ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Weber, Wilhelm

Article — Digitized Version

Absatzgenossenschaften als Vermarktungseinrichtungen in Entwicklungsländern

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Weber, Wilhelm (1967) : Absatzgenossenschaften als Vermarktungseinrichtungen in Entwicklungsländern, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 47, Iss. 4, pp. 213-220

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/133709

Standard-Nutzungsbedingungen:

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

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

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

Terms of use:

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

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

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

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

15. MAI 1967 Weltwirtschaft

planten Kosten die Ist-Kosten nicht übersteigen, dann ist das Ziel der Teilnahme erreicht, die Messe war für das Unternehmen erfolgreich.

Der Messebericht dient also einmal der Aussage darüber, ob das Teilnahmeziel realisiert werden konnte. Ferner erleichtern seine Ergebnisse der Unternehmensleitung die Entscheidungsfindung über die Beschickung weiterer Messen und Ausstellungen. Schließlich bilden diese Daten Anhaltspunkte für weitere absatzpolitische Maßnahmen des Unternehmens. Denn fanden die Ergebnisse der Messe oder Ausstellung ihren Niederschlag z. B. in einer Interessentenkartei, so kann diese dazu dienen, nachfolgende absatzfördernde Maßnahmen, z. B. eine Direktwerbung oder die eigene Absatzorganisation, gezielt einzusetzen, wenn es darum geht, daß die hergestellten Kontakte und das gezeigte Interesse der Besucher ihren Niederschlag in Kaufentscheidungen finden sollen.

Absatzgenossenschaften als Vermarktungseinrichtungen in Entwicklungsländern

Wilhelm Weber, Frankfurt/Main *)

Eine bloße Steigerung der agraren Erzeugung kann — soweit sie auf eine über die Sicherstellung der reinen Selbstversorgung der Erzeuger hinausgehende Marktproduktion abzielt — zur Verbesserung des Ernährungsstandes der Bevölkerung der Entwicklungsländer nicht genug sein. Es muß darüber hinaus gelingen, die erhöhte Produktion auf rationelle Weise zu vermarkten, was gleichzeitig sowohl die Sicherstellung der Ansprüche der bäuerlichen Produzenten auf einen angemessenen Erlös als auch der Verbraucher auf tragbare Endverkaufspreise beinhaltet. Der Absatz und die Verarbeitung von Agrarprodukten geschehen in den Entwicklungsländern bis heute überwiegend auf „privater" Basis. Eine mögliche Alternative in Gestalt einer genossenschaftlichen (oder staatlichen) Vermarktung wird zu wenig erkannt oder hat sich als nicht erfolgreich genug erwiesen.

AUFGABE UND VERBREITUNG VON ABSATZGENOSSENSCHAFTEN

Die Absatzgenossenschaft als Zusammenfassung aller Kräfte eines zerstreuten Angebots kann jedoch in der Lage sein, durch Übernahme und wirksame Durchführung einer Reihe absatztechnischer Funktionen wie Sammlung, Lagerung, Sortierung, Standardisierung, Aufbereitung und Verarbeitung, Transport und Finanzierung zu einer Rationalisierung des Vermarktungsprozesses und damit zu einer Verbesserung auch der gesamten Ernährungssituation der Entwicklungsländer beizutragen. Im wesentlichen handelt es sich dabei um die Übernahme folgender Aufgaben:

- ☐ Rationalisierung des Agrarvermarktungsvorganges durch Kürzung der Vermarktungsspanne, einerseits mittels Eliminierung von Vermarktungsgewinnen und andererseits mittels Wahrnehmung der ökonomischen Vorteile einer großbetrieblichen Durchführung von Handels- und Verarbeitungsfunktionen.
- ☐ Ausschaltung bzw. Abmilderung der Folgen zeitlicher und/oder räumlicher Preisschwankungen an den Märkten für Agrarprodukte.
- ☐ Verstetigung bzw. Erhöhung von Qualität und Quantität des Absatzvolumens der in der Absatzgenossenschaft zusammengefaßten Wirtschaftseinheiten.

In sämtlichen Entwicklungsbereichen zusammen befassen sich etwa 100 000 Genossenschaften mit über 15 Mio. Mitgliedern mit der Vermarktung von Agrarprodukten; davon sind die weitaus meisten (69 %) in Südostasien tätig. Danach folgt der nahöstlich-nordafrikanische Raum (17 %). Allerdings handelt es sich bei den Absatzgenossenschaften dieser beiden Bereiche zu einem großen, in einzelnen Ländern überwiegenden Teil um Mehrzweckgenossenschaften, die — aus früheren in diesen Gebieten vorherrschenden ländlichen Kreditgenossenschaften entstanden — heute zwar die Bezeichnung „multi-purpose co-operative society" tragen, de facto jedoch meist immer noch ausschließlich das Geld- und Kreditgeschäft betreiben und erst in geringer Zahl und in beschränktem Maße warenwirtschaftliche Funktionen übernommen haben. Demgegenüber sind die in Afrika südlich der Sahara anzutreffenden Absatzgenossenschaften (9 % der Gesamtzahl) als echte Warengenossenschaften — meist Spezialabsatzgenossenschaften (auch Einwarengenossenschaften) — zu bezeichnen, desgleichen die Genossenschaften in Ozeanien und teilweise in Lateinamerika (5 %), wo jedoch auch vielfach Mehrzweckgenossenschaften, hier jedoch mit echter universalgenossenschaftlicher Funktionsbreite, zu finden sind.[1]) Die zweifelsohne eindrucksvolle Prägnanz dieser Ziffern täuscht jedoch nur allzu leicht hinweg über zwei wesentliche Tatsachen, welche die Bedeutung des zahlenmäßigen Erscheinungsbildes erheblich einschränken:

Das ist einmal der Tatbestand, daß diese absoluten Zahlen vor dem Hintergrund der überragenden Stel-

* Teile einer im Genossenschaftsinstiut an der Universität Frankfurt am Main entstandenen Dissertation, die gegenwärtig in einer Schriftenreihe des Marburger Instituts für Genossenschaftswesen in Entwicklungsländern veröffentlicht wird.

