des gewerblichen Mittelstandes“. Ihr Engagement trägt Früchte. Auch der Mannheimer Konsumverein muss dies 1930 im Geschäftsbericht feststellen: „In neuester Zeit hat es der neidische Krämergeist fertig gebracht, durch Reichsgesetz eine Sonderbesteuerung für die Konsumvereine zu schaffen, und dadurch unsere Entwicklung zu hemmen.“ Die Einzelhändler hofften, durch ihre Kampagnen die Vorteile des genossenschaftlichen Wirtschaftens auszugleichen und ihren starken Konkurrenten empfindlich zu treffen.

Die NSDAP verfolgte nach ihrer Machtübernahme im Januar 1933 das Ziel, alle Institutionen und Organisationen gleichzuschalten, also der ideologischen Ausrichtung der Partei unterzuordnen. Der Einzelhandel war in der Partei stark vertreten und konnte jetzt direkter gegen die Genossenschaften vorgehen. Dies gelang bereits

Beeindruckend großer Fuhrpark des Mannheimer Konsumvereins um 1925



1933, als die Selbstverwaltung des Mannheimer Konsumvereins zerschlagen wurde. Der neue parteitreue Vorstand betont im Geschäftsbericht: „Damit ist ein unfruchtbarer Streit beendet. Verbrauchergenossenschaft und Einzelhandel sind gleichgestellt. Es gibt kein Gegeneinander mehr, sondern nur noch ein Miteinander!“ Die Genossenschaft strebt nun danach „der Wirtschaft der Nation zu dienen“, wie 1934 die Neue Mannheimer Zeitung schreibt. Trotz dieser propagierten Angleichung konkurrierten Einzelhandel und Konsumgenossenschaft auch weiterhin. Schließlich konnten die Mannheimer immer noch zwischen herkömmlichen Einzelhandelsgeschäften und den Konsum-Filialen wählen. Damit blieb die Konkurrenzsituation im Alltag zunächst bestehen. Doch im Laufe der Jahre ändern sich die Prioritäten. Der Mannheimer Konsumverein, inzwischen nicht mehr eigenständig, sondern Teil des Versorgungsringes Nordbaden, muss kriegswichtige Aufgaben übernehmen. Dazu gehören die Versorgung der Reichswehr und die Aufrechterhaltung des Zwangsarbeitersystems. Daran beteiligte Unternehmen werden mit Waren beliefert.

Ein Riese erwacht: Aufstieg durch Innovation in der Bundesrepublik Deutschland

Nach dem Zweiten Weltkrieg will der Mannheimer Konsumverein 1945 nicht auf die Vergangenheit zurückblicken, sondern in die Zukunft schauen. Nach seiner Neugründung 1946 erhält er 1948 seine Vermögenswerte zurück. In den ersten Nachkriegsjahren, die durch Entbehrungen geprägt sind und in denen viele Deutsche an Hunger und Wohnungsmangel leiden, bewährt sich die Konsumgenossenschaft. Sie beliefert 95 Verteilstellen in Nordbaden und stellt im Herbst 1949, als die Lage nochmals prekär wird, die Brotversorgung der Mannheimer Bevölkerung sicher. Angesichts dessen erstaunt es nicht, dass die Mitgliederzahl in die Höhe schießt. Zwischen 1949 und 1964 hat sie sich von 15.424 auf rund 35.000 Genossenschafter mehr als verdoppelt.

Seit Ende der 1950er Jahre verbesserte sich die Lebenssituation der Deutschen und zunehmend war nicht mehr nur der Preis eines Produktes ausschlaggebend für den Kauf. Die appetitliche Verpackung von Lebensmitteln war ebenso wichtig wie eine kompetente Beratung beim Kauf von Konsumgütern, die jetzt zunehmend die Regale der Filialen füllten. Der Einkauf musste zum Erlebnis werden. „Der moderne Verbraucher ist einem aus dem Schlaf erwachten Zyklopen ähnlich“, so beschreibt der Verband der Einzelhändler in

Mannheim 1964 die neue Macht des Kunden. Ein Riese also mit unglaublicher Macht, den jeder Händler zufriedenstellen muss, um sich zu behaupten. Der Mannheimer Konsumverein zieht Konsequenzen: „Die Konsumgenossenschaften sind Teil der Wirtschaft und müssen sich – ob es immer als wünschenswert erscheinen mag oder nicht – den Marktverhältnissen anpassen.“, kommentiert der Vorstand 1965 im Geschäftsbericht die Entwicklung.

Der Konsumverein passt sich den neuen Verbraucherbedürfnissen an – und wird dafür belohnt. Alte Kunden bleiben treu, neue können hinzugewonnen werden. Grund hierfür ist auch die Bereitschaft zu Innovationen. Der Konsumverein stellte schon ab Anfang

der 1950er Jahren auf Selbstbedienung um und gestaltet damit den Einzelhandel neu.

Zudem wird nun das Sortiment erweitert. Die Kundschaft findet vermehrt „Luxusartikel“ der damaligen Zeit wie Kosmetika und Haushaltswarengeräte – Kühlschränke waren begehrt – vor. Insgesamt löst sich in dieser Übergangsphase jedoch das Herzstück der Konsumgenossenschaftsbewegung mehr und mehr auf: Die ideellen Grundlagen müssen wirtschaftlicher Rentabilität weichen. Diese Entwicklung wird letztendlich zum Untergang des Mannheimer Vereins führen.

Mit der Selbstbedienung revolutionierte die Konsumgenossenschaftsbewegung den Einzelhandel in Deutschland. 1961 gibt es in Mannheim schon 62 Selbstbedienungsläden des Konsumvereins.





(Neubau 1950er) In den Neubaugebieten der Nachkriegszeit entstanden großzügige moderne Konsum-Läden (Foto ohne Datum und ohne Ort).

Cooperative Blüte: Hochzeit und Wendepunkte in den 1960er Jahren

Zunächst schien der Konsumverein jedoch unendlich viel leisten zu können. Die Genossenschafte(r)innen und Genossenschafte(r) entdeckten neue Geschäftsbereiche und eroberten den Dienstleistungssektor: Reisevermittlungen, Versicherungsverträge und vieles mehr wurden seit Ende der 1960er Jahre in Mannheim angeboten. Damit öffnete sich der Konsumverein einer noch breiteren Klientel.

Doch das Innovationspotenzial hatte Grenzen – nicht nur ideell, sondern auch ökonomisch. Die Zeit des Wiederaufbaus und eines damit einhergehenden rasanten Wirtschaftswachstums war beendet. 1967 war deutschlandweit „ein Jahr der Rezession“, wie der Vorstand im Geschäftsbericht feststellte. Der Gewinn war von 103.770 DM auf 21.183 DM zurückgegangen und damit verschwindend gering. Als Konsequenz schloss sich die Mannheimer Konsumgenossenschaft Ende des Jahres mit dem Konsumverein Ludwigshafen zusammen, um gemeinsam effizienter zu wirtschaften. Die Konsumgenossenschaft Kurpfalz war geboren, 1969 wurde sie in co op Kurpfalz eG umbenannt. Das zusätzliche Kapital sorgte für neue Schubkraft. Umgehend errichtete die Gemeinschaft einen Verbrauchermarkt in Mannheim-Käfertal. Dieses Einkaufszentrum am Stadtrand war erneut Ausdruck der genossenschaftlichen In-

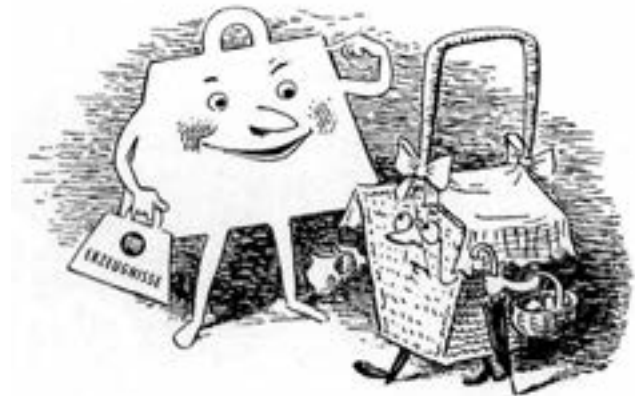
novationsfähigkeit. Es vermarktete wie die großen Warenhäuser „Datteln und Doppelbett unter einem Dach“, wie der Bericht des „Mannheimer Morgen“ zur Eröffnung Ende April 1968 titelt. Diese Entwicklung wird von langjährigen Genossenschafte(r)innen und Genossenschafte(r)n durchaus kritisch beäugt. Eine Mannheimer Zeitung bringt es 1970 auf den Punkt: „Opas Konsumfiliale ist tot: Coop ändert das Ladengesicht.“

Die Genossenschaft wirtschaftet mit glücklicher Hand, 1975 betont sie stolz in ihrer Jubiläumszeitung: „Die Geschichte der co op Kurpfalz ist die Geschichte bewährter und durch keine äußeren Widerstände und Widersacher zerstörbarer Selbsthilfe genossenschaftlich organisierter Verbraucher.“

Die Konkurrenz schläft nicht: Verschärfter Wettbewerb durch Discounter

Doch längst haben sich dunkle Wolken über der co op-Gruppe zusammengebraut. Denn zeitgleich mit den wirtschaftlichen Erfolgen der co op Kurpfalz verschlechtert sich ab Anfang der 1970er Jahre die allgemeine Lage der Konsumgenossenschaften in Deutschland. Allein 1974 müssen die deutschen Konsumvereine rund 400 Mitarbeiter entlassen. Der intensive Wettbewerb im Einzelhandel hinterlässt Spuren. Die Konsumgenossenschaften können ihre Kundschaft nicht mehr zufriedenstellen, während die Konkurrenz mit vielfältigen Angeboten und bunter Werbung lockt.

Sichtbare Vorreiterrolle: Moderne Einkaufstasche der Konsumgenossenschaft gegen altmodischen Bastkorb.





„Miteinander geht es besser“: Motto des Konsumvereins im Jahre 1955. Im Laufe der Zeit löste sich dieser Zusammenhalt immer mehr auf.

Discounter mit schlichtem Ladendesign, einem breit gefächerten Warenangebot und Dauertiefpreisen verändern die Wettbewerbssituation. Sie stellen durch ihre Preispolitik nicht nur eine Bedrohung für die Konsumgenossenschaften dar, sondern steigern auch die Existenzangst traditioneller Einzelhändler. Der verschärfte Wettbewerb verringert die elementaren Unterschiede zwischen Konsumgenossenschaft und Einzelhandel: Umstrukturierungen innerhalb der konsumgenossenschaftlichen Organisation dienen nun mehr wirtschaftlichen als ideellen Zielen. Wie im Protokoll einer Aufsichtsratssitzung der co op Kurpfalz aus dem Jahr 1974 für Mannheim vermerkt ist, will die co op - Zentrale durch überregionale Zusammenschlüsse „einen Konkurs der einzelnen verschuldeten Konsumgenossenschaften vermeiden“. Schließlich entsteht ab Mitte der 1970er Jahre eine große Verwaltungseinheit – die co op eG mit Sitz in Frankfurt am Main. Sie vereint einen Großteil der westdeutschen Konsumvereine. Die co op Kurpfalz verweigert sich jedoch der Fusion. Das Protokoll einer Sitzung von Vorstand und Aufsichtsrat im Mai 1974 hält dies fest: „Alle waren sich einig, dass eine so massive Konzentration von wirtschaftlich kranken Genossenschaften niemals eine Gesundung des ganzen Gebildes bringen könnte.“ Deshalb modernisierte die co op Kurpfalz lieber ihre eigenen Läden, anstatt Verantwortung an Frankfurt abzugeben. Dies wussten die

Kunden zu schätzen: 1975 wurden knapp zwei Millionen DM erwirtschaftet, 25% mehr als im Vorjahr. Doch der hohe Umsatz machte die co op Kurpfalz für den Frankfurter Zusammenschluss nur noch attraktiver, denn dieser suchte ja gerade potente Partner. Der Druck auf die Kurpfälzer verstärkte sich und die Frankfurter stellten ihnen ein Ultimatum. Die Leitung der co op Kurpfalz konstatierte Ende 1974 bestürzt, „dass unser Nichteintritt einen solchen Hass ausgelöst“ hat. Sie fragte deshalb: „Schaffen wir es oder schaffen wir es nicht“, diesem massivem Drängen standzuhalten? Sie schafften es nicht und mussten sich schließlich dem Druck der Frankfurter Vereinigung beugen.

Vor einem co op Supermarkt



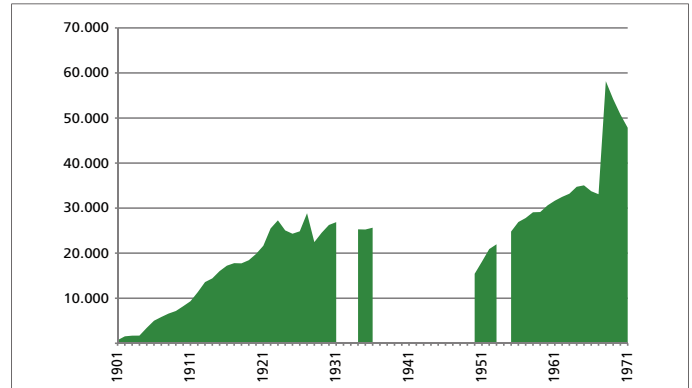
Bekämpfter Niedergang: Der Konzentration folgt die Insolvenz

Im Jahre 1982 gründeten die co op Kurpfalz eG und die mittlerweile zur Aktiengesellschaft gewandelte co op AG Frankfurt gemeinsam die co op Rhein-Neckar AG mit Sitz in Ludwigshafen. Damit verlor die co op Kurpfalz ihre Unabhängigkeit. Richtungsweisende Entscheidungen mussten nun miteinander abgesprochen werden. Das gemeinschaftliche Unternehmen rutschte bald in die roten Zahlen. Deshalb lösten sich die Kurpfälzer bereits 1986 wieder aus dem Verbund. Sie wurden nun auch zu einer Aktiengesellschaft – der co op Kurpfalz AG.

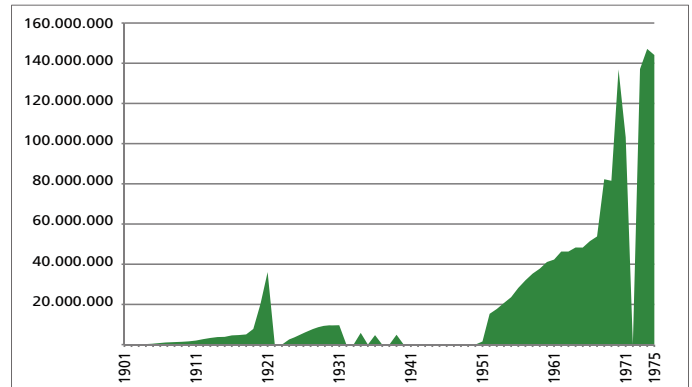
Durch den Börsengang sollte neues Geld in die Kassen kommen. Es sollte helfen, das Unternehmen zu sanieren, was jedoch nicht gelingt. Schon im Folgejahr müssen sich die Kurpfälzer der Frankfurter co op AG vollständig geschlagen geben. Diese übernimmt nun die komplette Verwaltung. Von Idealen ist keine Rede mehr. Einige Mitglieder des Vorstandes um den Vorsitzenden Bernd Otto wirtschaften in die eigene Tasche und verschulden das genossenschaftliche Unternehmen um einige Milliarden DM. 1988 wurde der immense Wirtschaftsskandal publik. Trotz jahrelanger Verhandlungen war das Urteil für viele Genossenschaftler unbefriedigend: „Das ist so, als würde ein Mörder wegen Sachbeschädigung bestraft, weil er bei der Tat den Anzug seines Opfers besudelt hätte.“, wird 1993 ein Anwalt im Spiegel zitiert.

Der ehemals genossenschaftliche Betrieb war nicht mehr zu retten. Im Insolvenzverfahren 1989 stellt eine Mitarbeiterin im „Mannheimer Morgen“ hilflos fest: „Wir sind doch bloß ganz kleine Zahnrädchen in einem riesigen Uhrwerk.“ Sie und ihre Kolleginnen und Kollegen müssen dabei zusehen, wie die Mannheimer Konsum-Läden an das Stuttgarter Einzelhandelsunternehmen „Nanz“ verkauft werden. Die Konkurrenz der Einzelhändler war also nur indirekt für den Niedergang des konsumgenossenschaftlichen Prinzips verantwortlich. Mannheim war dem Wettbewerbsdruck durchaus gewachsen und konnte es mit dem „Tempo der Zeit“ aufnehmen. Erst der Zwang der Genossenschafts-„Freunde“ zu immer größeren Zusammenschlüssen und die Preisgabe der eigenen Ideale führten zum Niedergang der Konsumgenossenschaft.

