

vereine. Als Beispiel einer Produktivgenossenschaft möge die Molkereigenossenschaft gelten. Die Produkte der einzelnen Mitglieder werden ohne Scheidung nach einzelnen Besitzern in gemeinsamer Masse auf gemeinschaftliche Rechnung verkauft; bei den Absatzgenossenschaften, Magazinvereinen handelt es sich darum, in einer gemeinsamen Verkaufsstelle die als Einzelprodukte kenntlichen Waren des einzelnen Produzenten für seine Rechnung zu verkaufen.

Als gemeinsame Verkaufsstätte für gewerbliche Produkte werden an einigen Orten, z. B. Osnabrück, Kolmar, nach Art der belgischen sallos de vente Gewerbehallen oder Betriebshäuser eingerichtet. Die Handwerker stellen hier ihre Erzeugnisse aus, jedes Stück mit Preisbezeichnung versehen. Das Publikum hat freie Erlaubnis, alles zu besichtigen; die Gegenstände werden gegen Barzahlung verkauft, von der 10 % dem Leiter oder Inhaber des Verkaufshauses, 90 % dem Handwerker zufallen.

e) Konsumvereine. In diesen handelt es sich hauptsächlich um Beschaffung von Lebensmitteln, aber auch von allen übrigen Waren.

Für den Bedarf der Konsumvereine sind an vielen Orten Konsumbäckereien eingerichtet, zum Teil auch Schlächtereien, Seifenfabriken, Schuhfabriken, Tischlereien, Möbelfabriken. Besonders von Beamten und Arbeitergruppen sind viele Konsumvereine gegründet worden¹.

f) Baugenossenschaften. Es handelt sich bei den gemeinnützigen Baugenossenschaften um die Beschaffung billiger und gesunder Wohnungen, die entweder in das Eigentum des Genossen übergehen oder ihm ein dauerndes — seitens der Genossenschaft unkündbares — Heim bieten sollen.

Diese Baugenossenschaften sind von der größten Wichtigkeit bei der verhängnisvollen und durchaus reformbedürftigen allgemeinen Entwicklung der Wohnungs- und Bodenfrage in Deutschland. Aus diesem Grunde wird den gemeinnützigen Baugenossenschaften bereitwilligst Unterstützung seitens der Behörden gewährt.

¹ Welch kolossalen Umfang unter günstigen Verhältnissen und geschickter Leitung ein Konsumverein anzunehmen vermag, zeigt der Konsumverein Leipzig-Plagwitz. Er begann im Jahre 1884 seine Tätigkeit und gewann im Laufe des ersten Jahres 121 Mitglieder, mit denen er einen Umsatz von 21 198 Mk. erzielte. Im Jahre 1908/09 ist die Zahl der Mitglieder auf 40 665 mit einem Umsatz von 16 603 056 Mk. gestiegen. In dieser Zeit hat er 14 393 886 Mk. Rückvergütung an seine Mitglieder gewährt, im Jahre 1908/09 allein 1 460 652 Mk. An Größe übertrifft ihn auf dem Kontinent nur der Konsumverein Breslau, der zwar 87 319 Mitglieder hat, aber nur 215 Mk. Umsatz pro Kopf, Leipzig-Plagwitz dagegen 416 Mk. Der Wert der Eigenproduktion betrug im letzten Geschäftsjahre 5 715 776 Mk.; damit marschiert der Verein an der Spitze aller Konsumvereine. Er besitzt eine eigene Dampfmaschine, Bäckerei, Tischlerei, Schlosserei und Klempnerei, eine Käseerei und eine Selterswasser- und Brauslimonadenfabrik; ferner eine Fleischerei und Wurstfabrik sowie eine große Eisfabrikationsanlage. Der Konsumverein Leipzig-Plagwitz hat 70 Verkaufsstellen für Kolonialwaren, 9 für Schnittwaren, 10 für Fleischwaren und 1 für Milch und beschäftigt über 1200 Personen.