1) Die Zahlenangaben sind das Ergebnis einer Zusammenstellung des Verfassers aus zahlreichen, aufgrund ihres Umfangs hier nicht darstellbaren Quellen.

lung, die der Agrarsektor innerhalb der Gesamtwirtschaft dieser Länder innehat, und angesichts der außerordentlich hohen ländlichen Bevölkerungsdichte in eine häufig nahezu bedeutungslose Relation geraten. Nur ein im allgemeinen geringer Teil der landwirtschaftlichen Bevölkerung ist mit dem Absatzgenossenschaftswesen verbunden und ein dementsprechend in der Regel nur kleiner Ausschnitt des agraren Umsatzvolumens kann der Tätigkeit von Absatzgenossenschaften zugeschrieben werden. Dies ist auch mit das Ergebnis der meist geringen individuellen Größe der genossenschaftlichen Vermarktungseinrichtung. Gemessen sowohl an der Mitgliederzahl als auch an Kapitalausstattung oder Umsatz bzw. Marktanteil der einzelnen Genossenschaft läßt sich eine bedeutsame Stellung genossenschaftlicher Absatzeinheiten nur in relativ wenigen Fällen konstatieren. Lediglich in verschiedenen Ländern Afrikas südlich der Sahara, auf einzelnen Inselgruppen Ozeaniens und in sehr wenigen lateinamerikanischen Ländern besitzt die genossenschaftliche Agrarvermarktung auch gesamtwirtschaftlich gesehen größeren Einfluß.

Die zweite, die Bedeutung des Absatzgenossenschaftswesens sowie des Genossenschaftswesens überhaupt einschränkende Tatsache stellt das enge Abhängigkeitsverhältnis zwischen staatlichen Institutionen und Genossenschaften dar, dessen Intensität aus verschiedenen Gründen gerade bei den Absatzgenossenschaften besonders bemerkenswert ist. Die Genossenschaften besitzen daher vielfach nicht (oder noch nicht) den Charakter echter Selbsthilfeeinrichtungen.

Es stellt sich nun die Frage nach den Ursachen der bis heute im allgemeinen geringen Bedeutung der Absatzgenossenschaften in den Entwicklungsländern. Die Beantwortung dieser Frage führt zu zwei Ursachenkomplexen:

Da ist einmal eine Reihe von — vom Genossenschaftswesen her gesehen — äußeren Determinanten; d. s. Merkmale, die für die Wirtschafts- und Sozialstruktur hauptsächlich des ländlichen Bereiches der Entwicklungsländer charakteristisch sind und in ihrer negativen Ausprägung ungünstig auf das Entstehen und ein erfolgreiches Tätigwerden genossenschaftlicher Absatzorganisationen einwirken:

- ☐ die Gegebenheiten der Besitzerfassung und -verteilung (Eigentum am Boden, Pachtwesen, Betriebsgrößenstruktur, etc.)
- ☐ die Bedingungen auf den Märkten für Agrarprodukte (Ordnung und Struktur der Märkte, Tätigkeit verschiedener Gruppen des Handels- und Verarbeitungsgewerbes)
- ☐ die Beschaffenheit der Infrastruktur (Bedingungen des Transport- und Verkehrswesens, der Lagerverhältnisse, etc.)
- ☐ die Lage auf dem Gebiet des Agrarkredits (Kapitalmangel, Wucher, Verschuldung, etc.).

Diese Faktoren sind für die Entstehung und Fortentwicklung von Absatzgenossenschaften in der Regel gewissermaßen Daten. Die Absatzgenossenschaften werden von ihnen weitgehend beeinflußt, während die Genossenschaften selbst längerfristig gesehen und ohne intensive staatliche Hilfe nicht imstande sind, in wesentlichem Maße gestaltend auf diese Gegebenheiten einzuwirken. Im Vergleich zu anderen Genossenschaftsarten werden ganz besonders absatz- und produktionsgenossenschaftliche Formen durch den Einfluß dieser Faktoren betroffen. Ihre enge Verflochtenheit mit entfernten Märkten und deren Risiken und die Notwendigkeit des Aufbaus einer zur Durchführung der verschiedenen vermarktungstechnischen Funktionen unerläßlichen Mindestorganisation stellen einerseits hohe Anforderungen an die Qualität von Genossenschaftsmitgliedern und Personal und sind andererseits mit beträchtlichen Anforderungen finanzieller und organisatorischer Art verbunden.

Die zweite Gruppe von für das generell ungünstige Erscheinungsbild der genossenschaftlichen Agrarvermarktung verantwortlichen Gründen, die letztlich wieder Ausfluß der genannten allgemeinen Bedingungen sind, stellen die von den zu gründenden bzw. schon aktiven Absatzgenossenschaften als unmittelbare Probleme empfundenen Faktoren dar:

- ☐ der geringe Bildungs- und Ausbildungsstand von Mitgliedern und Personal
- ☐ der erhebliche Mangel an finanziellen Mitteln zur effizienten Übernahme und Durchführung der absatztechnischen Funktionen
- ☐ die aus den beiden letztgenannten und anderen Einflüssen sich ergebende zu geringe Größe des einzelnen absatzgenossenschaftlichen Gemeinschaftsbetriebs mit allen ihren Konsequenzen für den genossenschaftlichen Erfolg
- ☐ der Komplex organisatorischer Fehlentwicklungen innerhalb der vertikalen und horizontalen Struktur des Genossenschaftswesens.

BESTIMMUNGSFAKTOREN FÜR DIE GESTALTUNG DER GRÖSSE VON ABSATZGENOSSENSCHAFTEN

Die Bestimmungsgründe für die Gestaltung der Größe von Betriebswirtschaften haben für genossenschaftliche Vermarktungsunternehmen grundsätzlich im gleichen Maße Gültigkeit. Die Möglichkeit der Anwendung wirtschaftlicherer organisatorischer, produktions- und absatztechnischer Verfahren lassen auch beim genossenschaftlichen Gemeinschaftsbetrieb eine Erhöhung der Betriebsgröße angeraten erscheinen, genau wie finanzielle, risiko- und marktpolitische Gesichtspunkte der Ausdehnung des Betriebes eine Obergrenze setzen können. Spezifisch für einen Agrarerzeugnisse verarbeitenden und absetzenden Betrieb ist besonders der starke Einfluß der Standortorientierung und der Intensität der saisonalen Produktionsschwankungen auf die Größe. Die relative Gestreutheit der agraren Rohstoffquellen und eine dementsprechend große Bedeutung der Transportkosten verhindern die Entwicklung zum Großbetrieb und machen vielmehr eine dezentrale Anordnung der Vermarktungsunternehmen notwendig. Demgegenüber führt

ein Produktionsrhythmus, der gekennzeichnet ist durch kurze Erntezeiten, Massierung der angebotenen Erzeugnisse mit häufig hohem Verderblichkeitsgrad und entsprechender Absatz- bzw. Verarbeitungsdringlichkeit, zu einem größeren Betrieb als dies bei lagerfähigen Produkten, die während einer relativ ausgedehnten Zeitspanne geerntet werden, der Fall ist. Die Notwendigkeit der Ausrichtung der Betriebsgröße auf die maximale Anlieferungsmenge während der Erntezeit ist naturgemäß — vor allem bei Produktionsgenossenschaften — mit Uberkapazitäten in der beschäftigungsarmen Zeit verbunden. Das bedeutet eine erhebliche Belastung mit fixen Kosten. Die Produktionsgenossenschaft muß daher z. B. durch den Ankauf von nicht ausgereiften Früchten — soweit dies möglich ist — eine Nivellierung der Anlieferungsmengen und damit eine gleichmäßigere Auslastung der betrieblichen Kapazität zu erreichen suchen.