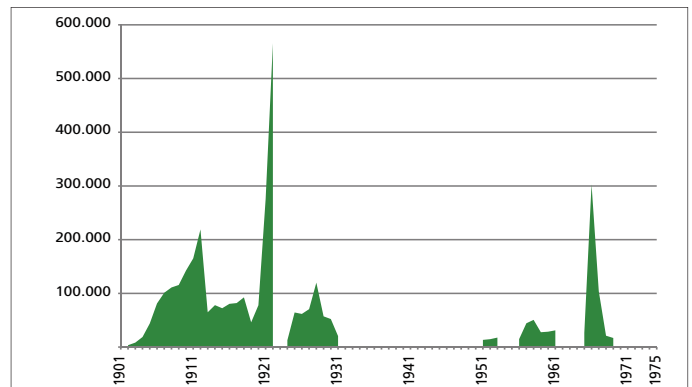
Es gibt heute noch in Norddeutschland die co op Genossenschaft, die sich der Aktiengesellschaft nicht angeschlossen hatte. Sie beschäftigt zur Zeit über 10.000 Mitarbeiter. Ihr beigetreten ist z.B. die co op Ulm. Und standhaft blieb auch die kleine co op Nordschwarzwald, die seit über hundert Jahren bis heute in Calw ihre Kundschaft versorgt. ■



1. Die Entwicklung der Mitgliederzahlen der Konsumgenossenschaft Mannheim von 1901 bis 1971



2. Die Entwicklung des Umsatzes der Konsumgenossenschaft Mannheim von 1901 bis 1975



3. Die Entwicklung des Gewinns der Konsumgenossenschaft Mannheim 1901 bis 1975

Von der eG zur AG

Eine Umwandlung mit Konsequenzen für die Mannheimer Konsumgenossenschaft

Von **Beate L. Matthes**

Zu Beginn der 1970er Jahre diskutiert die co op Kurpfalz eG die Umwandlung ihrer eingetragenen Genossenschaft in eine Aktiengesellschaft (AG). Die Rechtsformen einer Genossenschaft und einer Aktiengesellschaft unterscheiden sich dadurch, dass die Stimmen der Anteilseigner jeweils unterschiedliches Gewicht haben. In einer Genossenschaft hat jedes Mitglied eine Stimme – egal wie viele Anteile es hält. Die Stimmen verteilen sich also gleichmäßig auf alle Mitglieder. Dies entspricht dem demokratischen Anspruch der Genossenschaft. Das Stimmrecht der Aktieninhaberinnen und Aktieninhaber hängt hingegen von der Anzahl der eigenen Aktien ab. Je mehr Aktien eine Person besitzt, desto mehr Einfluss kann sie auf die Gesellschaft ausüben. Um Anlegerinnen und Anleger zufrieden zu stellen, schüttet eine Aktiengesellschaft Dividenden, also Gewinnbeteiligungen, aus. Ihr Ziel ist es deshalb, möglichst hohe Gewinne zu erzielen.

Bei einer Entscheidung zwischen Genossenschaft und Aktiengesellschaft geht es nicht nur um die Rechtsform, sondern auch um unterschiedliche Grundprinzipien: Die Genossenschaft will im Sinne der Verbraucherinnen und Verbraucher wirtschaften und investiert die Gewinne in erster Linie direkt zu ihrem Wohl. Für die Aktiengesellschaft hingegen ist die Kundennähe zweckmäßig: Sie versucht zwar auch, die Kundenschaft an sich zu binden, die Gewinne fließen allerdings in private Taschen. So wird die Unternehmenspolitik hier von Einzelnen bestimmt. Die Interessen der Basis, die aufgrund geringer Anteile wenig mächtig ist, können leichter umgangen werden. Daher wehrt sich die Mann-

heimer Konsumgenossenschaft lange gegen die Umwandlung. Sie befürchtet, dass der Genossenschaftsgedanke unter der Gewinnerorientierung der Anlegerinnen und Anleger leidet. Diese bieten der Genossenschaft allerdings zusätzliches Kapital. Liquide Mittel also, um dringend erforderliche Investitionen zu tätigen, etwa um die Läden zu modernisieren. Dieser Anreiz ist auch für die sonst so kritische Mannheimer Konsumgenossenschaft letztendlich so stark, dass sie sich 1982 anlässlich der Gründung der co op Rhein-Neckar AG umstrukturiert. Eine Entscheidung, welche den Konsumverein unwiderruflich verändert. Der Idealismus muss sich der Wirtschaftlichkeit geschlagen geben. ■

Eine Aktie der co op AG West über 50 DM.
Aktien ersetzen nach der Umwandlung der eingetragenen Genossenschaft das Mitgliedsbuch.



Schließung auf Raten – Die GEG von 1957 bis 1996

Interview mit Peter Voermann, ehemaliger Geschäftsführer der Park-Mühle Mannheim

Frage: Herr Voermann, Sie kennen die GEG-Betriebe in Mannheim schon seit langem, Sie haben als junger Mann insgesamt ein Jahr dort gearbeitet und sogar gewohnt, später waren Sie der Geschäftsführer der „Park-Mühle“. Schon allein der Name „Park-Mühle“ zeigt, dass sich dort etwas verändert hat. Berichten Sie doch mal von Ihren ersten Begegnungen mit der GEG in Mannheim.

Antwort: Zum ersten Mal war ich 1957 in der Mannheimer GEG. Ich war damals Lehrling in einer Mühle in Schleswig-Holstein. Ich habe anlässlich eines Urlaubes mit meinen Eltern, die überzeugte Genossenschaftler waren, die GEG-Mühle und

Im obersten Stock dieses Wohnhauses lag das Gästezimmer. Ansonsten wohnten dort die Betriebsleiter der Fabriken.



-Teigwarenfabrik besichtigt. 1962 begann ich meine Tätigkeit bei der Duisburger GEG, in der Betriebsleitung der dortigen Mühle. Die GEG hatte damals vier Mühlen in der Bundesrepublik. Zur Einarbeitung in die betrieblichen Abläufe wurde ich für ein halbes Jahr nach Mannheim geschickt. Mannheim war eindeutig der „GEG-Vorzeigebetrieb“ für diesen Bereich. Dort fanden ab 1963 auch die monatlichen Leitungskreistreffen aller GEG-Betriebsleiter des Arbeitsgebietes Getreidebetriebe statt, sodass ich immer engen Kontakt zu den Mannheimer GEG-Betrieben hatte.

1965 war ich wieder für ein halbes Jahr in Mannheim, diesmal in der Teigwarenfabrik, denn ich übernahm in Duisburg die Leitung der GEG-Teigwarenfabrik. Ich wohnte wieder auf dem Gelände in einem Gästezimmer.

Frage: An was erinnern Sie sich? Wie war es, am Industriehafen mitten zwischen Produktionsbetrieben zu leben? War es laut, wie roch es?

Antwort: Die Lautstärke auf dem Gelände war aufgrund der soliden Bauweise der Gebäude relativ gering. Lediglich der LKW-Verkehr sorgte für eine permanente Geräuschkulisse.

An die Gerüche kann ich mich sehr gut erinnern. Die kamen meist aber nicht von den Produktionsbetrieben der GEG. Vom Kaffeewerk roch es während des Röstvorgangs recht angenehm. Aber je nach Windrichtung roch es auf dem ganzen Gelände sehr penetrant nach Chemikalien von der BASF oder aber – genauso unangenehm – von der benachbarten „Margarine-Union“ nach ranzigem Fett. Hinzu kam die Staubbelastung von der Brikettfabrik auf der anderen Seite des Industriehafens und auch vom Strebelwerk auf der Friesenheimer Insel. Die meisten dieser Betriebe existieren heute nicht mehr.

Frage: Welche Sozialeinrichtungen gab es in der „Burg“?

Antwort: Da ist als erstes die gute Kantine zu erwähnen. Sie lag in dem großen Flachbau in der Mitte des Grundstücks, der auch einen Teil der Werkstätten enthielt. Heute sind dort einige Handwerksbetriebe eingemietet.

Die Kantine gab es von Anfang an in der „Burg“ und sie war zum damaligen Zeitpunkt eine enorme Errungenschaft, wie überhaupt die sozialen Einrichtungen wie Wasch-, Dusch- und Aufenthaltsräume Vorbildcharakter hatten und ihrer Zeit weit voraus waren.



Im Flachbau befanden sich die legendäre Kantine und der Konsumladen der GEG, jetzt haben dort Handwerksbetriebe ihre Werkstätten und Lager.

Wie gefragt die Kantine war, kann man daraus ersehen, dass bis zu ihrer Schließung auch eine Menge Mitarbeiter von anderen, auf der Friesenheimer Insel ansässigen Firmen zum Essen hierhin kamen. Das Essen hatte eine bekannt hohe Qualität und wurde schon damals nach jeweils neuesten ernährungsphysiologischen Gesichtspunkten zubereitet, natürlich auch mit eigenen Produkten.

In der Kantine befand sich auch von Anfang an eine Verteilungsstelle der Konsumgenossenschaft Mannheim, die von Mitarbeitern und Besuchern sehr gut angenommen wurde.

Frage: Hat sich dieser Konsum-Laden denn rentiert?

Antwort: Ja sicher, ab der Gründung und auch in der Nachkriegszeit arbeiteten wirklich viele Menschen allein in der „Burg“: Die Mühle hatte ca. 150 Mitarbeiter, die Teigwarenfabrik etwa 200 Mitarbeiter incl. Druckerei und Faltschachtelfertigung. Im Kaffeewerk waren ca. 150 Mitarbeiter beschäftigt und in den zentralen Bereichen noch weitere 50–75. Zu den zentralen Bereichen gehörten die Verwaltungsstelle (Telefonzentrale, zentrale Lohnbuchhaltung), die Energieversorgung (Kesselhaus, elektrische Versorgung), die Kantine und die Zentralwerkstatt (Schlosserei, Schreinerei, Maler, Schmierer, Elektriker, Maurer, Mühlenbauer und einige Helfer), also insgesamt mehr als 500 Personen. Einige Betriebe arbeiteten im Drei-Schicht-Betrieb, zumindest noch in den 60er Jahren.



Das Kaffee-Werk für Malz- und Zichorienkaffee der GEG. Die Produktion von Malzkaffee beanspruchte mit den großen Maschinen viel Platz.

Frage: Sie kamen 1977 dann fest nach Mannheim. Das war schon eine Zeit, in der sich die GEG-Betriebe im Umbruch befanden und teilweise verkauft wurden. Wie lief das ab?

Antwort: Dieser Umbruch begann schon um 1974. Da verkaufte die GEG das Mannheimer Kaffeewerk an einen Hamburger Kaf-

feeimporteur, der noch einige Zeit weiterproduzierte, vor allem löslichen Kaffee mit dem Sprühverfahren. Aber als gefriergetrockneter Kaffee den Markt eroberte, hat er das Werk dichtgemacht. Die Gebäude wurden dann zur Einlagerung von allem Möglichen benutzt, überwiegend von der WETEGE, der Logistikgesellschaft des co op-Konzerns.

Die Mühle und die Teigwarenfabrik wurden ebenfalls 1974 aus dem co op-Konzern ausgegliedert in die TAG-Nahrungsmittel GmbH. Diese errichtete an der linken Seite auf dem Betriebsgelände eine neue Teigwaren- und Paniermehlfabrik mit einem supermodernen Hochregallager, einem der ersten in Deutschland – steht alles noch. Sie geriet aber schon nach vier Jahren in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Ich wurde 1977 von der co op nach Mannheim beordert, um die Leitung des Bereichs Produktion und Technik der TAG zu übernehmen und die neu installierten Produktionsanlagen zum Laufen zu bringen. Die Teigwaren- und die Paniermehlfabrik wurden 1980 an die Firma Birkel verkauft, in deren Besitz sie noch heute sind. Heute ist das der internationale Konzern Ebro-Pudeva.

Ursprüngliche Produktionsanlagen in der Teigwarenfabrik der GEG
(Abbildung aus: Konsumgenossenschaftliches Volksblatt von Oktober 1931).



Frage: Was wurde aus dem alten Teigwaren-Werk auf der anderen Seite des Geländes?

Antwort: Produziert wurde hier nicht mehr. Das Gebäude wurde vor allem für Lagerzwecke benutzt, Birkel lagerte dort Abertausende von Verpackungen und auch die benachbarte Firma Estol hatte dort Lagerfläche gemietet, es gab sogar über eine Brücke einen direkten Zugang für den Palettentransport vom Werk herüber zu uns.

Frage: Und wie ging es mit der Mühle weiter?

Antwort: Die Mühle wurde nicht verkauft, sondern seit 1980 als selbständige Tochter der co op –AG geführt und zwar unter dem Namen „Park-Mühlen GmbH“. Die alleinige Geschäftsleitung wurde mir übertragen. Zu ihrem Kundenstamm gehörten inzwischen kaum noch Konsumgenossenschaften.

Früher hatte die Mühle ja neben den Haushaltspackungen für den Verkauf in den Konsumläden überwiegend für die konsumeim-

Abscheideranlage in der Mühle, auch hier wieder mit blitzblankem Parkettfußboden.





Blick vom Industriefhafen auf die GEG-Betriebe im Jahr 1954. Erst später wurden Betonsilos rechts an die Mühle angebaut.

genen Großbäckereien in ganz Deutschland produziert. Diese waren jedoch seit Mitte der 70er Jahre von co op verkauft worden. Und durch die Aufnahme von anderen Marken-Mehlen in den Läden wurde auch die Nachfrage nach den traditionellen Konsummarken „Ährenstolz“ und „Erntepreis“ immer geringer. Aber die Park-Mühle belieferte nun die neuen Besitzer der Konsumbäckereien, z.B. in Mannheim die Firma Jauss. Wir stellten auch Spezialmehle her, z. B. für die Hamburgerbrötchen von McDonalds. Und sogar für Aldi lieferten wir eine Zeit lang Mehl-Kilopackungen. Der Umsatz mit co op machte nur noch etwa 2% aus. Die Auflösungserscheinungen der co op-Gruppe – das war um 1988 – konnten der Mühle deshalb eigentlich nichts anhaben.

Nach der vollständigen Auflösung der co op-Gruppe wurde die Mühle 1991 in die neu gegründete BM Bäckermühlen AG mit Sitz in Hamburg eingebracht. Wir haben umfangreiche Modernisierungs- und Rationalisierungsinvestitionen durchgeführt und

die Produktion auf vollautomatischen Betrieb umgestellt. Das haben andere Mühlen auch gemacht. Und tatsächlich ist es so im Mühlenbereich durch die Modernisierungen und sich ständig erhöhende Produktivität zu Überkapazitäten gekommen.

Frage: Wie kam es zur Schließung der Mühle?

Antwort: Die Park-Mühle hatte sich im jahrzehntelangen Wettbewerb mit den kleinen und großen Konkurrenten erfolgreich behauptet und sich als Lieferant vor allem für Spezialprodukte für die weiterverarbeitende Industrie einen Namen gemacht. Umso unverständlicher war es für mich, wie natürlich auch für die jetzt noch etwa 35 Mitarbeiter der Mühle, dass ausgerechnet dieser Betrieb der sogenannten Marktberreinigung geopfert werden sollte. Alle Betroffenen waren gleichermaßen entsetzt und haben natürlich alle Hebel in Bewegung gesetzt, um eventuell noch etwas an dem Beschluss der Aktionäre zu ändern.

Als alles vergebens war, betrachtete ich es als meine Pflicht, gemeinsam mit Gewerkschaft und Betriebsrat einen für die Mitarbeiter tragfähigen Sozialplan auszuhandeln. Das ist uns auch vollinhaltlich gelungen. Die einen fanden schnell einen neuen Job, die anderen waren bis zum Anschluss an die Rente finanziell gut abgesichert.

Für mich persönlich galt dieser Sozialplan als Geschäftsführer natürlich nicht. Und in Rente konnte ich auch noch nicht gehen. Da tat sich schon ein großes schwarzes Loch auf. Das war 1996.

Inzwischen habe ich die Situation überwunden, bin ja nun auch schon viele Jahre Rentner und profitiere u.a. auch von einer

dieser vorbildlichen Sozialleistungen der damaligen GEG, nämlich der betrieblichen Pensionskasse.

Frage: Was geht Ihnen so durch den Kopf, wenn Sie Ihren ehemaligen Arbeitsplatz heute sehen?

Antwort: Ich hatte nun 16 Jahre Zeit, mich mit der Situation abzufinden. Es fällt mir natürlich immer noch schwer, dieses imposante Gelände mit seiner heutigen Nutzung zu sehen, andererseits bin ich natürlich froh, dass die Nachbesitzer zumindest äußerlich die Gebäude so gut in Schuss halten. ■



Das alte Logo der GEG und das Logo des neuen Besitzers, der Firma Wetlog.

Viele kleine Läden – eine große Burg

Genossenschaftliche Bauten in Mannheim

Von Anna Frahm und Timo Holste

Eine Burg in Mannheim? ‚Genossenschaftliche Burg‘ wurden der Mühlenbau und die Produktionsstätten der Großeinkaufsgesellschaft GEG im Industriehafen genannt. Sie zieht bis heute Aufmerksamkeit auf sich – und ist doch nur eines der Standbeine konsumgenossenschaftlichen Wirkens in Mannheim. Denn in den Stadtvierteln prägten kleine Läden im Erdgeschoss von Wohnhäusern das tägliche Leben. Nicht weniger als 128 solcher „Verteilstellen“ unterhielt der Konsumverein zeitweise in der Region. Welche Orte erzählen noch heute von diesem Teil der Stadtgeschichte, von genossenschaftlicher Produktionsmacht und leistungsfähiger Grundversorgung? Eine Spurensuche.

„Schon von weitem leuchtet uns ein gewaltiges Bauwerk in bläulichen Klinkern entgegen“, schreibt der Publizist Heinrich Sierrakowsky 1931. Auch mehr als achtzig Jahre später hat sich daran nichts geändert: Die Backsteinbauten am Mannheimer Industriehafen, in denen die GEG Waren für ganz Deutschland produzierte, beeindruckten noch immer. Wer heute die Friesenheimer Insel besucht oder an einer Schifffahrt entlang des Altrheins teilnimmt, macht die gleiche Erfahrung: Der Blick wird von den monumentalen Backsteinbauten gefesselt: Hoch ragt die Mannheimer Einkaufsgesellschaft vor den Betrachtern auf. Es ist klar, warum die Anlage bald nach ihrer Errichtung den Namen ‚genossenschaftliche Burg‘ trägt: Der Gebäudekomplex wirkt mächtig und wehrhaft. Er beherbergt die genossenschaftlichen Produktionsstätten, die Kaffeefabrik, die Ge-

Wie die mächtige Fassade einer wehrhaften Burg präsentiert sich die GEG-Niederlassung in Mannheim. Aktuelle Südost-Ansicht des Fabrikgeländes vom Industriehafen aus.



treidemühle und die Teigwarenfabrik. Ein Kesselhaus mit hohem Schornstein, ein Wohnhaus und ein Verwaltungsgebäude machen die ‚Burg‘ komplett. Zeitweise arbeiteten mehr als 130 Menschen allein in der Mühle. Auf dem gesamten 56.000 m² großen Gelände an der Friesenheimer Str. 14 waren es rund 500. Auf dem Fabrihof

Die erste GEG-Großmühle in Magdeburg, erbaut 1927, ist ebenfalls ein Klinker-Bau im Stil des Neuen Bauens (Zeichnung abgedruckt im Genossenschaftlichen Volksblatt im Juni 1931).



muss geschäftiges Treiben geherrscht haben. Förderbänder transportieren Getreide, Arbeiterinnen und Arbeiter schwitzen, die Dampfkessel zischen. Die Betriebsamkeit in der Anlage kommt nie zum Stehen: Tag und Nacht laufen die Maschinen, rund um die Uhr arbeiten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die GEG wusste um die Faszination ihrer Bauten. Von Altona im Norden bis Wangen (Allgäu) im Süden, von Seiffhennersdorf im Osten bis Duisburg im Westen – überall in Deutschland entstanden Anlagen in vergleichbarem Stil. Sie lohnen eine Reise – wie Heinrich Sierakowsky, der an der Genossenschaftsschule des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften lehrte, bereits 1931 nach seiner Besichtigungstour durch das „genossenschaftliche Land“ betont. Voll des Lobes beschreibt er die Mannheimer Malzkaffee- und Zichorienfabrik:

„Form, Farbe, Material – alles ist so, wie wir es bei anderen GEG-Bauten fanden und hier in Mannheim erwarteten. Allmählich ergeht es uns so: fast brauchen wir weder die Adresse eines GEG-Betriebes noch einen Führer zu ihm, beinahe können wir mit Sicherheit erraten, welcher Bau unter vielen der GEG-Betrieb ist. Es ist gut zu wissen: so baut nur die GEG.“

Als die GEG die Pläne des vermutlich hauseigenen Hamburger Architektenbüros ab 1927 verwirklichen lässt, zählt das im Stil des ‚Neuen Bauens‘ errichtete Fabrikensemble zu den modernsten seiner Art. Die schmucklose, gegliederte Fassade der ‚Burg‘ zeigt, dass den Architekten Form und Funktion wichtig waren. Es gibt keine Ornamente oder Dekoration, die vom Nutzen des Gebäudes ablenken. Lediglich unterhalb des Daches findet sich ein umlaufender Fries, der ebenso wie erhabene Steinquader an den Fronten Balkenköpfe in abstrakter Form nachahmt. Gebannt wird der Blick von einem weithin sichtbaren, gemauerten GEG-Logo, das an der Fassade des Kaffeewerks prangt. Typisch für diese moderne Bauweise verwendete die GEG neuartige Baustoffe, wie Glas, Stahl und Beton. Das Äußere des Stahlbetonbaus wurde mit einer Klinkerfassade versehen, damit die Fabrik dem Erscheinungsbild der GEG-Bauten in ganz Deutschland gleicht. Mit Erfolg, wie Heinrich Sierakowsky feststellt: *„Auch ein Klinkerbau! Der Klinker ist wohl inzwischen das Baumaterial für die GEG-Bauten geworden. Warum auch nicht? Der Klinker ist wohl jedem Auge angenehm, er ist außerdem zweckmäßig.“*



Architektur des Neuen Bauens der Weimarer Zeit prägt das Gebäude. Dunkelrot bis blau ist die Klinkerfont mit einzelnen herausragenden Steinen und einem spielerisch gemauerten Fries um die einfachen Türen.

Die zugleich modernen wie monumentalen Gebäude der GEG vermittelten den Menschen innerhalb und außerhalb des Unternehmens die Bedeutung der Genossenschaftsorganisation.

Architektonische Selbstdarstellung der GEG in Mannheim

Bis die GEG ihre genossenschaftliche Produktion derart wirksam präsentieren konnte, war es ein weiter Weg. Nach der Gründung des Mannheimer Konsumvereins im Jahr 1900 rückten die beiden genossenschaftlichen Organisationen zunächst unter einem Dach in der Jungbuschstraße 21 zusammen. Dort wird der Platz bald



Idealisierte Zeichnung der Mannheimer GEG-Betriebe im Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt von September 1931. Im Vordergrund das Teigwarenwerk; links, wie auf einem grünen Teppich, das Wohnhaus – auch heute noch von einer Grünanlage mit Rosenbüschen umgeben.

knapp, weshalb die GEG im Juli 1903 das erste eigene Gebäude in Mannheim bezog. Es liegt in der Binnenhafenstraße 10 und wurde bald zu klein. Aus diesem Grund entsteht wenige Meter entfernt ein neues Lager- und Verwaltungsgebäude. Der dreigeige-

schossige Backsteinbau trägt heute die Nummer 7 und kann in der Binnenhafenstraße am Handelshafen besichtigt werden. Wie später die ‚Burg‘ kündigt auch hier die Bauweise von der Bedeutung der GEG. Das Gebäude ist kein bloßer Funktionsbau, es soll Wirkung erzielen. Fast 25 Jahre vor dem Bau auf der Friesenheimer Insel wirken noch Schmuck am Gebäude, säulenartige Gemäuertheile und prachtvolle Fenster im Erdgeschoss. Wer Anfang des 20. Jahrhunderts vom Hafen aus den Bau mit dem großen GEG-Logo an der Vorderseite erblickte, geriet sicher ins Staunen. Bis heute haben Kriegsschäden, Baumaßnahmen und die Verfüllung des Binnenhafenbeckens das Gebiet im Handelshafen verändert. Das Gebäude ist nur noch von der Rückseite an der Binnenhafenstraße zugänglich.

Von dort ist statt der repräsentativen Front eine schmucklose Fassade zu sehen. Einzig das GEG-Logo im Oberlicht des Eingangs ist erhalten.

1927 verstärkt die GEG ihre Präsenz in Mannheim. In diesem Jahr beginnt sie mit dem Bau der ‚genossenschaftlichen Burg‘. Das große Grundstück an der Friesenheimer Straße bot sich besonders durch seine Lage am Industriehafen für die Produktion an. Ersatzkaffee, Gries, Mehl und Nudeln aus der Mannheimer Niederlassung sollten die Lager der GEG in ganz Deutschland füllen – ein überregionaler Anspruch, der sich auch in den Gebäuden des Fabrikgeländes widerspiegelte. Getreidesilo und Mehlspeicher boten viel Platz für

Die Postkarte zeigt die GEG von der bauzeitlichen, repräsentativen Wasserseite des Binnenhafens aus. Sie ist zwar erhalten, aber schwer einzusehen.



Gerste, Roggen und Weizen. Eisenbahnanlüsse und Schiffsverladestationen sicherten den An- und Abtransport von Rohstoffen und Endprodukten.

Kurz nach der Eröffnung der Werksanlage 1931 hatte der Betrieb etwa 150 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Für sie gab es im „Wohlfahrtsgebäude“ eine Kantine. Hier füllten die Beschäftigten vermutlich häufig ihre hungrigen Mägen mit den fabrikeigenen Nudeln, bevor sie gestärkt den zweiten Teil ihrer Schicht antraten. Nach getaner Arbeit warteten im ‚Sanitärgebäude‘ Duschen auf die Beschäftigten. Frisch gekleidet konnten sie nach einem langen Arbeitstag nachhause gehen. Der Weg führte die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von der Friesenheimer Insel in die verschiedenen Viertel der Stadt. Die GEG hatte nämlich, im Gegensatz zu anderen Arbeitgebern der Zeit, keine Arbeiterwohnungen in der Nähe der ‚Burg‘ gebaut. Lediglich Arbeiter der Mühle, die in der Nachtschicht tätig waren, konnten auf dem Betriebsgelände eine Unterkunft bekommen.

Das GEG-Logo ist weithin sichtbar. Es ist in Keramik gestaltet.



Die Architektur der ‚genossenschaftlichen Burg‘ erzählt nicht nur von Fürsorge. Sie zeugt auch von einer effizienten Betriebsorganisation, wie sie in vielen deutschen Betrieben der Weimarer Republik ein wichtiges Ziel war. Transportwege werden verkürzt und Arbeitsabläufe automatisiert. Auch ist die gesamte Anlage durch zahlreiche Fensterflächen geprägt, durch die Licht in die Produktionsräume fällt. Sie eröffnen außerdem den Blick auf das geschäftige Treiben an den Maschinen im Inneren der Gebäude und zugleich auf die Be- und Entladestationen sowie den Hof. Dieser ist ebenso wie der Eingang zur ‚Burg‘ auch von den Wohnungen der leitenden Mitarbeiter aus einsehbar. Die Übersicht erleichtert eine effektive Koordination der Arbeitsabläufe. Sie lenkt die Aufmerksamkeit nicht nur auf einen störungsfreien Maschineneinsatz sondern auch auf die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Produktionsabläufe sollen optimiert werden, um Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Doch ist diese Leistungsfähigkeit ohne Identifikation nicht zu haben. Die Möglichkeit hierzu bieten die gemauerten GEG-Logos – man würde sie ebenso wie den blauen Klinker heute wohl als Teil

Die Silos und die Mühle am Industriehafen im Bau: die tragende Konstruktion ist aus Stahlbeton.



des Corporate Designs verstehen. Und: Die geschlossene Anlage der ‚genossenschaftlichen Burg‘ vermittelte das Gefühl von Schutz in Zeiten der Bedrohung, wie am Ende der Weimarer Republik. Hier konnte sich ein Wir-Gefühl ausbilden.

Elevatoren und Reinigungsmaschinen in der ehemaligen Malzkaffeeabrik. Die Holzverkleidung der Apparate verhinderte die elektrostatische Aufladung.

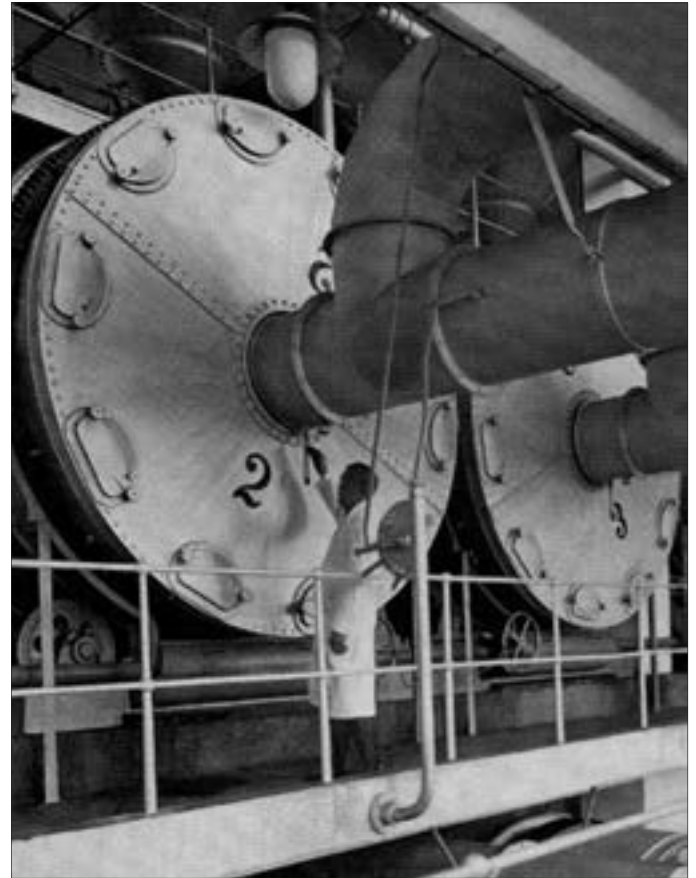


Faszinierende Automatisierung: Malzkaffeeproduktion in der Burg

Nicht nur die Architektur, auch die Produkte spiegeln genossenschaftliche Gedanken wider. In Mannheim wurde Kaffee für jeden Geschmack und jedes Einkommen produziert, wie Heinrich Sierakowsky zu berichten weiß:

„Sehr verschieden ist der Geschmack, und der eine Mensch liebt reinen Kaffee ohne Milch und Zucker, und der andere wünscht Kaffee mit irgendeinem Zusatz, und schließlich ist noch einer da, der würde wohl gern Kaffee trinken, aber sein Geldbeutel ist zu schmal.“

Die riesigen Mälztrommeln des Kaffeewerks in den 1950er Jahren



Deshalb wurden in der ‚genossenschaftlichen Burg‘ drei Kaffeesorten hergestellt: Kornkaffee aus Roggen, Ersatzkaffee aus Zichorie sowie Malzkaffee. Für den günstigen Malzkaffee musste zunächst Gerste mit der Eisenbahn oder per Schiff angeliefert werden. Über zwei Millionen Kilogramm Gerste fasst der Silo, in dem das Getreide zunächst gelagert wurde. Nach mehrfacher Reinigung – alle kleinen Steine, Holzstücke und Reste anderer Pflanzen sind nun entfernt – gelangt der Rohstoff in einem nächsten Schritt in die Fabrikation. Hier wird die Gerste zuerst aufgeweicht und dann gewaschen. Schließlich gelangen die Körner in feucht-warme Trommeln, wo sie keimen: das ‚Mälzen‘. Drei bis vier Tage dauert der Mälzprozess.

Werbung für den Malz- und Kornkaffee aus den „modernen Mannheimer und Chemnitzer Betrieben“ im Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt von Juni 1930



Dann erst wird das Gerstenmalz geröstet. Permanent wird beim Rösten auf die richtige Temperatur geachtet. Wenn, wie Heinrich Sierakowsky es formuliert, „das geübte Auge des Röstmeisters“ feststellt, dass der Malzkaffee fertig ist, wird er auf Kühlsieben kalter Luft ausgesetzt. Über Saugvorrichtungen und die sogenannte Raupenförderanlagen geht der Weg weiter.

Der Kaffee wird durch verschiedene Stockwerke transportiert und dabei von Staub und Spelze, einer das Korn umgebenden Hülle, gereinigt. Schließlich gelangt der Kaffee in den Paketerraum. 1931 übt die moderne Paketiermaschine große Faszination auf ihre Betrachter aus: „da führt sie, wie von Geisterhand getrieben, die Papierhülle unter den Trichter; da entläßt der Trichter im Rhythmus der Maschine Malzkaffee in der genau abgepaßten Menge, kein Korn zuwenig und keines zuviel“. Der fertig abgepackte Malzkaffee gelangt über die Versandabteilung in die Lagerräume der GEG in ganz Deutschland. Von dort erreicht er über die zahlreichen Verkaufsstellen der lokalen Konsumvereine die Küchen der Menschen. Mit dem Malzkaffee, den die Mannheimer auf der Friesenheimer Insel herstellen, kann nun die Arbeiterin in Düsseldorf ihren Tag beginnen und die Familie in Dresden ihren sonntäglichen Kuchen genießen.

Repräsentation nach innen wie nach außen: Die Zentrale des Konsumvereins

Auch der Mannheimer Konsumverein war regional und deutschlandweit tätig. Überall kaufte er kostengünstige und qualitativ hochwertige Waren ein. Diese Produkte mussten aufbewahrt und auf die Läden verteilt werden. Aus diesem Grund errichtete der Konsumverein 1907 ein Zentrallager in der Industriestraße 6a. Das Gebäude war allerdings kein einfaches Lagerhaus: Es beherbergte neben eigenen Produktionsbetrieben, etwa einer Sodawasserfabrik und einer Bäckerei mit modernen Öfen, auch die Verwaltung des Vereins. Hier liefen die Fäden der Verteilstellen zusammen. Deshalb wurden auch Pferdeställe und eine Wagenhalle errichtet, die es ermöglichten von hier die Läden in der Region mit Produkten zu versorgen. Zu Beginn des Jahrhunderts waren es noch Fuhrwerke, die die Lebensmittel in die Mannheimer Stadtteile brachten. Sie wurden später durch Autos ersetzt. Bereits 1911 reichten die Kapazitäten des nur vier Jahre zuvor errichteten Gebäudes nicht mehr aus. In der Pyramidenstraße entstand ein Erweiterungsbau mit 1555m². Zusätzlicher Lagerraum wurde vor allem deshalb nötig, weil sich



Im Jahr 1928 bestand der Fuhrpark der Zentrale des Konsumvereins schon überwiegend aus LKW

Der linke Flügel der Zentrale wurde symmetrisch im gleichen Stil gebaut

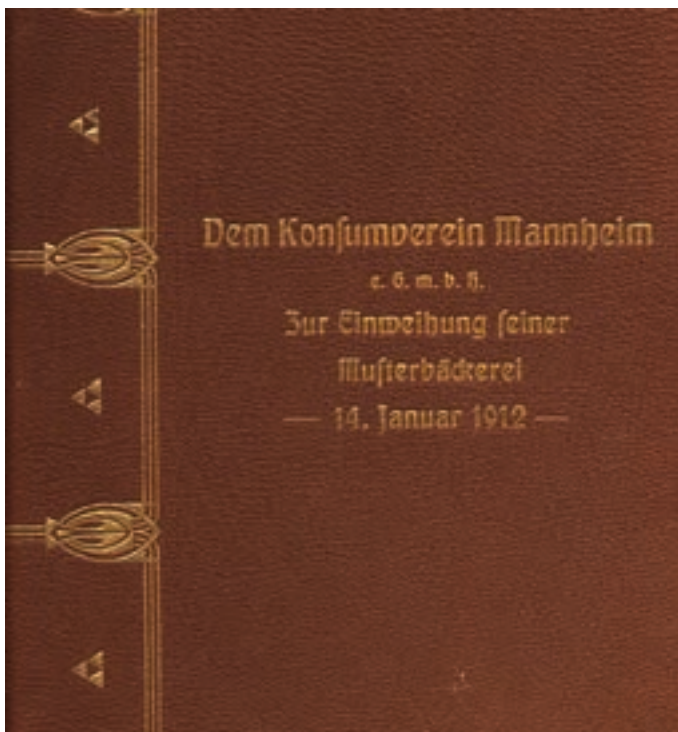


das Angebot stets erweiterte. Ab den 1920er Jahren griff der Konsumverein vor allem auf Produkte aus anderen GEG-Betrieben zurück: Käse aus Wangen im Allgäu, Speck aus Berlin und Schokolade aus Hamburg fanden ihren Weg nach Mannheim.