Innerhalb der Größenbereiche, in welchen sich handelnde und verarbeitende Genossenschaften in den Entwicklungsländern normalhin bewegen, haben die ökonomischen Faktoren, die die Betriebsgrenze nach oben begrenzen, meist noch keine Bedeutung. Vielmehr besitzen die eine Betriebsvergrößerung zweckmäßig erscheinen lassenden Bestimmungsgründe in der Regel Bedeutung.

Davon abgesehen ist der besondere Charakter der genossenschaftlichen Organisationsform, der in dem Begriff „Doppelnatur der Genossenschaft" seinen Ausdruck findet, Ursache der Einflußnahme anderer, nicht im Ökonomischen liegenden Bestimmungsfaktoren der Betriebsgröße. Während für die Gestaltung der Größe der Genossenschaft als Gemeinschaftsbetrieb der Mitgliederwirtschaften und damit ökonomischem Ausdruck der Genossenschaft das oben Gesagte Gültigkeit besitzt, eine Tendenz zur Betriebsvergrößerung also grundsätzlich wirksam ist, werden bei dem Versuch einer Optimierung der Größe der Genossenschaft als soziologischer Gruppe — der anderen Komponente der genossenschaftlichen Doppelnatur — gegenläufige Kräfte wirksam. Die genossenschaftliche Gruppe als „zwischenmenschliches Gebilde von solcher verhältnismäßiger Dauer und verhältnismäßiger Einheitlichkeit, daß man die in ihr verbundenen Menschen als relativ zusammengehörig betrachtet" (von Wiese) und die zu ihrer Bildung führenden „individuellen Motivationen" (Nächstenliebe, Hilfsbereitschaft, Nachbarschaftsbewußtsein, Gefühle der Isolierung, der Vereinzelung — Draheim) treten besonders intensiv bei der von einer verhältnismäßig kleinen Anzahl von Mitgliedern gebildeten Gruppe in Erscheinung. Jede Vergrößerung der Gruppe führt zu einer Abschwächung der sie bestimmenden Eigenschaften und zur Lockerung ihres Zusammenhaltes.

Wenn auch konkrete Aussagen über die tatsächlichen Optima innerhalb der beiden Teilbereiche an der Unmöglichkeit ihrer genauen Bestimmung scheitern, so wird doch erkennbar, daß eine Kongruenz der Optima nicht realisierbar ist, daß vielmehr zwischen beiden eine deutliche Gegenläufigkeit vorhanden ist.

ANALYSE DER UNZUREICHENDEN DIMENSIONIERUNG GENOSSENSCHAFTLICHER VERMARKTUNGSEINRICHTUNGEN

Der Mißerfolg vieler Absatzgenossenschaften in den Entwicklungsländern beruht zweifellos zu einem beträchtlichen Teil auf der Vernachlässigung dieser beiden Aspekte. Mit dem erheblichen Engagement des Staates bei der Gründung und Führung von Genossenschaften wird zwangsläufig — bewußt oder unbewußt — sehr oft auf das Vorhandensein der das genossenschaftliche Gruppenbewußtsein prägenden Faktoren Verzicht geleistet. Wenn auch eine geringe Anzahl von Mitgliedern je Genossenschaft — als wichtige Voraussetzung für die Stärke der genossenschaftlichen Gruppe — in den Entwicklungsländern in der Regel gegeben ist, so bildet das Fehlen der oben erwähnten Faktoren somit die Ursache der Schwäche auch kleiner genossenschaftlicher Gebilde. Auch wenn man sich durch Beschränkung des Einzugsbereiches der Genossenschaft auf den dörflichen Rahmen den der Dorfgemeinschaft innewohnenden gruppenbildenden Werte für die Genossenschaft zu bedienen sucht — wie es in süd-südostasiatischen und nahöstlichen Ländern der Fall ist —, so wird die Intensität dieser Werte sehr häufig kompensiert durch andere die Kooperativneigung negativ beeinflussende Faktoren.

In der zahlenmäßigen Schwäche der genossenschaftlichen Gruppe in den Entwicklungsländern liegen zugleich die Ursachen des mangelnden Erfolges vieler Genossenschaften als ökonomischer Einheit. Sehr viele Genossenschaften auf Ortsebene besitzen eine nur ungenügende Mitgliederzahl und demzufolge einerseits nur geringe Möglichkeiten zum Aufbau einer zur Durchführung der übernommenen Funktionen notwendigen Eigenkapitalbasis und zum anderen ein Umsatzvolumen, das häufig weder die Auslastung der gegebenen Mindestkapazität, noch die Bezahlung und damit Beschäftigung hauptamtlichen Personals ermöglicht.

Untersucht man die Absatzgenossenschaften der verschiedenen Entwicklungsbereiche (Süd-Südostasien, Lateinamerika, Afrika südlich der Sahara, Naher Osten-Nordafrika, Ozeanien) unter dem Gesichtspunkt der Größe, so sind diese fünf Bereiche in zwei Gruppen zu trennen. Die genossenschaftliche Vermarktung in der ersten Gruppe (Afrika südlich der Sahara, Lateinamerika, Ozeanien) erfolgt auf der unteren Ebene in der Regel durch Absatzgenossenschaften als Einzweck-Genossenschaften. Soweit Mehrzweckgenossenschaften die Vermarktung übernehmen, stellt diese meist die Hauptfunktion des genossenschaftlichen Betriebes dar oder ist zumindest in ihrer Bedeutung den übrigen Funktionen gleichgeordnet.

Für die zweite Gruppe (Süd-Südostasien, Naher Osten-Nordafrika) ist charakteristisch, daß die Absatzfunktion sehr häufig von der Vielzweckgenossenschaft auf Ortsebene wahrgenommen wird, die aus der in diesen Ländern ursprünglich vorherrschenden Kredit-Einzweckgenossenschaft entstanden ist. Die Vermarktung

bildet bei diesen Genossenschaften eine meist noch unbedeutende Nebenfunktion. Sehr oft ist die Genossenschaft lediglich Sammelstelle einer übergeordneten genossenschaftlichen Organisation. Auch werden diese Genossenschaften zwar häufig als Vielzweckgenossenschaften bezeichnet und sollen damit auch die Vermarktungsfunktion ausüben; de facto sind sie jedoch meist noch reine Kreditgenossenschaften. Die eigentlichen Primär-Absatzgenossenschaften bilden vielmehr die den (pseudo)vielzweckgenossenschaftlichen Dorfgenossenschaften auf Bezirksebene übergeordneten, tatsächlich eher als Sekundärorganisationen anzusprechenden spezialisierten Vermarktungseinrichtungen.

Afrika südlich der Sahara, Lateinamerika und Ozeanien

Betrachtet man die an der durchschnittlichen Mitgliederzahl gemessenen Betriebsgrößen der genossenschaftlichen Absatzorganisationen in den Entwicklungsländern der Bereiche Afrika südlich der Sahara, Lateinamerika und Ozeanien, so lassen sich wiederum zwei Ländergruppen voneinander unterscheiden (vgl. Tabelle 1): Eine Gruppe (16 Länder) mit sehr geringen absatzgenossenschaftlichen Betriebsgrößen (unter 100 Mitgliedern); bei drei Vierteln dieser Länder liegt die durchschnittliche Betriebsgröße sogar unter 80 Mitgliedern. Und eine zweite Gruppe (20 Länder) mit relativ großen Absatzgenossenschaften: Bei einer durchschnittlichen Betriebsgröße von über 100 Mitgliedern verfügen in 13 Ländern (etwa zwei Drittel) die Absatzgenossenschaften sogar über eine durchschnittliche Mitgliederzahl von mehr als 200 Mitgliedern (davon wieder 9 Länder mit mehr als jeweils 300 absatzgenossenschaftlichen Mitgliedern).

Tabelle 1

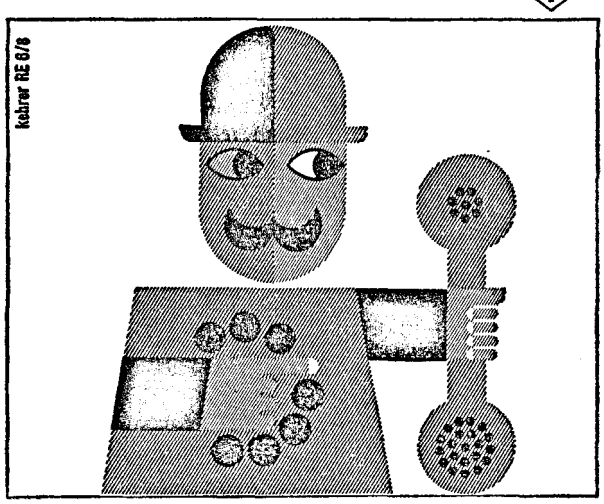
Durchschnittliche Größe (Mitglieder je Genossenschaft) von Absatzgenossenschaften in Afrika südlich der Sahara, Lateinamerika und Ozeanien

Land	Jahr	Größe	Land	Jahr	Größe
Ekuador	1961	45	Ghana	1959	122
Br. Guayana	1961	49	Uganda	1960	133
Bolivien	1961	49	Zambia	1962	137
Westnigeria	1960	49	Gambia	1963	139
Guatemala	1963	53	Basutoland	1955	146
Haiti	1962	63	Br. Honduras	1962	243
Panama	1964	67	Uruguay	1962	255
Dominik. Rep.	1961	68	Kenia	1961	278
Mexiko	1963	69	Costa Rica	1962	297
Chile	1961	70	Brasilien	1961	341
Honduras	1961	70	Papua/Neuguinea	1961	356
El Salvador	1961	78	Argentinien	1963	366
Südkamerun	1959	85	West-Neuguinea	1955	400
Sierra Leone	1959	86	Kolumbien	1961	438
Malawi	1959	89	Tanganjika	1962	450
Peru	1962	95	Gilb./Ellice-Ins.	1962	493
Venezuela	1961	106	Jamaika	1960	653
Paraguay	1959	113	Puerto Rico	1962	1448

Für die geringen Betriebsgrößen der Absatzgenossenschaften der ersten Ländergruppe — einige ost- und westafrikanische Gebiete, hauptsächlich aber mittelamerikanische Länder ohne kolonialen Einfluß und südamerikanische Länder mit allgemein geringer Verbreitung des Genossenschaftswesens — sind neben der grundsätzlich geringen Intensität der Kooperativfaktoren verschiedene andere Gründe verantwortlich. Dies sind vor allem die Standortverhältnisse der genossenschaftlichen Mitgliederbetriebe, die Konkurrenzsituation und Mängel innerhalb der genossenschaftlichen Vertikalstruktur. Eine geringe Bevölkerungsdichte, Kleindörfer oder Einzelhöfe, große Entfernungen zwischen den Einzelwirtschaften untereinander und zwischen den Absatzgenossenschaften bzw. deren Sammelstellen und den Mitgliederwirtschaften sowie die ungünstige Verkehrslage sind hauptsächlich in den lateinamerikanischen, aber auch in verschiedenen afrikanischen Ländern wesentliche Ursachen der geringen absatzgenossenschaftlichen Betriebsgrößen.

Soweit die Absatzgenossenschaften keinem ernsthaften Wettbewerb seitens privater Handelsbetriebe ausgesetzt sind, ergibt sich für sie ebenfalls nicht der Zwang, wirtschaftlichere Betriebsgrößen anzustreben; in einigen afrikanischen Ländern, in denen staatliche Marktbehörden den Erzeugerpreis festlegen, ist diese Situation gegeben. Hinzu kommt gerade in den Ländern südlich der Sahara, daß die Nachteile der ungünstigen

Mit Telefonbau und Normalzeit telefonieren...



...wenn es sich um Fernsprech- oder andere Fernmeldeprobleme handelt!
Wir liefern: Fernsprech-Anlagen, Elektrische Uhrenanlagen, Uhrensäulen, Feuermelde-Anlagen, Überfall- und Einbruch-Meldeanlagen, Wächterkontrollanlagen, Zeiterfassungs-Anlagen, Fernwirk- und Datenübertragungsanlagen, Lichtsignal-Anlagen, Postalia-Frankiermaschinen.