Das Verwaltungs- und Lagergebäude – von den Mitgliedern des Verein „Zentrallager“ genannt – war ebenso wenig wie die Produktionsstätten der GEG bloßer Funktionsbau. Deutlich hebt sich das Bauwerk von den Fabrikgebäuden der Umgebung ab. Besonders die Fassade ist prächtig geschmückt. Sie wird im Stil der Neorenaissance durch elegante Säulen – Pilaster – gegliedert. Der Bau aus

Die erste Ausbaustufe der Zentrale des Konsum-Vereins in der Industriestraße im Jahr 1906





Ein kostbares ledergebundenes Buch wurde im Januar 1912 vom Zentralverband deutscher Konsumvereine aus Anlass der Einweihung der Muster-Bäckerei in Mannheim herausgegeben

diese Weise bringt er zum Ausdruck, wo die Konsumgenossenschaft ihren Platz sucht – mitten in der Mannheimer Stadtgemeinde. Und zwar mit Erfolg: Nach den Einweihungsfeierlichkeiten lobt der Mannheimer Generalanzeiger das „stattliche Gebäude“ überschwänglich und verbürgt sich für den Konsumverein. Er sei mitnichten eine „sozialdemokratische Gründung“ sondern verhalte sich unpolitisch und erfreue sich einer breiten Unterstützung in der Mannheimer Bevölkerung.

Doch das Gebäude ist nicht nur auf Außenwirkung bedacht. Es möchte auch im Kreis der Mannheimer Genossenschaftler und Genossenschaftlerinnen wirken. Vereinsmitglieder konnten die Verwaltungs- und Lagerräume besichtigen. Sicher werden sie stolz darauf gewesen sein, wie prächtig sich ihr Konsumverein präsentiert. Dieser Stolz spiegelt sich auch in den Geschäftsberichten des Vereins. In diesen Schriften, die alle Mitglieder jährlich erhielten, wird das Gebäude in der Industriestraße regelmäßig erwähnt und abgebildet.

Die Zentrale und die ‚Burg‘ – zwei genossenschaftliche Bauten mit ganz unterschiedlichen Stilen. Sie trennen 20 Jahre. Während die ‚Burg‘ im Stil des ‚Neuen Bauens‘ für das Neue, die Innovation steht, wirkt die Zentrale des Konsumvereins konservativer. Sie wirbt

Großzügige, helle und saubere Lagerhallen erleichtern die Arbeit und Übersicht in der Zentrale

dem Jahr 1907 greift damit auf ein Element zurück, das bereits im antiken Griechenland verwendet wurde. Dies gilt auch für den umlaufenden Fries unterhalb des Daches. Sein Zahnschnitt, der die Enden von Dachbalken imitiert, ist von griechischen Tempeln auf der Athener Akropolis bekannt. Es wird deutlich – der Gebäudekomplex möchte Wirkung erzielen. Sein Architekt, der Mannheimer Wendelin Leonhardt, gestaltet es deshalb so, wie es sonst für Theater und Museen aber auch für Banken üblich ist. Er nutzt einen repräsentativen Baustil, der im Bürgertum sehr beliebt ist. Auf



um Anerkennung unter den bürgerlichen Einwohnern der Stadt Mannheim. Diese Anerkennung ist wichtig, denn letztlich sind die Mitglieder die Garanten für den Erfolg des Vereins. Wichtiger aber als die Zentrale sind die Verkaufsstellen. Denn in ihnen, verteilt über das gesamte Stadtgebiet, spielt sich das ‚Konsumgenossenschaftliche Leben‘ ab. Im Laden um die Ecke begegnen die Mitglieder tagtäglich dem Konsumverein und anderen Genossenschaftlerinnen wie Genossenschaftlern.

Kundennähe und Auswahl: Ein Netz von Konsumläden über Mannheim

Ende der 1920er Jahre gab es bereits über 81 Verkaufsstellen im gesamten Stadtgebiet und darüber hinaus. Auch in Heidelberg, Ladenburg oder Schwetzingen unterhielt der Mannheimer Konsumverein Filialen, wie die nebenstehende Karte zeigt. In „ihren“ Läden, die fest in das jeweilige Viertel eingebunden waren, erwarben die Mitglieder die Produkte des täglichen Bedarfs. Nudeln, Mehl, Milch und andere Grundnahrungsmittel, aber auch frisches Obst und Gemüse füllten die Regale. Selbst Schuhe gehörten seit 1905 zum Sortiment. Kundennähe besaß Priorität: Die Verkäuferinnen standen in engem Kontakt zu ihren Kundinnen und berieten und unterstützten bei der Kaufentscheidung. Diese Hilfestellungen waren nötig, denn

Der Konsumladen im Zentrum der Gartenstadt, einer Siedlung in Waldhof, die 1910 von der Gartenstadtkonsumgenossenschaft errichtet worden war.



Jahr	Namen Str.	Umsatz 1905/06		Umsatz 1914/15	
		1905	1906	1914	1915
1904	1. Hiltbergstr. 26	129 928	85	224 099	90
	2. J. 3. 17	77 816	30	129 912	96
	3. Schönebergstr. 92	95 060	71	192 487	78
1905	4. Gontersbr. 56	66 471	72	192 095	90
	5. Wallhof, Gontersbr. 30	112 598	22	122 212	98
	6. Hofhaus, Gontersbr. 32	72 398	59	143 668	28
1907	7. S. 4. 21	180 490	04	182 999	91
	8. Scharnh. Hofstr. 208	40 790	22	74 840	20
	9. Mittelstr. 114	104 329	99	165 798	68
1907	10. Burgstr. 4	74 915	23	178 845	99
	11. Neubenheim, Gontersbr. 44	60 788	77	74 477	79
	12. Brühl. 20	119 598	07	123 295	26
1907	13. Pfälzstr. Oberer Hofstr. 29	114 597	83	91 459	26
	14. Jean Todestr. 3	80 092	43	142 827	58
	15. S. 4. 22 (Schulmann)	72 806	50	111 804	99
1908	16. S. 4. 22 (Schulmann)	84 959	76	71 000	41
	17. Brühlstr. 78	92 555	75	97 599	13
	18. Heilmann, Hofstr. 22	45 191	48	62 488	90
1909	19. Hofstr. 5	45 971	95	50 923	21
	20. Schöneberg, Hofstr. 10	84 111	85	74 529	34
	21. Pfälzstr. 28	86 439	09	98 122	27
1911	22. Wagnerstr. 67	60 817	62	124 277	21
	23. Scharnh. Hofstr. 8	106 099	06	121 265	13
	24. Hofstr. 6	75 863	40	96 029	38
1912	25. Hofstr. 58	51 375	96	44 268	88
	26. Hofstr. 58	56 609	95	77 591	42
	27. Hofstr. 60	78 212	15	129 646	28
1913	28. Hofstr. 4	20 558	93	35 637	39
	29. Heilberg, Hofstr. 87	97 408	29	106 641	31
	30. Hofstr. 5	82 376	31	91 251	09
1913	31. Hofstr. 10	48 014	79	51 254	97
	32. Hofstr. 30	28 779	22	42 456	72
	33. Hofstr. 21	120 289	05	90 074	58
1914	34. Hofstr. 11	50 446	51	45 211	08
	35. Hofstr. 1	15 916	27	29 199	34
	36. Hofstr. 1	98 018	59	40 920	42
1916	37. Hofstr. 20	79 092	99	—	—
	38. Hofstr. 1	67 411	85	—	—
	39. Hofstr. 2	50 694	01	—	—
1919	40. Hofstr. 1	32 961	59	—	—
	41. Hofstr. 2	81 282	28	—	—
	42. Hofstr. 2	106 782	22	—	—
1914	43. Hofstr. 2	87 751	27	—	—
	44. Hofstr. 61	72 140	87	—	—
	45. Hofstr. 20	49 292	61	—	—
1914	46. Hofstr. 25	58 927	11	—	—
	47. Hofstr. 13	107 458	68	—	—
	48. Hofstr. 100	74 078	69	—	—
1912	49. Hofstr. 71	42 268	53	—	—
	50. Hofstr. 71	21 431	40	—	—
	51. Hofstr. 10	43 924	81	—	—
1915	52. Hofstr. 45	45 748	23	—	—
	53. Hofstr. 180	35 594	34	—	—
	54. Hofstr. 180	38 778	43	—	—
Zentrallager		—	—	—	—
		3 590 926	20	5 819 266	26
		129 928	09	63 102	68
		4 114 980	29	5 742 429	54

Liste der „Verkaufsstellen“ im Jahr 1925, die damals zum Mannheimer Konsumverein gehörten.

die Auswahl vergrößerte sich rasch: Schon im Jahre 1910 produzierten neben der Bäckerei und der Sauerkrautschneiderei mehrere Metzgereien für den Mannheimer Konsumverein. Die Versorgung mit Getränken gewährleisteten die vereinseigene Limonadenabfüllerei, eine Brauerei und die Weinkellerei Schloss Ruppertsberg in der Pfalz. Der Konsumverein übernahm sie 1917.

Limo, Bier und Wein – welche Vielfalt der Produkte! Der Konsumverein reagiert damit auf Veränderungen seit der Jahrhundertwende. Allmählich steigen die Löhne von Arbeiterinnen und Arbeitern. Ihre Lebensbedingungen verbessern sich zwar langsam aber doch kontinuierlich. Auch Luxusgüter werden nun den Vereinsmitgliedern angeboten. So erfüllte der Duft von Kaffee die Verteilstellen. Besonderer Beliebtheit erfreute sich die in Mannheim hergestellte Marke „Konsumkorn“, aber auch der von der GEG in Hamburg geröstete Bohnenkaffee wurde gern genommen. Sogar Zigarren waren zu haben. Schon 1908 warb der Mannheimer Konsumverein mit seinem „großen reich assortierten Lager von Zigarren.“ 17 unterschiedliche Sorten standen zur Auswahl: neben „Kubana“ und „Libertas“ waren auch die Marken „Konsumo“ und „Devis“ erhältlich – jeweils für nur fünf Pfennig das Stück. Zwei Jahre später besitzt der Verein eine eigene Zigarrenfabrik in Hockenheim.

So beeindruckend die beachtliche Produktpalette ist – eigentlich war es die selbstgestellte Aufgabe des Konsumvereins, seine Mitglieder mit Lebensmitteln und Waren des täglichen Bedarfs zu versorgen. Und in Krisen – während der beiden Weltkriege, in Zeiten der Inflation und des Hungers – bewährte der Verein sich. Er

Mit „Qualitätswaren aus aller Welt“ präsentierte sich der Konsum schon in den 1950er Jahren, hier in Ludwigshafen.



lieferte zuverlässig Grundnahrungsmittel und sicherte so die tägliche Mahlzeit in vielen Mannheimer Haushalten. Erst mit dem wirtschaftlichen Aufschwung in den 1950er Jahren konnten, nach einer Blütezeit in der Mitte der 1920er Jahre, wieder andere Akzente gesetzt werden. Modenschauen und kleine Messen finden nun in der Industriestraße statt. Auf ihnen werden den Vereinsmitgliedern Handtaschen, Portemonnaies, Koffer, Kleidung, Tischdecken und Bettwäsche präsentiert. Alle Lebensbereiche werden abgedeckt. Ab 1958 können Genossenschafterinnen und Genossenschaftler dort Einrichtungsgegenstände für das eigene Heim erwerben. Das

Arbeit an der Stumpfen- Paketiermaschine in Hockenheim Ende der 1950er Jahre



„Wirtschaftswunder“ der Bundesrepublik Deutschland hat den Konsumverein erreicht. Zwar war „Wohlstand für Alle“ noch ein Versprechen für die Zukunft von Wirtschaftsminister Ludwig Erhard. Doch Löhne und Gehälter stiegen allmählich an. Arbeitszeiten wurden kürzer – die gewonnene Freizeit wollte gestaltet werden.

So sieht die ehemalige Zentrale des Konsumvereins heute aus



Die Bedürfnisse der Menschen änderten sich. Sie wünschten sich nicht nur eine größere Vielfalt an Produkten. Diese sollten auch moderner präsentiert werden.

Mit der Erweiterung des Sortiments ging auch ein grundlegender Wandel der Verkaufsstrategie einher: Nachdem der Verein 1958 über 128 Verkaufsstellen verfügte – so viele wie nie zuvor –, geht ihre Anzahl mit Beginn der 1960er Jahre erstmals zurück. Einige der Verteilstellen, die unrentabel geworden sind, müssen schließen und werden durch moderne Selbstbedienungsläden ersetzt. Nun ist keine Verkäuferin mehr da, die für den Kunden den Korb füllt. Auch die Zentrale wirkt nicht mehr zeitgemäß und der Verein denkt über einen Neubau nach. Die Diskussionen verlaufen allerdings ergebnislos und der Plan wird nie umgesetzt. Das Gebäude verliert seine Funktion erst im Jahr 1982 aufgrund einer Umstrukturierung. Zu diesem Zeitpunkt verlegt die ‚Co op Rhein-Neckar AG‘, zu der die Konsumvereine Mannheim und Ludwigshafen schon 1967 verschmolzen waren, ihren Sitz nach Ludwigshafen.

Vergessen? Spuren im heutigen Mannheim

Heute ist das ehemalige Gebäude des Konsumvereins in privater Hand. Es wurde umgebaut und von der Stadt als Wohnheim für Asylsuchende angemietet. Wohl kaum jemand würde beim Betrachten des Gebäudes heute annehmen, dass von hier aus zeitweise 128 Verkaufsstellen mit Waren beliefert wurden. Verwaltungs- und Lagerräume, Metzgerei und auch die Bäckerei, die bis in die 1990er Jahre betrieben wurde, sind nicht mehr als solche zu erkennen.

Auch die Konsumläden, die sich früher in jedem Stadtteil und in der gesamten Region befanden, sind heute kaum mehr zu entdecken. Im Gegensatz zu dem Multifunktionsgebäude, das der Konsumverein selbst auf eigenem Grundstück errichtet hatte, waren die Konsumläden nur angemietet. Sie befanden sich im Erdgeschoss von Wohnhäusern. Auch die später eingerichteten Selbstbedienungsläden verfügten nicht über eine einheitliche Architektur. Bei der Insolvenz des Mannheimer Konsumvereins im Jahre 1990 wurden sie verkauft. Der heutige Betrachter erkennt diesen Teil der Vergangenheit nicht mehr. Der Konsumverein und sein Nachfolger Co op hinterließen nur wenig sichtbare Spuren in Mannheim.

Anders präsentiert sich die ‚genossenschaftliche Burg‘ im Industriehafen: Noch heute prangt das Logo der GEG an der Fassade der

ehemaligen Kaffeefabrik. Es erinnert Besucherinnen und Besucher unmittelbar beim Betreten des Geländes daran, dass hier 50 Jahre lang konsumgenossenschaftlich produziert wurde. Auch lässt es an die Arbeitsbedingungen der Menschen denken, die bei der GEG auf der Friesenheimer Insel ihr Brot verdienten.

Nachdem die Mühle kurz vor Ende des Zweiten Weltkrieges fast vollständig ausgebrannt war, wurde sie 1951 wieder in Betrieb genommen. Erst 1996 stellte sie ihre Produktion ein, nachdem die GEG sie bereits einige Jahre zuvor aufgegeben hatte. Heute werden hier zwar keine Teigwaren mehr hergestellt, kein Kaffee mehr geröstet und kein Getreide gemahlen – doch bleiben die Räume nicht ungenutzt. Der Komplex ist im Besitz der Mannheimer Spedition „WETLOG“ und dient auch nach dem Ende der GEG noch lange als Getreidespeicher sowie Schiffs-Entlade-Anlage. Darüber hinaus bietet er Kunstschaffenden und Handwerksbetrieben Raum für Ateliers und Werkstätten.

Sowohl die ehemalige Zentrale als auch die ‚genossenschaftliche Burg‘ stehen heute unter Denkmalschutz. Ihre Architektur erzählt von der unterschiedlichen Wirkung, die GEG und Konsumverein in Mannheim hatten. Die Backsteinanlage auf der Friesenheimer Insel wirkt mächtiger und ist ausdrucksstärker als die Zentrale des Konsumvereins. Umso wichtiger daran zu erinnern, dass sowohl große Produktionsstandorte und Lagerräume als auch die zahlreichen Verkaufsstellen Teile des konsumgenossenschaftlichen Selbstverständnisses waren. Der lokale Konsumverein legte viel Wert auf

Die ehemalige Zentrale des Konsumvereins ist heute noch immer ein außergewöhnlicher, repräsentativer Bau im Industriegebiet.



Präsenz im Raum und auf Nähe zu seinen Mitgliedern. Die vielen Läden, in denen die Mitglieder täglich einkauften, ihr Geld auf's Sparbuch einzahlten, sich trafen und über die Neuigkeiten des Viertels wie der Genossenschaft austauschten, waren die wichtigsten Orte des konsumgenossenschaftlichen Lebens und Arbeitens in Mannheim. ■

Der kleine Konsumladen in der Beilstraße 20 gehörte in den 1920er Jahren zu den umsatzstarken Verkaufsstellen. Er hielt sich bis Ende der 1950er Jahre.



Absacker, Müller und Betriebsrat

Interview mit Bertold Neumann

Ich habe mich als gelernter Müller 1956 bei der GEG-Mühle beworben und bin auch gleich genommen worden. Aber ich musste als Absacker anfangen, bis eine Stelle als Müller frei wurde. Ich habe alles durchlaufen: Silo, Reinigung und Müller. Ich hab da gerne gearbeitet. Daraus wurden 40 Jahre 1956-96, am Schluss war ich Untermüller und Schichtführer – wir haben in drei Schichten gearbeitet. Wir hatten drei Mühlensysteme: eine Roggen-, eine Weizen- und eine Durummühle. Insgesamt eine Tagesleistung von 500 Tonnen. Wir waren damals die kleinste der drei Mühlen am Nordufer des Industriedhafens. Und im Verhältnis zur heutigen Produktion, z.B. der Pfalzmühle und Hildebrandmühle, war das eher wenig. Es war ein sehr sauberer Betrieb.

Arbeit an den Walzenstühlen in der Mühle mit blankem Parkett



Frage: Woran zeigte sich, dass man in einer Genossenschaft arbeitet?

Antwort: Das war ein sehr guter Betrieb mit vielen Vergünstigungen. Wir haben den GEG-Bonus von 8% bekommen, d. h. 8 Prozent mehr Lohn als normaler Tarif für Mühlen. Der Bonus ist aber später abgebaut worden.