TELEFONBAU UND NORMALZEIT 6 Frankfurt 1
Mainzer Landstraße 134-146 Postfach 2369 Telefon 2661

Größe des primärgenossenschaftlichen Gemeinschaftsbetriebes durch eine verhältnismäßig straffe vertikale genossenschaftliche Organisation kompensiert werden. An sich existenzfähige absatzgenossenschaftliche Einheiten können durch die Unterstützung zentraler Geschäftsanstalten auf regionaler oder überregionaler Ebene am Leben erhalten werden. Allerdings ist damit auch der Verlust der Eigenständigkeit der einzelnen Ortsgenossenschaft verbunden, was praktisch zu dem vom genossenschaftlichen Standpunkt wenig erstrebenswerten Verhältnis von unselbständigen Filialunternehmen auf der einen und einer Zentrale auf der anderen Seite führt. Umgekehrt fehlt in vielen lateinamerikanischen Ländern ein genossenschaftlicher Überbau, so daß in den Fällen, in denen die übrigen den genossenschaftlichen Erfolg bestimmenden Kriterien schwach ausgebildet sind, die Absatzgenossenschaften mit geringeren Betriebsgrößen ständig der Gefahr des wirtschaftlichen Zusammenbruches ausgesetzt sind, sofern sie keine staatliche Unterstützung genießen.

Für die verhältnismäßig hohen absatzgenossenschaftlichen Betriebsgrößen der zweiten Ländergruppe ist z. T. eine Umkehrung der Verhältnisse bestimmend. Relative Dichte der landwirtschaftlichen Betriebe, starke Konkurrenz privater Handelsbetriebe und teilweise auch ein Fehlen des genossenschaftlichen Mittel- und Oberbaus wirken als Stimulantia für eine Konzentration der Mitglieder in den Genossenschaften. Hinzu kommt, daß teilweise auch — so in Britisch-Ostafrika (Tanganjika, Kenia und Uganda), in Britisch-Westindien und auf einigen ozeanischen Inselgruppen — die koloniale Genossenschaftspolitik besonderen Erfolg hatte, oder — wie in den Küstenstaaten Brasiliens und Argentiniens z. B. — sich der Einfluß des europäischen Elementes im Genossenschaftswesen als vorteilhaft erwiesen hat. In einigen afrikanischen Ländern, die zum britischen Commonwealth gehören, hat auch die in den letzten Jahren mit besonderem Nachdruck betriebene Zusammenlegung unwirtschaftlicher absatzgenossenschaftlicher Einheiten die ersten positiven Auswirkungen.

Süd-Südostasien und naher Osten-Nordafrika

In Süd-Südostasien und im Nahen Osten-Nordafrika liegt dem ersten Anschein nach die Durchschnittsgröße der Absatzgenossenschaften wesentlich höher als in den vorgenannten Entwicklungsbereichen. Die Absatzgenossenschaften von 15 der insgesamt 19 in die Tabelle 2 aufgenommenen Länder besitzen eine Durchschnittsgröße von über 100 Mitgliedern; bei 9 Ländern bewegt sich die Mitgliederzahl der Genossenschaften sogar zwischen 205 und 935. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß die Absatzgenossenschaften in einigen dieser Länder eigentlich als Sekundärorganisationen angesprochen werden müssen. Ihr Einzugsbereich ist meist mit dem des regionalen Marktes (in Indien und Pakistan „mandi") identisch, der z. B. in Indien über einen durchschnittlichen Radius von 5 bis 10 Meilen, in einzelnen Fällen jedoch bis zu 40 Meilen verfügt. Diesen Absatzgenossenschaften gehören als Mitglieder neben den in unmittelbarer Nähe ansässigen Erzeugern auch die innerhalb ihres Einzugsgebietes tätigen dörflichen Kreditgenossenschaften an, die als Mehrzweckgenossenschaften für die Absatzgenossenschaften Sammelfunktionen übernehmen. So sind also die Kreditgenossenschaften mit Warengeschäft als eigentliche absatzgenossenschaftliche Primärorganisationen zu bezeichnen. Und sie wiederum verfügen über weit geringere Mitgliederzahlen als die ihnen übergeordneten Absatzgenossenschaften und damit über eine im allgemeinen unwirtschaftliche Größe. Im Durchschnitt zählen sie 91 Mitglieder; ohne die überörtlich tätigen warenführenden „large-sized societies" nur 75 (1962).

Tabelle 2

Durchschnittliche Größe (Mitglieder je Genossenschaft) von Absatzgenossenschaften in den Entwicklungsbereichen Süd-Südostasien und Naher Osten-Nordafrika

Land	Jahr	Größe	Land	Jahr	Größe
Singapur	1957	53	Ägypten	1962	225
Burma	1960	63	Indien	1952	239*
Südkorea	1963	91	Ceylon	1957	246
Malaya	1961	96	Südvietnam	1960	476
Pakistan	1959	145	Thailand	1961	533
Hongkong	1961	152	Syrien	1959	551
Iran	1964	160	Philippinen	1960	602
Zypern	1961	164	Türkei	1963	684
Indonesien	1956	205	Taiwan	1964	935
Marokko	1960	210			

*) Bei reinen Absatzgenossenschaften 518, bei genossenschaftlichen Zuckerfabriken 2836.

Infolge der Beschränkung ihres Einzugsbereiches auf den engen Raum des Dorfes und der ursprünglich ausschließlichen Betätigung als Kreditweiterleitungsstellen für über genossenschaftliche Zentralkassen geschleuste staatliche Gelder verfügten diese Primärgenossenschaften über einen z. T. außerordentlich niedrigen Mitgliederbestand. Im Zuge der reorganisatorischen Bemühungen der staatlichen Genossenschaftspolitik wird jedoch eine Vergrößerung der genossenschaftlichen Zwergeinheiten angestrebt. Dies geschieht durch eine Zusammenfassung mehrerer unwirtschaftlicher Dorfgenossenschaften zu einer einzigen ein größeres Gebiet umfassenden Genossenschaft, die schließlich eine Bevölkerungszahl von 3000 Personen, das entspricht etwa 600 Familien, in einem Umkreis von maximal 3 Meilen um die genossenschaftliche Verwaltung betreuen soll. Damit in Verbindung soll eine Funktionserweiterung hin zum Waren- und Dienstleistungsgeschäft (Bezug, Absatz, Maschinenvermietung usw.) erfolgen, die ebenfalls größere genossenschaftliche Betriebe zur Folge hat. So wird die ursprünglich geltende Devise „one society to one village, and one village to one society" auf erweiterter Ebene zu reasieren gesucht, um immer noch unter Berücksichtigung des soziologischen Aspektes der genossenschaftlichen Doppelnatur eine genügend hohe Wirtschaftlichkeit zu erzielen.

MASSNAHMEN ZUR ERHÖHUNG DER ABSATZGENOSSENSCHAFTLICHEN BETRIEBSGRÖSSE

Eine Vergrößerung des absatzgenossenschaftlichen Gemeinschaftsbetriebes zur Verbesserung seiner wirtschaftlichen Position ist möglich durch eine Erhöhung der Zahl seiner Mitglieder, die Erhöhung des Frequenzgrades der einzelnen Mitgliederwirtschaft, die Übernahme von zusätzlichen absatztechnischen Aufgaben und von Nicht-Absatzfunktionen (z. B. Bezug, Kreditgewährung) seitens der Genossenschaft und schließlich mit Hilfe einer überbetrieblichen Rationalisierung mittels Zusammenlegung zweier oder mehrerer vorher selbständiger Einzelgenossenschaften.

Vergrößerung der Mitgliederzahl

Soweit die Möglichkeiten der Mitgliederwerbung noch nicht ausgeschöpft sind, kann die Betriebsvergrößerung auf dem Wege der Erhöhung der Mitgliederzahl durchaus mit Erfolg verbunden sein. Vielfach scheitert diese Methode jedoch in den Entwicklungsländern an der grundsätzlich geringen Kooperativneigung der potentiellen Mitglieder. Oft ist es den Erzeugern auch infolge ihrer starken Abhängigkeit von privaten Händlern und Geldverleihern unmöglich, mit einer Absatzgenossenschaft zusammenzuarbeiten. Zudem ist die Mitgliedschaft derartiger Personengruppen für die Genossenschaft nicht unbedingt mit Vorteilen verbunden, da die neuen Mitglieder entweder nicht in der Lage oder nicht willens sind, alle mit der Mitgliedschaft verbundenen Pflichten zu übernehmen und damit sehr oft einen ungünstigen Einfluß auf die Loyalität der übrigen Mitglieder ausüben.

Während jedoch in den meisten Entwicklungsländern generell die Möglichkeit einer Erhöhung der Anzahl der genossenschaftlichen Mitglieder besteht, ist dies in manchen ost- und westafrikanischen Ländern des britischen Commonwealth, aber auch in einigen Gebieten der französischen Staatengemeinschaft und gleichermaßen in nahöstlichen Ländern infolge einer Ausschöpfung des Mitgliederzuwachspotentials nicht mehr gegeben. Die Ursache ist jedoch nicht eine größere Kooperativneigung oder eine erfolgreichere Mitgliederwerbung; vielmehr ist dies einmal — dies gilt für Länder der Communauté Française — eine Folge staatlicher Initiative, deren Anliegen in einer mehr oder weniger zwangsweisen Zusammenfassung der Erzeuger eines Gebietes in genossenschaftsähnlichen, eher als öffentliche Einrichtungen zu bezeichnenden Unternehmungen bestand oder besteht. Diesen sogenannten Vorsorgegesellschaften („Native Provident Societies", „sociétés indigènes de prévoyance, de secours et de prêts mutuels agricoles"), ökonomisch als Vielzweckorganisationen zu bezeichnen, blieb trotz eines gewissen Beitrages zur landwirtschaftlichen Entwicklung ein Erfolg auf Grund ihres administrativ-paternalistischen Wesens und daraus folgend einer ungenügend aktiven Mitarbeit der angesprochenen Bevölkerungsschichten versagt. Man bemüht sich daher seit Ende des zweiten Weltkrieges in einigen Ländern um eine Umgestaltung dieses Systems öffentlich-rechtlicher genossenschaftsähnlicher Institutionen dahingehend, daß innerhalb des schon vorhandenen organisatorischen Rahmens echte genossenschaftliche Einrichtungen geschaffen werden. Die früheren Vorsorgegesellschaften übernehmen zum Teil Aufgaben zentraler genossenschaftlicher Geschäftsanstalten, zum Teil aber werden sie auch aufgelöst.

In einigen ost- und westafrikanischen Ländern des britischen Commonwealth ist die genossenschaftliche Gesamtorganisation alleinbeauftragte Agentin der staatlichen Marktbehörde zur Vermarktung wichtiger Agrarexportprodukte. Zwangsläufig ist damit für den einzelnen Erzeuger eine Mitgliedschaft bei der zuständigen örtlichen Absatzgenossenschaft und eine Vermarktung seiner Produkte über die Genossenschaft verbunden. Das gleiche gilt für die nahöstlichen Gebiete, in denen Agrarreformgenossenschaften geschaffen worden sind, die als Mitglieder sämtliche in ihrem Einzugsgebiet ansässigen Erzeuger zählen. Diese Vereinigungen, in Lateinamerika, Asien und im Nahen Osten anzutreffen, sind Vielzweckgenossenschaften, in denen sämtliche in einem von der Agrarreform betroffenen Gebiet ansässigen Bauern zusammengefaßt werden. Das Eigentum am Boden verbleibt beim einzelnen Landwirt, lediglich die Funktionen Kreditvergabe, Vermarktung, Bezug, Maßnahmen der Bewässerung und Bodenverbesserung sowie Maschinenbereitstellung werden von der Genossenschaft wahrgenommen. Die zu Beginn relativ eingeschränkte Entscheidungsfähigkeit des einzelnen Bauern soll gegebenenfalls später erweitert werden.

Neben der Ausschöpfung des Mitgliederzuwachspotentials bei g e g e b e n e m Geschäftsbereich der Absatzgenossenschaft ist eine Vergrößerung des genossenschaftlichen Betriebes auch durch eine Ausdehnung seiner Einflußsphäre beziehungsweise durch Planung eines von vornherein umfangreicheren Einzugsgebietes möglich. Derartige Maßnahmen erfolgen jedoch häufig in Verbindung mit der Zusammenfassung mehrerer kleinerer Genossenschaften zu größeren Einheiten und mit der Aufnahme zusätzlicher genossenschaftlicher Funktionen. So wurden beispielsweise im Rahmen des zweiten indischen Fünfjahresplanes bis 1960 etwa 8000 sogenannte „large-sized agricultural credit societies" gegründet — Kreditgenossenschaften, die zu einem großen Teil das Warengeschäft betreiben, deren Geschäftsbereich mehrere Dörfer umfassen und die über eine Mindestmitgliedschaft von 500 Personen verfügen sollten.