Dann gab es noch die Einkaufsmöglichkeit direkt im Konsumladen. Und die gute Kantine. Wir mussten aber auch im Konsum einkaufen und Mitglied sein. Am Jahresende wurden die Heftchen mit den Umsatzmarken, die man eingeklebt hat, von der Geschäftsleitung kontrolliert. Und wir hatten eine zusätzliche Lebensversicherung, die Pensionskasse. Da hat der Betrieb die Hälfte bezahlt, die andere wir. Das ist jetzt eine wunderbare Zulage zur heutigen Rente.

Frage: Erzählen Sie etwas von Ihrer Zeit als Betriebsrat.

Antwort: Ich war ab den 80er Jahren im Betriebsrat. Der Zusammenhalt unter den Kollegen war gut. Und dann zum Ende war ich sogar Betriebsratsvorsitzender, es wollte kein anderer machen: Aushandeln der Sozialpläne, weil ja alles geschlossen wurde. Es war schade um die Mühle, sie war technisch auf dem neuesten Stand, wir hatten ein Jahr vorher für 1,5 Millionen die Mühle umgebaut, computergesteuert und alles. Und dann hat man den Laden dennoch dichtgemacht. Das konnten wir mit dem Betriebsrat auch nicht verhindern. ■

100-Kilo-Säcke auf dem Kreuz

Interview mit dem Verlademeister Walter Fischer

Frage: Was war Ihre Arbeit in der GEG-Mühle?

Antwort: Ich habe 1969 als Verlademeister angefangen und bis zum Schluss, also bis 1996, dort gearbeitet. Wir haben anfangs noch die 100-Kilo-Säcke für die Konsumbäckereien gehabt. Die sind von Hand und auf dem Kreuz geschleppt worden. Wir haben sie von den Böden in die Holzrutschen geworfen. Je nach Mehlsorte: im ersten Stock war Roggenmehl, Weizenmehl 1050/812 war im zweiten, 1600 und so im dritten, 405 im vierten, im fünften Boden waren Futtermittel. Die Säcke sind über die vier Rutschen runter zu den Autos befördert worden. Im Auto haben immer zwei Mann gearbeitet. Die haben vor dem Frühstück schon vier Autos abgefertigt. So 100 bis 150 Tonnen sind da am Tag von jedem verladen worden. Einige Bäckereien haben ihre eigenen Mehlsorten abgeholt.

Später ist dann von Säcken auf lose Ware umgestellt worden. Da sind die Mehltankwagen der Spediteure und vereinzelt auch der Großbäckereien mit bis zu 25 Tonnen Fassungsvermögen vorgefahren. Das ging dann alles ohne zu buckeln. Es gab schon auch Tankwagen mit kleineren Kammern von jeweils 2-3 Tonnen Fassungsvermögen, die wir von der Mühle über kleine Silos oder Vorrattanks mit den jeweiligen Mischungen für die Bäckereien befüllten.

Frage: Haben Sie gerne in der GEG-Mühle gearbeitet?

Antwort: Ja, das war ein guter Job. Zwischendurch habe ich in der Schlosserei geholfen und ich habe die Fahrzeuge, die Elektrokarren gewartet. Wir haben gut verdient. Anfangs noch 8% mehr als sonst in Mühlen.

Wir waren in der Gewerkschaft. Konsum- und Gewerkschaftsbeitritt, das war Pflicht. Ich war ja noch ledig und habe zu Hause gewohnt, da haben meine Eltern dann die Konsummarken geklebt. Aber die waren froh, dass ich dort gearbeitet habe. Die haben eh beim Konsum eingekauft, waren ja auch Arbeiter. ■

Mehl in 100-Kilo-Säcken



Ein Netz von Konsumläden

Kundennähe im Viertel

Von Anna Frahm und Timo Holste

Ein Netz von Verteilstellen des Konsumvereins spannte sich über Mannheim. Wie die nebenstehende Karte zeigt, gab es Filialen vom Rhein bis nach Ladenburg und von Waldhof im Norden bis Neckarau im Süden. Die zahlreichen Läden, die das Mannheimer Stadtbild in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts prägten, vermögen nicht mehr von ihrer Geschichte zu erzählen. Meist waren die Räumlichkeiten im Erdgeschoss nur angemietet, sodass es keine typische Konsum-Architektur gab. Das war zu dieser

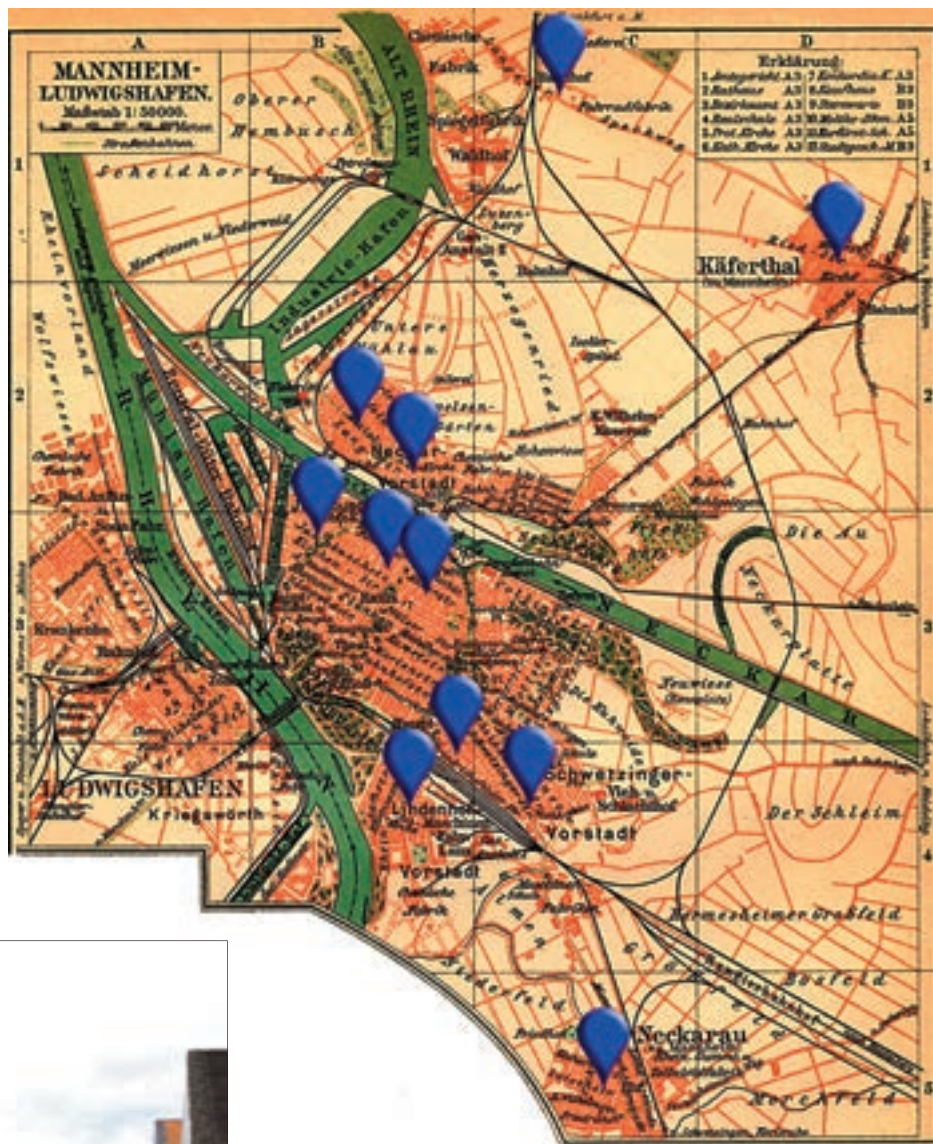
Zeit auch nicht nötig, denn es waren die Nähe zum Kunden und die Präsenz im Stadtteil, die den Verteilstellen Bedeutung verliehen.

Nicht weit von der eigenen Haustür konnten die Kundinnen Produkte des täglichen Bedarfs erwerben. Außer den gebräuchlichsten Nahrungs- und Genussmitteln gehörten zum Sortiment auch Konserven, Südfrüchte, Gewürze, Brennöl und Lederwaren. Im Angebot waren außerdem Kinderspielzeug, Grammophone, Nähmaschinen und Fahrräder. ■



Auf der Postkarte um 1905 ist links im Bild die Verteilstelle Obere Riedstraße in Mannheim Käfertal deutlich zu erkennen (aus: Anna-Maria Lindemann, Mannheim im Kaiserreich, Mannheim 1986).

1905 unterhält der Konsumverein Mannheim bereits 14 Verteilstellen in der Region. Nicht dargestellt sind die verbleibenden Läden in Feudenheim und Ladenburg.



Dieselbe Perspektive heute zeigt: Der Straßenzug hat sich kaum verändert, die ehemalige Verteilstelle jedoch lässt sich nicht einmal mehr erahnen (Eigenes Photo von 2012).

Burgen und Schlösser im genossenschaftlichen Land

Selbstdarstellung der GEG in den 1950er Jahren

Von Anna Frahm und Timo Holste

Im genossenschaftlichen Land „schuf gemeinsame Arbeit sich ihre Burgen und Schlösser, die alle wiederum Stätten der Arbeit für das Wohl einer heute nicht mehr kleinen Gemeinschaft von Menschen sind“, beschreibt Heinrich Sierakowsky 1931 die Bedeutung der GEG-Betriebe. Im Herrschaftsgebiet dieser mächtigen Bauten wachsen Tabak und Getreide, Schweine, Kühe und Schafe weiden auf grünen Wiesen. So sieht es zumindest diese Karte, die die GEG 1954 in einer Festschrift anlässlich ihres sechzigjährigen Bestehens veröffentlicht.

Es handelt sich weder um eine topographische noch um eine politische Karte Deutschlands. Größere Städte sucht der Betrachter vergebens. Bonn, die damalige Hauptstadt der Bundesrepublik fehlt. Stattdessen hebt die Karte kleinere Orte hervor, etwa Meldorf in Schleswig-Holstein oder Wangen im Allgäu. Hier waren die GEG-Betriebe angesiedelt, die auf der Karte als schwarze Silhouetten dargestellt werden. Unter ihnen wirkt die „genossenschaftliche Burg“ in Mannheim besonders mächtig; einzig die Konzernzentrale in Hamburg erscheint noch größer. Durch die Art der Darstellung unterstreicht die GEG zum einen die monumentale Wirkung ihrer Produktionsbetriebe und macht deutlich, dass sie gemäß eines Corporate Designs errichtet wurden. Genossenschaftliche Produktionsstätten sind überall in Deutschland an ihrem Äußeren zu erkennen. Zum anderen dokumentiert die Karte den Anspruch der GEG, deutschlandweit alle Konsumvereine mit Waren zu versorgen.

Dabei beschränkte sich die GEG nicht auf das Gebiet der Bundesrepublik: Denn auch die DDR ist Teil dieser Karte. Die hier gelegenen ehemaligen GEG-Betriebe sind zwar ausgeweißt, aber noch gut zu erkennen. Die Tatsache, dass die innerdeutsche Grenze nur gestrichelt eingezeichnet ist, vermittelt den Eindruck, dass die Betriebe noch nicht ‚ganz‘ verloren sind. Ähnlich wie die

Bundesrepublik auf der politischen Ebene in den fünfziger Jahren einen Alleinvertretungsanspruch für Deutschland formuliert, tut die GEG dies hier bildlich für die genossenschaftliche Produktion. So gesehen ist die Karte ein Dokument des politischen Zeitgeistes. Sie interpretiert die Grenzen der jungen Bundesrepublik im Sinne der damaligen Ost-Politik. Die Oder-Neiße-Linie, die Grenze zu Polen, ist nicht als solche gekennzeichnet. Erst 1970 sollte die Bundesrepublik diese Grenze politisch anerkennen. Das erklärt auch, warum das Gebiet um Stettin, das seit 1945 zu Polen gehört, in der gleichen Weise wie die DDR auf der Karte dargestellt ist.

Im Denken der damaligen Zeit ist es eigentlich deutsch – und damit dem GEG-Land zugehörig. Gleiches gilt für das Saarland im Westen. Es wird auf der Karte als Teil der Bundesrepublik dargestellt. Dabei war das Saarland seit 1947 französisches Protektorat. Erst 1957 wurde es nach einer Volksabstimmung und politischen Verträgen zu einem deutschen Bundesland. ■

Illustration aus: Sechzig Jahre GEG. 60 Jahre Dienst am Verbraucher, hrsg. v. d. Grosseinkaufs-Gesellschaft deutscher Konsumgenossenschaften, Hamburg 1954. →



32 GEG-BETRIEBE

versorgen heute schon in beinahe 8000
Konsumläden fast 7 Million. Verbraucher

DIE UMSÄTZE 1953:

GEG: rund 850 Millionen DM
KONSUM: rund 1,6 Milliarden DM

„Die GEG-Stadt“

– das eigene Architekturbüro der GEG stellt die genossenschaftliche Stadt vor

Von Barbara Ritter

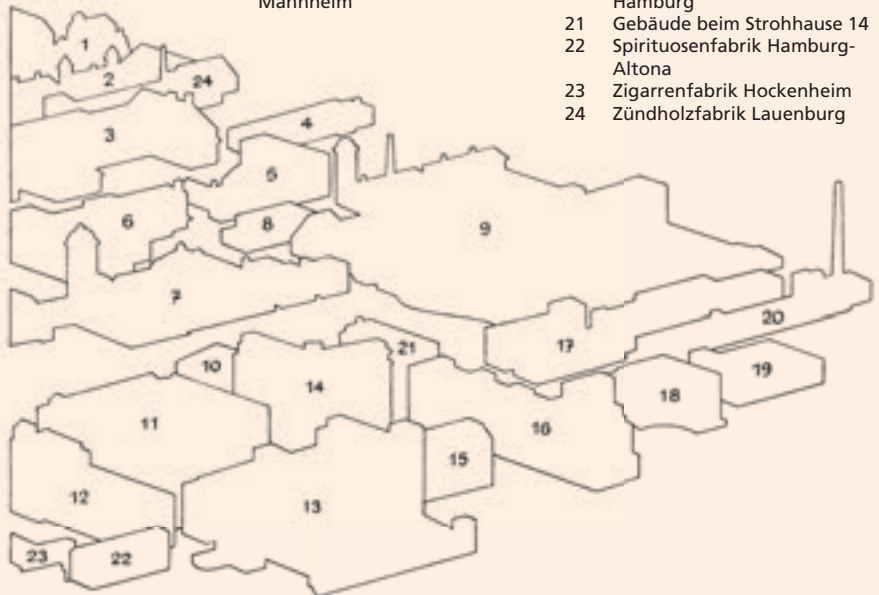
Dieses wuchtige gerahmte Bild hing in vielen Büros und Versammlungssälen der GEG und der Konsumvereine. Es zeigt eine fantasievolle Zusammenstellung aller bis zu diesem Zeitpunkt von der GEG errichteten Bauten für die Produktion. Die „GEG-Stadt“ ist durchaus belebt, die Autos sind jedoch merkwürdig kastenförmig dargestellt, LKW kommen nicht vor, der Verkehr ruht. Dafür sind mehrere große Fracht- und Segelschiffe mit lebhaften Bugwellen unterwegs. Die GEG-Stadt liegt offensichtlich am Meer, im Hintergrund sind hohe Berge, das jenseitige Ufer zeigt die koloniale Atmosphäre von Palmenstrand, Rundhütten und niedrigen Gebäuden sowie einen einfachen Hafen. Die Hafenanlage im Vordergrund wimmelt geradezu von Menschen. Auch Transporttiere sind hier unterwegs. Die Gebäude links unten könnten in Venedig stehen, während rechts unten die Szenerie eher aus dem Orient stammt. Insgesamt wirkt das Bild auf den ersten Blick wie ein Stich aus dem 18. Jahrhundert.

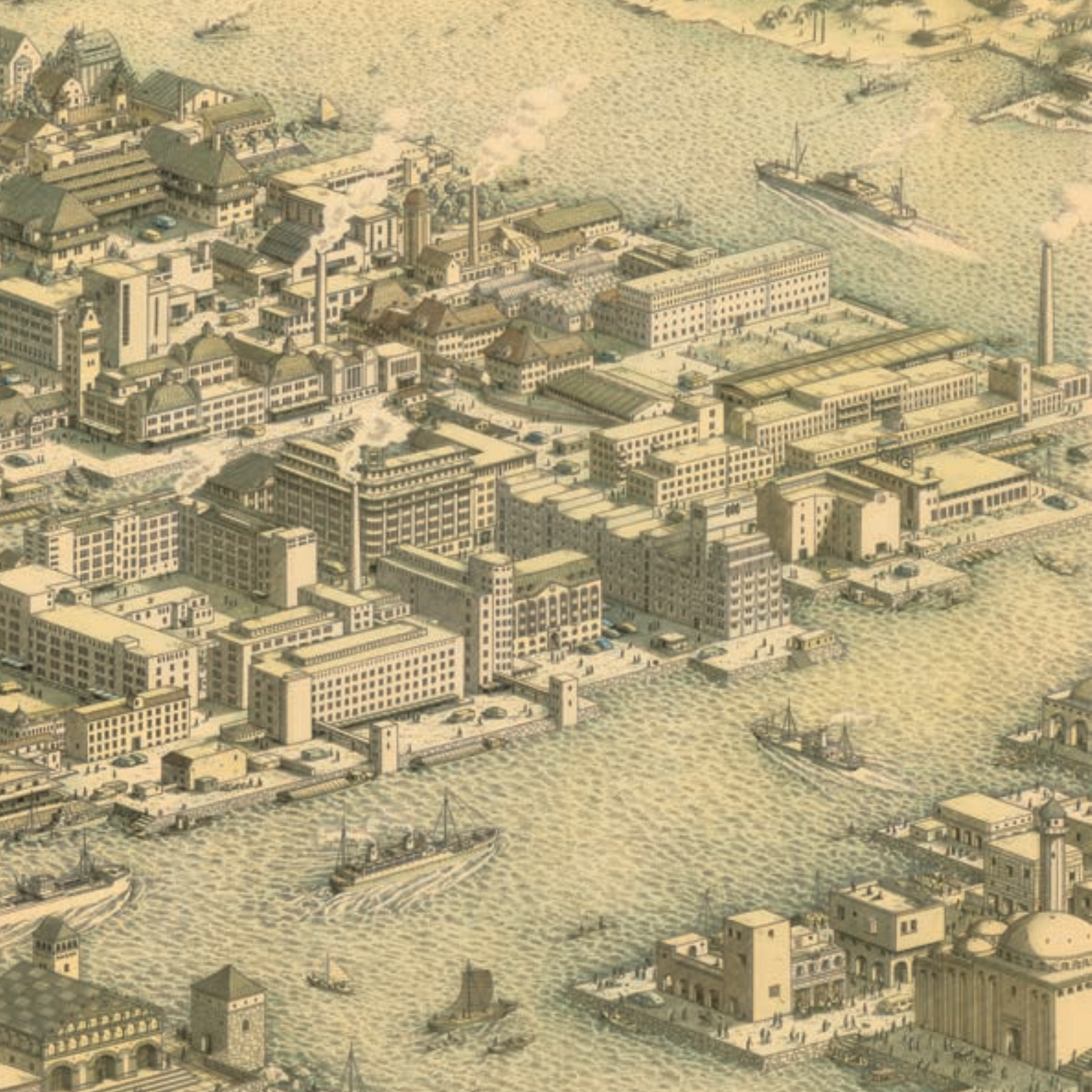
Planung und Beratung: Das Architekturbüro der GEG

Um Verbesserungen und Vergrößerungen an den eigenen Bauten vorzunehmen und Neubauten vorzubereiten, richtete die GEG bereits 1914 ein eigenes Architekturbüro in Hamburg ein, wenige Jahre nachdem die GEG selbst ihre erste Fabrik gebaut hatte. Da auch die Konsumvereine in Deutschland immer mehr eigene Produktionsstätten neu aufbauten, berieten angestellte Maschineningenieure die Konsumvereine bei der Errichtung und Erweiterung von maschinellen Anlagen, vor allem von Bäckereien.

Die GEG-Bauten in Mannheim sind von dem Hamburger GEG-Architekturbüro geplant worden. Wie der verantwortliche Architekt heißt, wissen wir bis heute leider nicht. Auf allen aufgefundenen Plänen war nur das Büro verzeichnet, jedoch kein Name. In anderen Städten, wie z.B. Leipzig, ist der Architekt der Konsumzentrale bekannt. ■

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 1 | Mühle Reihertshofen | 12 | Teigwarenfabrik Mannheim |
| 2 | Weinkellerei Rüdesheim | 13 | Mühle Mannheim |
| 3 | Käserei Wangen | 14 | Kakao- u. Schokoladenfabrik Hamburg |
| 4 | Gemüse- u. | 15 | Zentrale Hamburg |
| 5 | Obstkonservenfabrik Meldorf | 16 | Lager Peute Hamburg |
| 6 | Nährmittelwerk Minden | 17 | Chemische Fabrik Hamburg |
| 7 | Fleischwarenfabrik Stuttgart | 18 | Fischwarenfabrik Hamburg-Altona |
| 8 | Seifenfabrik Düsseldorf | 19 | Gemeine Hochseefischerei GmbH Bremerhaven |
| 9 | Fleischwarenfabrik Düsseldorf | 20 | Druckerei u. Papierwarenfabrik Hamburg |
| 10 | Fleischwarenfabrik Oldenburg | 21 | Gebäude beim Strohhause 14 |
| 11 | Tabakfabrik Hamburg-Altona | 22 | Spirituosenfabrik Hamburg-Altona |
| | Malzkaffee- u. Zichorienfabrik Mannheim | 23 | Zigarrenfabrik Hockenheim |
| | | 24 | Zündholzfabrik Lauenburg |





„fair trade“ 1914

– genossenschaftlicher Großhandel

Als die GEG noch kaum eigene Produktionsanlagen hatte, kaufte sie überwiegend auf dem freien Markt. Ausdrücklich vermerkt Franz Goppel, „dass die Großeinkaufsgesellschaft im Allgemeinen die Erzeugnisse solcher Fabriken bevorzugt, die ihren Arbeitern gute Löhne gewähren. Zuchthausarbeit wird aus hygienischen und sozialen Gründen von der Großeinkaufsgesellschaft prinzipiell nicht geführt.“ Außerdem bezog die GEG Eigenerzeugnisse von Konsumvereinen und anderen Produktivgenossenschaften, z.B. Bürstenwaren von der Konsum- und Produktivgenossenschaft Schönheide, Textilien von der Produktivgenossenschaft der Schneider in Dresden und den Genossenschaftswebereien in Grünwalde und Hof, Lebensmittel von landwirtschaftlichen Genossenschaften und Molkereien und Käsereien. Teilweise wurden diese Bezugsquellen später zu Ei-

genbetrieben der GEG. Es gab auch internationalen Güteraustausch unter den Großeinkaufsgesellschaften der einzelnen Länder. Die Genossenschaftsbewegung war 1914 bereits weltweit aktiv. Als Kommissionsgeschäft vermittelt sie alle möglichen Artikel der Holzindustrie, Kinderspielzeuge, Grammophone, Nähmaschinen, Fahrräder bis hin zu Automobilen.

(Quelle: Betriebswissenschaftliche Studien, Teil 2, Die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Consumvereine Hamburg und ihr Lager in Mannheim, Franz Goppel, Leipzig 1914) ■

GEG-Lager und Verwaltungshaus am Binnenhafen von der Straßenseite gesehen, ca. 1919 aufgenommen.



Im Oberlicht der Eingangstür ist das GEG-Logo in Bleiglasfassung erhalten





Das bauzeitliche Treppenhaus mit Jugendstil-Treppengeländer

Nach dem Krieg wurde die Straßenseite um 1950 vereinfacht wieder aufgebaut



Die heutige Ansicht der ehemaligen Wasserseite vom gegenüberliegenden Recycling-Betrieb aufgenommen

Heutige Ansicht von der Binnenhafenstraße aus gesehen





Der Geschäftsbericht des Mannheimer Konsumvereins von 1911/12 wurde in gedruckter Form herausgebracht

Zwischen Bildung und Propaganda

– Veröffentlichungen als Quelle des genossenschaftlichen Wissens

Von Barbara Ritter

Schier unüberschaubar sind Umfang und Zahl der Konsumgenossenschaftlichen Publikationen. Viele lokale Konsumvereine – wie auch der Mannheimer – brachten sowohl Wochen- und Jahresberichte in gedruckter Form als auch Schriften zu speziellen Themen und Chroniken heraus. Für die Mitglieder gibt es monatlich die „Konsumzeitung“, die als Vereinsanzeiger, ein Mitteilungsblatt des Mannheimer Konsum-Vereins, dient. Meist stammen die Artikel aus der Feder des Geschäftsführers. Er ruft in seinem Geschäftsbericht die Mitglieder immer wieder zur aktiven Beteiligung auf. Leider ist keine der Zeitungen erhalten geblieben.

Der Zentralverband deutscher Konsumvereine (ZdK) und die GEG geben neben Periodika auch wissenschaftliche Untersuchungen heraus. Politische Reden zur Verbreitung der Genossenschaftsidee werden genauso veröffentlicht wie Berichte und Übersetzungen von Genossenschaften anderer Länder. Mit großer Sorgfalt werden konkrete Handlungsanweisungen für alle Bereiche der täglichen Arbeit in Laden, Lager und Verwaltung ausgearbeitet. Der Zentralverband hat seine Veröffentlichungen zu Recht als „Quellen des genossenschaftlichen Wissens“ eingeschätzt. Für ihre vielfältigen Publikationen hatten ZdK und GEG sogar eigene Verlage.

Während die GEG als Kommunikationsmittel mit ihren Beschäftigten den „Wochenbericht“ herausgibt, beginnt der Zentralverband 1904 mit der „Konsumgenossenschaftlichen Rundschau“. Deren zentrale Ziele sind der Zusammenschluss der vielen Hundert Konsumvereine, die Abwehr von Angriffen und die Wahrung weltanschaulicher Neutralität.

„Erziehung“ und „geistiger Genuss“ für die Mitglieder

Seit 1902 richten sich die GEG und später auch der ZdK direkt an die konsumierenden Mitglieder. Mit dem „Frauengenossenschaftsblatt“ sprechen sie ganz direkt die „sparsame Hausfrau“ an. „Erziehen

und Haushalten helfen“ ist der Leitgedanke und es „sollte noch ein wenig übrig bleiben für eine Sonntagserholung, für einen geistigen Genuss.“ Zu diesem Zweck gibt es Rätsel, Spiele, Gedichte aber

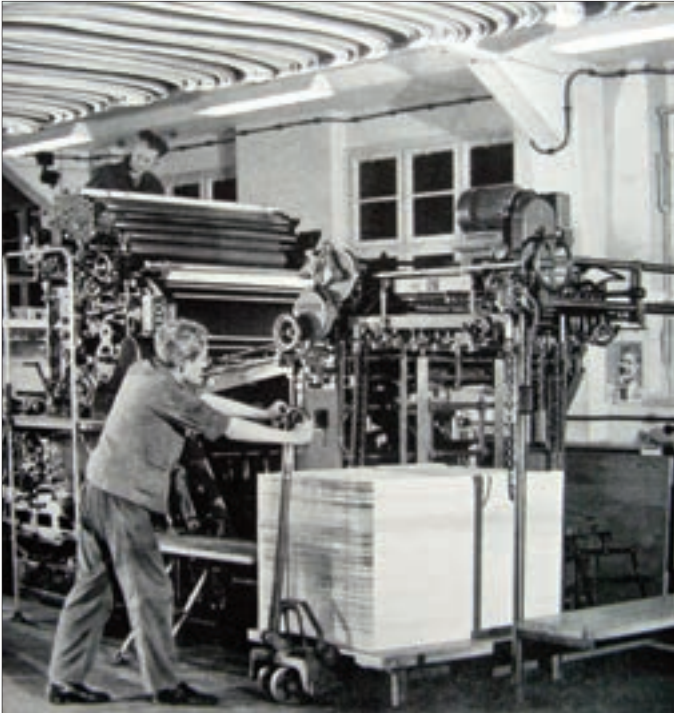


Die „GEG-Post“ Heft 4 von 1951 berichtet über die wieder funktionierende Mannheimer Mühle

auch Novellen wie z.B. von Maxim Gorki. 1907 erscheint das Frauengenossenschaftsblatt mit einer Auflage von 210.000 Exemplaren. Es muss extra bestellt werden. In Mannheim werden 1907 alle zwei Wochen etwa 2.000 Exemplare verteilt.

1908 erfolgt seine Umwandlung in das „Konsumgenossenschaftliche Volksblatt“, jetzt hergestellt in der eigenen Druckerei in Hamburg. Es ist nun das Massenorgan des Zentralverbandes für die Konsumvereinsmitglieder und erscheint ab 1914 alle zwei Wochen in einer Auflage von etwa einer halben Million. Krieg und Inflation lassen Auflage und Umfang schrumpfen, doch 1927 ist die Million überschritten. In Mannheim werden 1930 über 9.000 Exemplare abonniert. Ende der 1920er und Anfang der 1930er Jahre erscheint es farbig. Renommierete Künstler lassen darin Grafiken abdrucken. Bekannte zeitgenössische Schriftsteller veröffentlichten dort, z.B. Oskar Maria Graf, Ludwig Thoma, Marie von

Die Buchdruckmaschinen standen in Hamburg und stellten vor allem Kataloge her



Ebner-Eschenbach oder Adolf Schmitthenner. Die letzte Seite kann von den lokalen Konsumvereinen für eigene Mitteilungen benutzt werden. Das Blatt wird auch in der NS-Zeit mindestens bis 1935 weitergeführt.

Die „GEG-Post“ für die Schulung der Beschäftigten

Nach 1945 wird die „GEG-Post“ alle zwei Wochen für ihre leitenden Angestellten und die für Werbung Verantwortlichen in den Konsumvereinen herausgegeben. Sie enthält Nachrichten aus dem Konsumgenossenschaftsleben, beschreibt Produkte und Produktionsstandorte der GEG und gibt Präsentationsvorschläge für Waren. Einen großen Raum nehmen auch Schulungsbeiträge für den Verkauf, für Dekoration und für die Gewinnung neuer Mitglieder ein. Die GEG betreibt sogar eine eigene Werbefachschule in Hamburg.

In Hamburg und Mannheim hat die GEG eine Druckerei und Papierwarenfabrik, die großflächige Plakate, Verpackungsmaterial in Riesenaufgaben, Kassenbons, Prospekte, Kataloge und farbige Drucksachen herstellt. Die Mannheimer Druckerei wird Ende der 1950er Jahre in der Friesenheimer Straße 16 als Flachbau und Hochregallager erbaut und schon 1974 wieder geschlossen, das Gebäude wurde danach von der TAG und wird heute von der Firma Birkel als Verwaltungsbau genutzt. ■

Die GEG-Offsetdruckerei und Papierfabrik konnte von farbigen Drucksachen bis zu Großflächenplakaten alles selbst herstellen



Werbung

– als „wahrhaftige und laute Anpreisung“

Von Barbara Ritter

„Mehr Reklame!“ Dazu ruft 1910 Emil Berger in der Konsumgenossenschaftlichen Rundschau auf. Reklame war bei den Genossenschaftlern ein heißes Eisen. Für viele hatte sie den Beigeschmack von marktschreierischem Gehabe und mehr oder weniger bewusster Täuschung und Irreführung von Kunden. Zu den üblichen Formen

1930: Sparsame Haushaltsführung: Selbst schneiden und ausbessern mit der GEG-Nähmaschine.



des gerade aufkommenden Reklamebooms – Plakate, Anzeigen, Reklamemarken - zu greifen, fällt den Konsumgenossenschaftlern deshalb schwer, doch, so stellt Berger fest, die „Masse“ muss gewonnen werden. „Notwendig ist eine vornehme, wahrhaftige, allerdings auch laute und vernehmliche Anpreisung unserer guten Sache.“

1932: Die glückliche Hausfrau mit Reinigungsmitteln der GEG.



Für die Jahre 1930/31 berichtet der Geschäftsführer des Konsumvereins Mannheim von den umfangreichen Maßnahmen der „allgemeinen Propaganda“: „Inserate, Lichtbilder und Werbefilme in den Kinos, Beiträge zu den Berichten der Gewerkschaften, Verteilung von 415.000 Flugblättern, 12.400 Werbeheften, 100.000 farbigen Prospekten unserer GEG, sowie 75.000 Handzettel mit Preisangabe für bestimmte Bedarfsgegenstände“. Außerdem verteilte der Konsumverein Mannheim zwecks Mitgliederwerbung allein im November 1930 „110.000 Flugblätter mit Bildern über den Kreislauf der kapitalistischen Wirtschaftsweise und der Veranschaulichung der konsumgenossenschaftlichen Gütererzeugung und Güterverteilung“. Diese Menge von Werbematerial ist wirklich eindrucksvoll.

1932: Süßes von der GEG für Pfingsten: Schokolade und GEG-Ährenstolzmehl samt Backpulver.



Darüber hinaus legen die Konsumvereine großen Wert auf die Gestaltung von Schaufenstern und Warenpräsentation im Laden sowie ausführliche Produktinformation in eigenen Publikationen. Die Bilder zeigen ganzseitige Werbung aus der Mitgliederzeitschrift „Konsumgenossenschaftliches Volksblatt“ der frühen 1930er Jahre. Mit der Werbung der GEG wird oft eine resolute Hausfrau ganz direkt angesprochen. Männer dagegen sind die Adressaten für die vielfältige Tabakwerbung (Zigarren, Zigaretten und damals auch Kautabak).

Ab Ende der 1920er Jahre bringt die GEG über ihre Produktion sogar Filme heraus. Sie wurden bei genossenschaftlichen Zusam-

1933: Konserven waren Vertrauenssache, sie wurden beworben mit „kein Scheingewicht“ und „peinlich sauber“.



menkünften und zur Schulung vorgeführt. Der Film „Aufwärts durch Selbsthilfe“ wird innerhalb von zwei Jahren in Mannheim 27 Mal vorgeführt mit insgesamt 12.900 Zuschauern – also jedes Mal ein voller Saal mit 400-500 Besucherinnen und Besuchern! Ein Lehrfilm von Anfang der 1950er Jahre zeigt auch die Mehl- und Grießherstellung in der Mannheimer GEG-Mühle.

Auch in den 1950er Jahren füllen Werbeveranstaltungen des Konsum noch riesige Säle. Besonders beliebt sind die Waschvorführungen, die durch die Düsseldorfer Seifenfabrik der GEG organisiert werden und an denen Anfang der 1930er Jahre jeweils 400-500 Frauen teilnehmen. In den 1950er Jahren sind dagegen Backvorführungen gefragt.

1930: Drei Sorten Zigaretten aus der Altonaer Fabrik der GEG.



In den frühen 1950er Jahren geht der Konsum auch zu Plakatreklame über. 1952 werden allein 20.400 Vierfarbplakate aufgehängt. Zwei Jahre später hat der Mannheimer Konsumverein eine eigene Werbeabteilung mit Fotolabor und Hausdruckerei, die ab 1954 Werbegemeinschaften mit benachbarten Konsumgenossenschaften bildet.

1931: Zigarettenwerbung für Arbeiter und Angestellte. Damals wurden Zigaretten auch einzeln verkauft.



„Die Marken bitte!“

– Umsatz- und „Rabatt“-Marken

Viele Ältere erinnern sich heute, dass sie als Kind sogenannte Rabattmarken vom Konsum in ein Heftchen einkleben durften.

Tatsächlich hat nicht nur der Konsumverein solche Marken auf den Verkauf ausgegeben, sondern viele andere Händler oder Handelsketten auch. Rabattmarken waren bis in die 1970er Jahre eine gängige Form der Kundenbindung, denn man sollte in diesem Laden möglichst oft einkaufen gehen. Für jeden vollen Marktbetrag gab es eine Rabattmarke, diese klebte man in das Sammelheft ein. Vollgeklebte Hefte konnte man einlösen und die maximal 3% Rabatt erhalten oder bestimmte Waren verbilligt kaufen.