Erhöhung der absatzgenossenschaftlichen Frequenz

Die Einflußnahme auf die Mitgliedschaften, sich der genossenschaftlichen Einrichtungen in intensiverem Maße als bisher zu bedienen, das heißt sowohl einen größeren Teil ihrer Erzeugung als auch qualitativ hochwertigere Produkte der Genossenschaft anzudienen, scheitert in den Entwicklungsländern sehr oft an der wettbewerblichen Aktivität privater Handels- und

Verarbeitungsunternehmen. Soweit eine Zwangsmitgliedschaft oder eine obligatorische Ablieferung der Produkte bei der Absatzgenossenschaft bzw. vertragliche Bindungen dem nicht entgegenstehen, d. h., der einzelne Erzeuger also durchaus den Individualweg einzuschlagen vermag, sind die Manipulationen privater Vermarktungsunternehmen in Verbindung mit der grundsätzlich geringen Loyalität der Mitglieder gegenüber ihrem genossenschaftlichen Gemeinschaftsbetrieb sehr oft die Ursache der wenig günstigen Entwicklung der Absatzgenossenschaften. Die meist jungen Genossenschaften verfügen weder über die notwendigen finanziellen Mittel, den im Konkurrenzkampf vom privaten Handel den Genossenschaftsmitgliedern gebotenen Preisen gleichwertige Angebote gegenüberzustellen, noch besitzen die Mitglieder die erforderliche Solidarität und Loyalität der Genossenschaft gegenüber, die meist nur kurzfristig günstigeren Bedingungen der Händler abzulehnen[2]).

Unter diesen Umständen ist ohne eine ständige finanzielle und/oder technisch-organisatorische Unterstützung seitens staatlicher Institutionen zumindest während der Anlaufzeit ein Wachstum der Genossenschaften nicht möglich und damit gleichzeitig eine Realisierung der absatzgenossenschaftlichen Zielsetzungen undenkbar. Eine derartige staatliche Einflußnahme muß unter anderem auf die Einführung gewisser vertraglich oder auf sonstige Weise zu sichernde Vorschriften und Maßnahmen seitens der Absatzgenossenschaft hinwirken, die den einzelnen Erzeuger hinsichtlich des Umfanges und der Qualität seiner Anlieferungsmenge an die Genossenschaft binden und damit über eine Erhöhung der Frequenz und der genossenschaftlichen Betriebsgröße eine effiziente Durchführung der genossenschaftlichen Aufgaben in Aussicht stellen.

Allerdings ergeben sich aus einer solchen Bindung des Mitgliedes an den genossenschaftlichen Gemeinschaftsbetrieb gewisse Probleme: Einmal erhebt sich die grundsätzliche Frage, ob es der genossenschaftlichen Zwecksetzung adäquat ist, eine derartige enge Verbindung von Genossenschaftsbetrieb und selbständigen Mitgliederwirtschaften einzugehen, die ja zwangsläufig die Entscheidungsfreiheit der Erzeugerbetriebe herabsetzt. Wenn man den ökonomischen Erwägungen, die einen derartigen Eingriff zweifellos bis zu einem gewissen Grad sinnvoll erscheinen lassen, grundsätzlich den Vorzug vor mehr genossenschaftsideologischen Gesichtspunkten einräumt, ergeben sich Probleme hinsichtlich der unterschiedlichen Intensität verschiedener hierzu als geeignet erscheinender Möglichkeiten.

Einmal können sich die Absatzgenossenschaften auf eine mehr mittelbare Einwirkung beschränken (Zahlung von Qualitätsprämien, unverbindliche Mitgliederberatung, Marktinformation, Betriebsmittellieferung u. a.). Eine höhere Intensitätsstufe bilden Empfehlungen mehr oder weniger unverbindlicher Art hinsichtlich Verwendung bestimmter Dünge- und Schädlingsbekämpfungsmittel und einheitlichen Saatgutes, einer zeitgerechten Bestellung des Bodens, der Pflege und Ernte der Produkte, zweckmäßiger Bearbeitungsmethoden, einer Sorten- und Artenbereinigung bei Tier- und Pflanzenzucht, etc. Wenn schließlich anstelle von Empfehlungen Anweisungen obligatorischer Natur treten, so zum Beispiel vertragliche Vereinbarungen über die Anlieferung der gesamten oder eines Teiles der Ernte des einzelnen Mitgliedes, Verpflichtungen, Produkte einer bestimmten Sorte auf einer festgelegten Fläche zu einem vorgegebenen Zeitpunkt anzubauen (Anbauverträge) und darüber hinaus einheitliche, von der Genossenschaft selbst gelieferte Produktionsmittel zu verwenden (Entsprechendes gilt für die Tierhaltung) und schließlich die Übernahme von Funktionen produktionstechnischer Art durch die Genossenschaft im Betrieb des einzelnen Mitgliedes (zum Beispiel Schädlingsbekämpfung, Pflege der Kulturen, Durchführung der Ernte), so ergeben sich bei einer weiteren Funktionsentleerung auf der Seite der Erzeugerwirtschaften annäherungsweise kollektivwirtschaftliche Gemeinschaftsformen.

In den Entwicklungsländern sind zum Teil schon ähnliche Formen des Kontaktes zwischen Genossenschaft und Mitgliedern entwickelt worden. So würde man der höchsten Intensitätsstufe zum Beispiel die von Schiller in Pakistan organisierten „Produktionsförderungsgenossenschaften" sowie die erwähnten genossenschaftsähnlichen Vorsorgegesellschaften in den (früheren) französischen Kolonialgebieten und die Bodenreformgenossenschaften zuordnen.

Die Intensität einer genossenschaftlichen Einflußnahme auf im Rahmen der Mitgliederwirtschaften durchzuführende Aufgaben produktionswirtschaftlicher Art wird um so stärker sein, je enger die Marktverbundenheit der Absatzgenossenschaft ist, d. h. je mehr der absatzgenossenschaftliche Erfolg von der pünktlichen Lieferung von Erzeugnissen gleichmäßiger Mengen und Qualitäten abhängig ist (insbesondere, wenn die Produkte vor dem Absatz einen langwierigen und daher kostspieligen Veredelungsprozeß durchlaufen haben), und je stärker andererseits die von den Mitgliedern ausgehenden deglomerierenden Kräfte sind, die zum Ausdruck kommen in einer unzureichenden Inanspruchnahme des genossenschaftlichen Gemeinschaftsbetriebes durch die Mitglieder — zumindest zu einem Teil verursacht von der Aktivität einer starken genossenschaftlichen Konkurrenz. In den Entwicklungsländern spielt der erste Gesichtspunkt vor allem bei exportorientierten Absatzgenossenschaften eine große Rolle, also insbesondere bei den Genossenschaften in den afrikanischen Ländern südlich der Sahara. Dagegen besitzt der letztgenannte Aspekt für die Absatzgenossenschaften in den Entwicklungsländern schlechthin Gültigkeit.