Beim Konsum hatten die Marken streng genommen nicht die Funktion von „Rabatt“-Marken, denn es war zu Jahresbeginn noch nicht klar, wie hoch die Rückvergütung ausfallen wird – es handelte sich auch nicht um Rabatt, sondern eine „Gewinnbeteiligung“. Beim Konsum, auch in der DDR und bei co op in Westdeutschland, konnten Mitglieder mit solchen Marken, die es in unterschiedlichen



Beträgen gab, ihren Umsatz für die Berechnung der Rückerstattung am Jahresende nachweisen. Lange Zeit wurden für die Rückerstattung jedoch einfach nur die Kassenbons gesammelt, wobei dann jeder Pfennigbetrag in die Summe einging. Barbara Ritter ■

Buchführung 1957

Kassenbons

Geschäftswert Vorms 1957	DM	30.-
Kassenbons	DM	16.-
Geschäftswert durch Rückvergütung	DM	/
Geschäftswert gesamte	DM	46.-
Rückvergütung	DM	99.-
3 % von DM 1960	DM	99.-
Übergang auf Geschäftswert	DM	/
Buchführung	DM	99.-

Dein Umsatz
ist der Maßstab der Treue!

Dein Wille
für die Genossenschaft
fordert den Aufbau und die Leistungen
für Deinen Haushalt

**Konsumgenossenschaft
Ulm, e. G. m. b. H.
Ulm a. d. Donau**

VST Nr. 95

Mitgliedsbuch
Nr. 15327

Herr *Ludw. Braun*
Frau *Auguste geb. Zippner*
Ulmerstr. 11

Ulm

Einl. 1957

Reklamemarken

– das Werbeplakat in Briefmarkenformat

Konsumvereine und Großeinkaufsgesellschaft greifen Anfang des 20. Jahrhunderts bis etwa zum Beginn des Ersten Weltkrieges zu dem damals beliebten Werbemittel der Reklamemarke. In Aufmachung und Größe ähneln sie Briefmarken und erscheinen oft in Serien. Die Marken werden damals nicht nur von Kindern gesammelt, getauscht und in Alben gesteckt wie die heutigen Sammelbilder.

Als Couvert-Verschlussmarken geraten sie in den amtlichen Postverkehr und erlangen so ebenfalls die Aufmerksamkeit der Sammler. Die kleinen Werbeträger sind meist produktbezogen oder sie werden aus Anlass eines Jubiläums herausgegeben. Oftmals sind sie von Künstlern gestaltet. Vom Mannheimer Konsumverein sind keine solcher Marken überliefert. Barbara Ritter ■



Das neue Logo mit Variationen

Von Barbara Ritter.

Die Schutzmarke „GEG“ lässt sich die Großeinkaufsgesellschaft deutscher Consumvereine schon 1904 als ihr Warenzeichen sichern, obwohl sie noch keine eigene Produktion hat. Die GEG vertreibt unter ihrem Logo – drei kantige, etwas steife Buchstaben - zunächst viele Produkte fremder Hersteller, bis sie ab 1910 eigene Fabriken hat.

1914 schreibt die GEG einen Wettbewerb für ein neues Logo aus. Das neue Logo soll auf allen Plakaten, Anzeigen, Drucksachen und „sämtlichen Propagandamitteln“ und allen Produkten und Verpackungen erscheinen und absolut unverwechselbar sein. 30 Zeichner legen um die 100 Entwürfe vor. Dem bekannten Grafiker Lucien Bernhard gelingt ein genialer Wurf, der gleichzeitig zur Entwicklung von Warengruppensignets führt.

Die GEG-Fabriken stellen in der Zwischenzeit die unterschiedlichsten Waren des täglichen Bedarfs her. Ein immer größerer Teil davon ist

Das „klassische“ Logo ab 1920



bereits ab Fabrik in haushaltsgerechten Mengen abgewogen und abgepackt. In den Verkaufsstellen spart das Arbeit und Zeit ein und es ist hygienischer. Die Verpackung von Nudeln, Mehl und Konserven, aber auch Weinetiketten, Seifenstücken, Zigaretten oder Schokoladetafeln erfordert sinnvolle und korrekte Kennzeichnung der Waren. Darauf legt die GEG besonderen Wert, die irreführende Werbung auf Verpackungen verabscheut und anprangert.

Die Nudelfabrik in Riesa-Gröba verwendet 1914 das neue Waren-Signet für Nudeln als erster GEG-Betrieb. Allerdings kann die Idee eines Corporate Design erst nach dem Ersten Weltkrieg in vollem Umfang realisiert werden. Am 28. Mai 1920 lässt die GEG dieses neue Warenzeichen unter der Nummer 237 634 eintragen. Lucien Bernhard entwickelt zahlreiche Warengruppensignets, die das Logo der GEG je nach Produktgruppe einfallsreich und zeichnerisch „sprechend“ abwandeln. Otto Lindner, Autor in der Konsumgenossenschaftlichen Rundschau aber schwärmt von dem neuen Warenzeichen: „Kühl und klar, am weitesten sichtbar, am stärksten einprägsam, steht über den Warengruppensignets die einsame agitatorische Hauptmarke, das „Wahrzeichen“, als Vorbild reiner Sachlichkeit, der Quelle dauernden Erfolgs.“ ■

Lucien Bernhard

Mit Lucien Bernhard (1883-1972) hat die GEG einen der renommiertesten Graphikdesigner und Typographen engagiert. Seine Werbepлакate in Stil der Neuen Sachlichkeit sind noch heute bekannt und beliebt, wie auch seine neuen Schriftfonts, die als „Bernhard“ praktisch auf jedem PC zu finden sind. 1920 wird Lucien Bernhard zum Pro-



Selbstportrait

fessor für Plakatkunst an die Akademie der Künste in Berlin berufen - der ersten Professur für dieses Fach überhaupt. 1923 eröffnet er in New York ein Designstudio, wo er sich vor allem dem Möbeldesign und nach 1930 der Malerei und Bildhauerei widmet.



Seife und Waschpulver



Mehl



Nudeln



Pralinen und Kaffee



Tabak



Holzwaren



Bekleidung



Bürsten und Besen



Zigaretten



Molkereiwaren

Mit dem Kosum-Paar ins Wirtschaftswunder

Von Barbara Ritter

In den 1950er Jahren führt das liebevoll gezeichnete Konsumpärchen durch die Warenwelt des Konsum. Erstaunlich für die Zeit ist die von dem Paar zumindest streckenweise vorgestellte Arbeitsteilung im Haushalt. Anleitungen für die Verkaufsstellen erklärten, wie die Figuren von Hand vergrößert und als Plakate oder Dekoration im Laden benutzt werden können. Das Pärchen zierte aber auch die

Produktverpackung selbst, wie z.B. auf der Mopp-Dose. Es erscheint auch auf Luftballons und sogar LKW werden damit auf Reklamefahrten oder Festumzüge geschickt. Auf der Schallplatte (Schellack!) mit dem Konsumlied tanzt gar eine ganze Gruppe. ■

Plakat zur Kampagne



Mopp-Dose mit dem Paar bei der Hausarbeit

Schallplatte mit dem Konsumlied





Kinder beim Werbezug in Worms mit Luftballons

Werbezug in Worms ca. 1951 mit großem Aufwand



GEG-Post 1951 zur Planung der kommenden Werbeaktivitäten



„Die Bündelung ökonomischer und sozialer Interessen“

Ein Fazit

Von Katja Patzel-Mattern

Was bleibt von Konsumverein und GEG in Mannheim? Auf den ersten Blick nicht viel: Akten im Stadtarchiv und bei Rhein-Neckar Industriekultur e.V., Erinnerungen von Zeitzeugen und einige Bauwerke mit touristischem Wert. Doch ist das alles?

Wohl kaum, wenn man bedenkt, dass es weltweit schätzungsweise 800 Millionen Genossenschaftsmitglieder in über 100 Ländern gibt.

Eine der vielen Fabrikuhren der GEG in der Nähe des Meisterzimmers



Diese Zahl macht deutlich, dass die genossenschaftliche Idee auch in der Gegenwart trägt: Selbsthilfe vor Ort und wirtschaftliches Handeln, gebunden an soziale Verantwortung, eröffnet Gestaltungsräume.

„Systemverändernde“ Wirkung:

Die Gestaltung der Versorgung

Dies gilt auch in historischer Perspektive. Zwar trugen die Konsumgenossenschaften nicht zu einer friedlichen Sozialisierung der Wirtschaft bei, wie der Ökonom und Soziologe Werner Sombart zu Beginn des 20. Jahrhunderts es für möglich hielt. Tatsächlich wurden sie in der DDR ideologisch instrumentalisiert, in der Bundesrepublik zu einer Stütze des Systems der Sozialen Marktwirtschaft.

Dennoch veränderten die Konsumgenossenschaften die Wirtschaftssysteme – und zwar im Bereich der Versorgung. Sie eröffneten in der Zeit der Industrialisierung bis weit ins 20. Jahrhundert hinein Gestaltungsräume, um eine bessere Qualität von Lebensmitteln zu sichern, ihre Verteilung gerechter zu gestalten und Abhängigkeiten zu reduzieren. Auf diese Weise ermöglichten die Konsumgenossenschaften der entstehenden Industriegesellschaft und ihrer Arbeiterschaft eine wichtige Erfahrung: Gemeinschaftliches Engagement ermöglicht die Verbesserung der eigenen Lebensumstände und stiftet Identität. Dies gilt auch für die Mannheimer.

„Das Wohlergehen aller Menschen“: Ergebnisse

Gesellschaftliche Voraussetzungen: Die Artikel der Studierenden haben gezeigt, dass die konsumgenossenschaftliche Idee sich in der noch stark durch das Bürgertum geprägten Stadt der 1870er Jahre nicht durchsetzen kann. Ihr Erfolg ist wesentlich von einer großen Industriearbeiterschaft abhängig, wie es sie erst um 1900 gab. Sie stellte angesichts prekärer Versorgung die notwendige Mitgliederbasis für die ökonomische und politische Etablierung der Organisation bereit.

Weltanschauliche Neutralität: Dennoch verstand sich der Mannheimer Konsumverein, auch dies machen die Artikel deutlich, selbst als weltanschaulich neutral. Sein Ziel war es, „das wirtschaftliche Wohlergehen aller Menschen zu heben“. Dementsprechend strebte er nach einer möglichst breiten Verankerung in der Stadt und warb um Mitglieder in allen gesellschaftlichen Gruppen.

Gewerbliche Konkurrenz: Dies verunsicherte, so ein drittes Ergebnis, gewerbliche Konkurrenten. Es waren vor allem Händler,

die immer wieder gegen die genossenschaftliche Organisation agitierten. Sie versuchten so, einen erfolgreichen Mitbewerber vom Markt zu verdrängen – nur mit begrenztem Erfolg, wie die Geschichte zeigt. Denn dieser Mitbewerber verfügte auch dank der GEG in Mannheim über ein überregionales Verteilsystem eigener Produkte. Unabhängigkeit konnte so erreicht, Qualität gesichert werden. Vor allem aber verfügte der Konsumverein dank seiner vielen kleinen Läden über eine große Kundennähe. Diese nutzte er für Innovationen im Verkauf.

1927/28: Konsum mit Metzgerei und Backwaren und die Versicherung „Volksfürsorge“, Eckhaus Schwetzingen Straße / Heinrich-Lanz-Straße in Mannheim.





Politische Wirkungen: Die politischen Reaktionen auf das große Ziel des Konsumvereins, „das wirtschaftliche Wohlergehen aller Menschen zu heben“, wechselten. Anders als die gewerblichen Reaktionen schwankten sie zwischen Vereinnahmung und Beschränkung, so eine weitere Erkenntnis. Dies begründet sich in den Leistungen des Vereins. Er sicherte einerseits die Versorgung. Damit förderte er im Sinne der jeweiligen Machthaber politische Stabilität. Andererseits erschien der Konsumverein angesichts wachsender Mitgliederzahlen als eine gesellschaftliche Kraft. Diese könnte, so die Befürchtung, mobilisierend wirken.

Alltägliche Präsenz: Denn tatsächlich, auch dies verdeutlichen die Artikel, bot der Konsumverein in Mannheim mehr als nur günstige Einkaufsmöglichkeiten. Er führte Menschen unter der Idee der Selbsthilfe zusammen und entwickelte darauf aufbauend ein eigenes Sozialleben. Die Mitglieder wurden gebunden und die Organisation gestärkt. Von dieser Bedeutung für das alltägliche Leben zeugen gegenwärtig nur noch Erinnerungen. Die vielen kleinen Läden, jahrzehntelang Begegnungsorte der genossenschaftlich organisierten Nachbarschaft, haben keine Spuren hinterlassen.

(Un)sichtbare Spuren: Heute fällt der Blick der historisch Interessierten vor allem auf die großen genossenschaftlichen Bauten und ihre Architektur: die Verwaltungs- und Lagergebäude des Konsumvereins in der Industriestraße und die „genossenschaftliche Burg“ auf der Friesenheimer Insel. Beide repräsentieren wichtige Standbeine der konsumgenossenschaftlichen Organisationen und ihrer Selbstverständnisse. Aber ihre Präsenz sollte nicht vergessen lassen, dass es die Menschen in den Vierteln waren, die das genossenschaftliche Leben im Alltag prägten. In Begegnungen und Handeln vor Ort konnte sich die konsumgenossenschaftliche Idee entfalten – so ein letzter Befund der Artikel, die die Studierenden geschrieben haben.

Und heute? Verteilungsgerechtigkeit als Aufgabe

Solche Entfaltungsmöglichkeiten fanden angesichts gesellschaftlicher Veränderungen, wirtschaftlicher Rationalisierung und Konzentration ihr Ende. Diese Prozesse führten dazu, dass Lebensmittel und Waren des täglichen Bedarfs zentral, schnell und immer günstiger angeboten wurden. Massenkonsum ließ Selbsthilfe und Vertei-

Der markante halbrunde Turmbau der „genossenschaftlichen Burg“ beherbergt das Treppenhaus des Silos

lungsgerechtigkeit nachrangig erscheinen. Hinzu kam, dass Einzelne sich bereicherten. So wurde der Niedergang der Konsumgenossenschaft in Mannheim, wie im gesamten Südwesten, beschleunigt.

Doch ihre Ideale sind noch heute aktuell, wie die Arbeit zahlreicher Konsumgenossenschaften weltweit belegt. Sie handeln nicht mehr nur mit Waren, sondern auch mit Dienstleistungen – ein wichtiges ökonomisches Gut unserer Gegenwart. Diese Produkte gerechter zu verteilen und ihre Qualität zu sichern, ist Ziel des ge-

nossenschaftlichen Wirkens. In diesem Sinn bezeichnet Bundeskanzlerin Angela Merkel Genossenschaften als „Vorbilder für die Bündelung ökonomischer ... und sozialer Interessen.“ Doch damit Genossenschaften tatsächlich Vorbilder in der genannten Weise sein können, müssen sie die Balance zwischen beiden Interessen halten. Wie wichtig dies für das Gelingen konsumgenossenschaftlicher Arbeit ist, dafür kann die Geschichte des Mannheimer Konsumvereins und der GEG sensibilisieren. ■



Blick auf das GEG-Malzkaffeewerk durch das einzige runde Fenster der GEG-Mühle



Glossar

Allgemeiner Deutsche Arbeiterverein (ADAV): früheste Vertretung der deutschen Arbeiterbewegung. Im Mai 1863 in Leipzig auf Veranlassung Ferdinand Lassalles gegründet. Ziele waren unter anderem ein allgemeines und direktes Wahlrecht sowie die Errichtung von Arbeiter-Produktivgenossenschaften mit Unterstützung des Staates.

Arbeiterbewegung: Bezeichnung für organisierte Zusammenschlüsse der lohnabhängigen (Industrie-)Arbeiterschaft im 19. Jahrhundert. Ziel war die Veränderung und Verbesserung der sozialen, wirtschaftlichen und politischen Verhältnisse der Arbeiterschaft.

Bedarfsdeckungswirtschaft: Wirtschaftspolitischer Grundsatz der Nationalsozialisten zur Erlangung von Autonomie im Kriegsfall. Bezeichnet eine Wirtschaftsweise, die nicht vom Gewinnstreben geleitet sein soll, sondern der Bedarfsdeckung dient. „Nichtarier“ oder „Reichsfeinde“ im Sinne der nationalsozialistischen Ideologie waren von Versorgungsleistungen ausgeschlossen.

Corporate Design: einheitliches Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Gleiche Kennzeichen in Architektur, Arbeitskleidung, Werbemitteln etc. sollen den Wiedererkennungswert eines Unternehmens und seiner Produkte steigern.

Deutsche Arbeitsfront: Nationalsozialistischer Einheitsverband der Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Verbindlich eingeführt im Mai 1933 nach der Zerschlagung der Gewerkschaften mit dem Ziel, die Arbeiterschaft an das System zu binden. Leiter war Robert Ley.

GEG (Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine): 1894 gegründete Großhandelsorganisation der Konsumvereine. Um die einzelnen Vereine vor Boykotten des Handels zu schützen, kaufte die GEG zentral Güter ein und betrieb eigene Produktionsstätten.

Gesetz über Preisnachlässe (Rabattgesetz): Gesetz vom 25. November 1933 im Bereich des Wettbewerbsrechts. Element der nationalsozialistischen Mittelstandspolitik. Regelte das Recht der

Einzelhändler, den Verbrauchern Preisnachlässe einzuräumen. Beschränkte die Rückvergütung der Konsumgenossenschaften an die Mitglieder auf 3% des Umsatzes.

Gesetz über die Verbrauchergenossenschaften: Nach dem Gesetz vom 21. Mai 1935 mussten unwirtschaftlich arbeitende Verbrauchergenossenschaften sich bis Ende 1935 auflösen. Jede genossenschaftliche Neugründung bedurfte nun der Zustimmung durch die Reichsregierung.

Gleichschaltung: Zwangsweise Anpassung aller staatlichen und gesellschaftlichen Institutionen, Verbände, Parteien, Kirchen etc. an die ideologischen Ziele und organisatorischen Strukturen des Nationalsozialismus durch mehrere Gesetze und terroristische Maßnahmen seit März 1933.

Industrialisierung: Bezeichnung für die Gesamtheit der wirtschaftlichen, technischen und sozialen Veränderungen in Europa seit der Mitte des 18. Jahrhunderts. Übergang von der agrarischen zur industriell-maschinellen Produktionsweise und von der Stände- zur Klassengesellschaft. Beginn in Deutschland ab Mitte des 19. Jahrhunderts mit einem ersten Höhepunkt nach 1867 und der sog. Hochindustrialisierung ab 1895.

Industrielle Revolution: Bezeichnung der Durchbruchphase eines beschleunigten Wachstums der Industrielandschaft aufgrund von technischen und institutionellen Veränderungen. Eng verwandt mit dem Begriff der Industrialisierung.

Inflation: beträchtliche Erhöhung des Geldumlaufs im Verhältnis zur Produktion und dadurch verursachter anhaltender Prozess der Geldentwertung, der sich durch allgemeine Preissteigerung bemerkbar macht.

Körperschaftssteuer: Steuer auf das Einkommen von juristischen Personen wie beispielsweise Kapitalgesellschaften, Genossenschaften oder Vereinen. U. a. sind gemeinnützigen, mildtätigen oder kirchlichen

Zwecken dienende Körperschaften sowie politische Parteien von der Körperschaftsteuer befreit.

NSDAP (Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei): In der Weimarer Republik entstandene politische Partei mit rassistischem, antisemitischem und nationalistischem Programm. Von 1933 bis 1945 während der nationalsozialistischen Diktatur einzig zugelassene Partei. Parteivorsitzender und späterer Reichskanzler: Adolf Hitler. Seit 1945 verboten.

Pilaster (Relieffpfeiler): Architektonischer Schmuck an Gebäuden in Form eines flach an der Wand befindlichen Teilpfeilers.

Proletariat: wirtschaftlich abhängige, besitzlose (Arbeiter-)Klasse. Seit dem 19. Jahrhundert angewandter Begriff auf die im Zuge der Industrialisierung entstehende Industriearbeiterschaft. Zentraler Begriff der marxistischen Theorie.

Rückvergütung: Form der Überschussverteilung an Genossenschaftsmitglieder auf der Basis von Mitgliederumsätzen mit dem genossenschaftlichen Geschäftsbetrieb.

„Reelle Waren“: Bezeichnung von unverfälschten, korrekt abgewogenen Waren.

SA (Sturmabteilung): paramilitärische Organisation der NSDAP in der Weimarer Republik. Eingesetzt als Terrereinheit im Straßenkampf gegen Kommunisten und ideologische Feinde. 1934 Liquidierung der SA-Führung infolge des sogenannten „Röhm-Putsches“ und Reduktion des Personalbestandes. Politischer Bedeutungsverlust gegenüber der SS (Schutzstaffel).

Solidarhaft: Bezeichnung im Genossenschaftswesen für die Haftpflicht des Einzelmitglieds für Verbindlichkeiten der Genossenschaft.

Sozialdemokratie: Bezeichnung für ideologische Strömung und politische Bewegung, die die Verbindung von Demokratie und/oder Sozialismus mit sozialer Politikausrichtung anstrebt. In Deutschland 1875: Vereinigung von ADAV und Sozialdemokratischen Arbeiterpartei (SDAP) zur Sozialistischen Arbeiterpartei Deutschlands (SAP), 1890: Umbenennung in Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD).

Soziale Marktwirtschaft: allgemein gesellschafts- und wirtschaftspolitisches Leitbild sowie im Besonderen Bezeichnung für die Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland mit dem Ziel „auf der Basis der Wettbewerbswirtschaft die freie Initiative mit einem gerade durch die wirtschaftliche Leistung gesicherten sozialen Fortschritt zu verbinden“ (Alfred Müller-Armack).

Umsatzsteuer: Gemeinschaftssteuer, häufig auch als Mehrwertsteuer bezeichnet, fällig bei allen Lieferungen und Leistungen, die ein Unternehmen gegen Entgelt im Inland ausführt.

Währungsreform: gesetzliche Neuordnung des Geldwesens. In Deutschland 1923: Einführung der Reichsmark im Deutschen Reich, 1948: Einführung der Deutschen Mark (D-Mark) in den drei westlichen Besatzungszonen, dem Gebiet der späteren Bundesrepublik, 1948: Einführung der Deutschen Mark der Deutschen Notenbank (Mark) in der Sowjetischen Besatzungszone, dem Gebiet der späteren DDR.

„Wirtschaftswunder“: Schlagwort zur Beschreibung des deutschen Wirtschaftsaufschwungs in den 1950er Jahren. Häufig mit der Sozialen Marktwirtschaft Ludwig Erhards in Verbindung gebracht. Der Begriff verkürzt historische Rahmenbedingungen des Wirtschaftsaufschwungs und vernachlässigt, dass zunächst nicht alle Bevölkerungsgruppen daran partizipierten.

Verordnung zur Anpassung der verbrauchergenossenschaftlichen Einrichtungen an die kriegswirtschaftlichen Verhältnisse vom 18. Februar 1941: Verordnung, die die vollständige Auflösung der Verbraucher genossenschaften sowie die Übertragung des gesamten Vermögens auf die nationalsozialistische Deutsche Arbeitsfront beschließt.

Verteilstelle: Filiale des Konsumvereins. Die Bezeichnung stammt aus der Zeit, da nur an Mitglieder Waren ausgegeben werden durften.

Zichorie (Gemeine Wegwarte): Pflanzenart, die seit dem Mittelalter zur Herstellung von Arzneien und seit dem 18. Jahrhundert auch als Grundlage für Ersatzkaffee genutzt wird.

Literatur und Quellen

Literatur über Konsumgenossenschaften

Bösche, Burchard: Kurze Geschichte der Konsumgenossenschaften, 2003, www.zdk-hamburg.de/download/Kurze_Geschichte.pdf.

Bösche, Burchard und Korf, Jan Frederik: Chronik der deutschen Konsumgenossenschaften, 150 Jahre Konsumgenossenschaften in Deutschland, 100 Jahre ZDK, 2003, www.zdk-hamburg.de/download/Chronik_ZdK_Text.pdf.

Bengelsdorf, Reinhold: Ziel und Weg der deutschen Genossenschaftsjugend 1949-1961, Bonn 1993.

Eisenberg, Christiane: Frühe Arbeiterbewegung und Genossenschaften, Bonn 1985.

Korf, Jan-Frederik: Von der Konsumgenossenschaftsbewegung zum Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront, Heinrich-Kaufmann-Stiftung des Zentralverbandes Deutscher Konsumgenossenschaften e.V. Hamburg, 2008 www.kaufmannstiftung.de/Publikationen/Von_der_Konsumgenossenschaftsbewegung_zum_Gemeinschaftswerk_der_Deutschen_Arbeitsfront.pdf.

Kurzer, Ulrich: Nationalsozialismus und Konsumgenossenschaften, Gleichschaltung, Sanierung und Teilliquidation zwischen 1933 und 1936, Pfaffenweiler 1997.

Novy, Klaus und Prinz, Michael: Illustrierte Geschichte Gemeinwirtschaft, Wirtschaftliche Selbsthilfe in der Arbeiterbewegung von den Anfängen bis 1945, Berlin 1985.

Prinz, Michael: „Konsum“ und „Konsumgesellschaft – Vorschläge zu Definition und Verwendung, in: ders. (Hrsg.): Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Paderborn 2003.

Prinz, Michael: Brot und Dividende. Konsumvereine in Deutschland und England vor 1914, Göttingen 1996.



Werbung der GEG um 1951: Mit dem Versprechen: „Es bleibt dabei: Der Konsum hilft!“ treten Konsummitglieder aus dem Schatten der Kriegs- und Nachkriegszeit in die bunte Warenwelt.

Schmidt, Werner: Der Wandel der deutschen Konsumgenossenschaften in genossenschaftstheoretischer und wirtschaftlicher Sicht, Dissertation Mannheim 1966

Spiekermann, Uwe: Basis der Konsumgesellschaft. Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850-1914, München 1999.

Quellen von Konsum und GEG

Grosseinkaufs-Gesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften m.b.H.: 60 Jahre GEG, 60 Jahre Dienst am Verbraucher, 1894-1954, Hamburg 1954.

Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumgenossenschaften m.b.H Hamburg, Bildbericht vom praktischen Erfolg der konsumgenossenschaftlichen Idee, 1953.

Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine m.b.H., Hamburg, Reise um die Welt, ca. 1930.

Grosseinkaufs-Gesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften m.b.H, Hamburg: Zum 75jährigen Firmenjubiläum am 16. März 1969.

Hasselmann, Erwin: Eduard Pfeiffer und seine Bedeutung für die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung, Hamburg 1954.

Hasselmann, Erwin: Geschichte der deutschen Konsumgenossenschaften, Frankfurt 1971.

Kaufmann, Heinrich: Festschrift zum 25jährigen Bestehen des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine 1903-1928, Hamburg 1928.

Kaufmann, Heinrich, Zentralverband deutscher Konsumvereine: Die Lohn- und Arbeitsverhältnisse genossenschaftlicher Angestellter und Arbeiter, Verlagsanstalt des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine, Hamburg 1906.

Kaufmann, Heinrich: Die Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine m.b.H. 1894 – 1919, Zum 25 Jährigen Bestehen, Hamburg 1919.

Oppermann, G., Häntschke, H.: Handbuch für Konsumvereine, Praktische Anweisung zu deren Einrichtung und Gründung, Berlin 1899.

Sierakowsky, Heinrich: Werk im Werden, Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine m.b.H., Hamburg 3. Auflage 1931.

SPD-Kreis Mannheim: 100 Jahre SPD in Mannheim, Eine Dokumentation, Mannheim 1967.

Zentralverband deutscher Konsumgenossenschaften E.V. Hamburg: Mit vereinten Kräften – Aus der Genossenschaftsarbeit in aller Welt, Hamburg 1952.

Zeitschriften: Genossenschaftsfamilie: 4/1950, 6/1954, Der Verbraucher: Nr. 31/30.07.1960, Konsumpost: März 1950, GEG-Post der Jahrgänge 1950-1957, Konsumgenossenschaftliche Volksstimme aus den Jahren 1930-1933.

Quellen von Konsum und GEG in Mannheim:

25 Jahre Konsum-Verein in Mannheim, Mannheim 1925.

co op Kurpfalz Konsumgenossenschaft eG: Chronik zum 75jährigen Jubiläum, Mannheim, Pyramidenstr. 1, 1975.

Geschäftsberichte des Konsumvereins Mannheim.

Stadtarchiv Mannheim, Bestand Konsumverein Zug. 59/1993 Vorwort durch Dr. Nieß, Verzeichnis der Archivalien.

Zeitungsausschnittsammlung aus Mannheimer Zeitungen 1908-1996 im Stadtarchiv Mannheim.

Goepfel, Franz: Die Großeinkaufsgesellschaft Deutscher Consumvereine Hamburg und ihr Lager in Mannheim, Betriebswissenschaftliche Studien, Teil 2, Leipzig 1914

Bildquellen

Von den 189 Fotografien und Illustrationen dieses Buches stammen etwa zwei Drittel aus privaten Beständen, die uns dankenswerter Weise zum Abdruck überlassen wurden.

Weiterhin unterstützte uns die Heinrich-Kauffmann-Stiftung (Hamburg) mit Scans aus dem Konsumgenossenschaftlichen Volksblatt (auf den Seiten 4l, 9, 13, 54l, 56l, 80, 81r, 85l, 105, 106, 107) und aus der GEG-Post (auf den Seiten 30o, 35r, 61r, 84r, 113ol, 113r) sowie mit den Reproduktionen auf Seite 23, 51l, 52, 53, 71l und 100ol.

Aus dem Archiv von Norbert Gladrow stammen die Bilder auf den Seiten: 4r, 11, 28, 30u, 31r, 34l, 35l, 40o, 41ro, 41u, 42o, 58, 59u, 61r, 62r, 64, 66, 69, 70, 86r, 87u, 89r, 93, 93u, 101ul, 113ul, 118.

In den Geschäftsberichten des Konsumvereins Mannheim fanden wir die Fotos für die Seiten 12, 14u, 15, 29r, 31o, 32, 33r, 34r, 54r, 55, 68, 86, 88r, 115.

o: oben, u: unten, r: rechts, l: links

Das Stadtarchiv Mannheim, Institut für Stadtgeschichte, überließ uns die Reproduktionen für die Seiten: 44, 46, 49rl, 60, 83r.

Dem Buch „60 Jahre GEG, 60 Jahre Dienst am Verbraucher, 1894-1954“ (Hamburg 1954) haben wir die Bilder auf folgenden Seiten entnommen: 76, 77, 89r, 92, 93, 104.

In Wikipedia fanden wir die gemeinfreien Grafikdateien für folgende Seiten: 21, 23.

Seite 95o: von Anna Frahm und Timo Holste erstellte Karte unter Zuhilfenahme von: Tafel zu »Mannheim«. Meyers Großes Konversations-Lexikon, Band 13. Leipzig 1908 [zuletzt abgerufen am 28.9.2012 unter <http://www.zeno.org/Meyers-1905/B/Mannheim?hl=mannheim>]

Industrie und Kultur, passt das zusammen? Und ob!

Ein Blick auf die vielfältigen Bauten, ob Fabrikhallen, Mühlen, Hafenanlagen, Werkssiedlungen, Klärwerke oder Wassertürme zeigt, wie bewegt die Geschichte der Industrialisierung in der Metropolregion Rhein-Neckar ist. Und wie spannend.

Der Verein Rhein-Neckar-Industriekultur e.V. (RNIK) will:

- Industriekultur in der Metropolregion bekannt machen
- industriegeschichtliches Wissen sammeln und Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensverhältnisse dokumentieren
- dazu beitragen, Gebäude und Anlagen zu erhalten und an deren wechselvolle Geschichte zu erinnern
- zu Ausflügen und Besichtigungen anregen und Wege zur Industriekultur beschreiben und einrichten

industriekulturelle Aktivitäten in der Region vernetzen

Mehr als 200 Objekte sind mit Bildern, Geschichte und aktuellen Informationen auf der Webseite www.rhein-neckar-industriekultur.de dargestellt.

Mit Faltblättern und Flyern informiert der Verein über eigene Ausstellungen und Exkursionen, auf der Webseite werden darüber hinaus Hinweise auf Veranstaltungen in der Region gegeben.

Kontakt: info@rhein-neckar-industriekultur.de

Postanschrift: RNIK c/o Alte Brauerei, Röntgenstraße 7, 68167 Mannheim

Aktive Mitarbeit im gemeinnützigen Verein RNIK oder finanzielle Unterstützung ist jederzeit willkommen.

Spendenkonto:

Sparkasse Rhein Neckar Nord, Kontonummer: 38 88 29 10, BLZ: 670 505 05

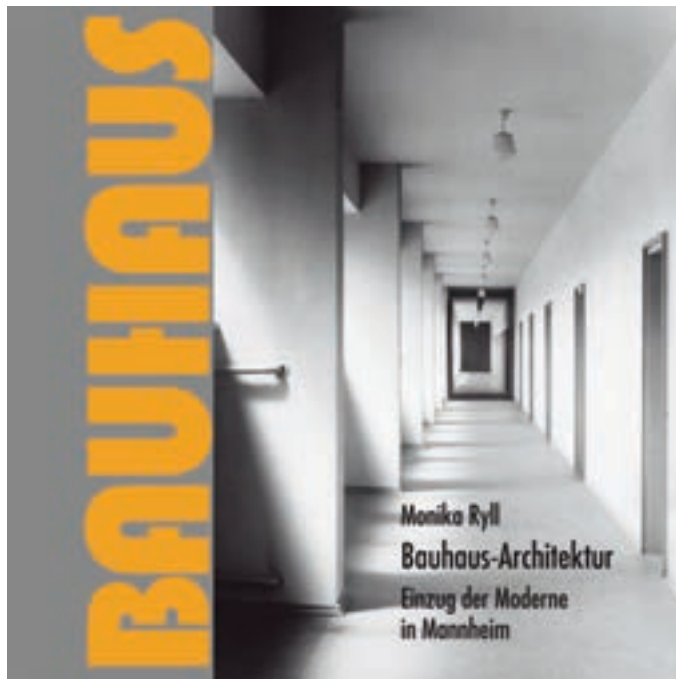
Der Verein Rhein-Neckar-Industriekultur gibt weitere Publikationen heraus:

- Felina, Architektur und Geschichte der Mannheimer Miederwarenfabrik (November 2011)
- Bauhaus-Architektur – Einzug der Moderne in Mannheim. (Mai 2013)

Buchbestellungen über: buchvertrieb@rhein-neckar-industriekultur.de



Rhein-Neckar-Industriekultur e.V.



Impressum

Herausgeber: Rhein-Neckar-Industriekultur e.V.
c/o Alte Brauerei, Röntgenstraße 7, 68167 Mannheim
www.rhein-neckar-industriekultur.de

Bestellungen an: buchvertrieb@rhein-neckar-industriekultur.de

Gestaltung und Layout: Lutz Walzel und Hannes Ritter

April 2013



Einkaufen beim Konsum

– das war für Generationen selbstverständlich. Eine Idee hatte sich durchgesetzt, die das „wirtschaftliche Wohlergehen aller Menschen fördern sollte“, wie es Anfang des vorigen Jahrhunderts hieß.

Arbeiterfamilien wollten nicht länger schlechte Ware zu überhöhten Preisen kaufen. Gegen den erbitterten Widerstand des Einzelhandels entstanden überall in Deutschland Konsumgenossenschaften. Das Buch schildert die Geschichte dieser Genossenschaften am Beispiel Mannheims.

Zahlreiche Abbildungen lassen Erinnerungen wach werden. Sichtbarer Höhepunkt ist der Bau der „Burg“, errichtet von der Einkaufsgesellschaft deutscher Konsumvereine (GEG), eine gigantische Produktionsstätte im Industriehafen und bis heute als Bau vollständig erhalten.

Auch wenn die Konsum-Läden inzwischen verschwunden sind – die Idee der Genossenschaften hat in Zeiten der Finanzkrise neuen Auftrieb erhalten.