---

[2]) Das über das einer Erhöhung des Frequenzgrades der einzelnen Mitgliedwirtschaft entgegenstehende Verhalten privater Händler und Verarbeiter Gesagte gilt analog für die Unfähigkeit oder Fähigkeit der Genossenschaften, neue Mitglieder zu gewinnen beziehungsweise sich die Mitgliedschaft alter zu erhalten.

Funktionserweiterung

Die Größe der Absatzgenossenschaft kann weiterhin positiv beeinflußt werden durch eine Ausdehnung des Aufgabenbereiches, das heißt durch Angliederung von vorher nicht ausgeübten Funktionen. Hierzu gehört nicht nur die Intensivierung der ursprünglichen Aufgabe der Absatzgenossenschaft durch Hinzunahme weiterer absatztechnischer Teilfunktionen, sondern auch die Erbringung völlig neuer Leistungen für die Mitgliedschaft (zum Beispiel die Versorgung der Mitglieder mit Konsumgütern und landwirtschaftlichen Betriebsmitteln, die Vergabe von Krediten und die Annahme von Spargeldern, die Bereitstellung landwirtschaftlicher Maschinen und Geräte zur gemeinschaftlichen Benutzung).

Diese Tendenz zur Mehrzweck- und Vielzweck-(Universal-)Genossenschaft ist in vielen Entwicklungsländern zweckmäßig. Da die Genossenschaften auf örtlicher Ebene tätig sind, die darüber hinaus im allgemeinen nur einen kleinen Dorfbereich umfaßt, können Spezialgenossenschaften (Kreditgenossenschaften oder Absatzgenossenschaften oder Bezugsgenossenschaften) ökonomische Betriebsgrößen nur selten erreichen. Hinzu treten Schwierigkeiten hinsichtlich der Versorgung mehrerer Genossenschaften mit finanziellen Mitteln und mit Personal. So wird die Zusammenfassung der wichtigsten marktverbindenden Funktionen innerhalb einer einzigen Organisation unerläßlich.

Daß der Dorfhändler/Geldverleiher traditionell die Aufgaben des Kreditgebers, des Aufkäufers landwirtschaftlicher Produkte und des Lieferanten agrarer Betriebsmittel und Konsumgüter ausübt, kann als Beweis für die Zweckmäßigkeit dieser Funktionsverknüpfung angesehen werden. Die Verhältnisse in den meisten süd-südostasiatischen Ländern liefern einen anschaulichen Nachweis, daß das in der Vergangenheit keinesfalls erkannt wurde. Der so häufig zu beobachtende Machtmißbrauch des „merchant moneylender" läßt sich nur durch Schaffung einer gleichartigen (genossenschaftlichen) Organisation vermeiden.

Fusion als Maßnahme einer übertariflichen Rationalisierung

Eine überbetriebliche Rationalisierung durch Zusammenlegung verschiedener unwirtschaftlicher absatzgenossenschaftlicher Einheiten stellt schließlich die eingreifendste, zugleich aber erfolgversprechendste Maßnahme zur Bildung größerer genossenschaftlicher Betriebe dar. Insbesondere in den afrikanischen Ländern südlich der Sahara, so vor allem in Uganda, Ghana, Nigeria und Senegal, wird die Verringerung der großen Anzahl örtlicher Absatzgenossenschaften mit jeweils nur geringer Mitgliederzahl als unerläßlich angesehen, um die genossenschaftliche Arbeit auf die Dauer erfolgreich gestalten zu können. Ähnliches gilt auch für die Absatzgenossenschaften in einer Reihe lateinamerikanischer Länder sowie ebenfalls für die warenführenden Kreditgenossenschaften im süd-südostasiatischen Bereich und im Nahen Osten.

Soweit in den Entwicklungsländern überhaupt schon Bestrebungen in dieser Richtung vorhanden sind — vorerst ist das Ziel meist immer noch die Gründung möglichst vieler, wenn auch kleiner Genossenschaften —, scheitern derartige Pläne vielfach am Widerstand örtlicher genossenschaftlicher Funktionäre. Ist der Staat daher nicht in der Lage beziehungsweise hat er nicht die Absicht, eine derartige Reorganisation innerhalb kurzer Zeit ohne Rücksichtnahme auf den Willen der Organe der einzelnen Genossenschaften durchzuführen, bedarf es eines langwierigen Beeinflussungsprozesses seitens der damit betrauten genossenschaftlichen oder staatlichen Institutionen, um die Genossenschaftsmitglieder und vor allem die Angehörigen der Organe der Genossenschaften von der Notwendigkeit eines derartigen Vorhabens zu überzeugen.

Angesichts der für das Genossenschaftswesen der Entwicklungsländer ungünstigen Einflußfaktoren erweist sich die staatliche Hilfe bei der Gründung und der Förderung der (Absatz-)Genossenschaften als unerläßlich. Sie bedarf einer Intensivierung dort, wo sie zunächst erst zögernd einsetzte. Eine vorsichtig abgestimmte Dosierung ist dort notwendig, wo sie bisher keinen Platz ließ für das Einsetzen einer unabhängigen Eigeninitiative. Wenn sich somit angesichts der staatlichen Genossenschaftshilfe in den Entwicklungsländern ein deutlicher Gegensatz zum genossenschaftlichen Bild in Europa und Nordamerika herausgeschält hat, so beläßt diese Entwicklung bei einer positiv eingestellten Genossenschaftspolitik durchaus die Hoffnung auf eine — wenn auch hinsichtlich des Zeitpunktes ihres Einsetzens noch nicht abzusehende — eigenständige Entfaltung des Genossenschaftswesens.

WIRTSCHAFTSDIENST · Wirtschaftspolitische Monatsschrift

Herausgeber: Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv, Direktor: Prof. Dr. Heinz-Dietrich Ortlieb; Redaktion: Ernst Niemeier; verantwortlich für „Aktuelle Absatzwirtschaft" Wolfgang K. A. Disch; 2 Hamburg 36, Karl-Muck-Platz 1, Tel. 34 10 08; Verlag Weltarchiv GmbH, 2 Hamburg 20, Eppendorfer Landstraße 106, Tel. 46 10 19 und 46 10 10; Anzeigen: Generalvertretung Dr. Hans Klemen (Anzeigenpreisliste Nr. 10); Druck: Otto Schwitzke, Hamburg; Bezugspreise: Einzelheft: DM 4,20, Jahresabonnement DM 48,—; zu beziehen durch den Verlag oder durch den Buchhandel. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Mit dem Namen des Verfassers gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es auch nicht gestattet, die Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) oder auf andere Art zu vervielfältigen. Copyright by Verlag Weltarchiv GmbH.