

Rabatspareforeninger.

Brydningerne mellem den store og den lille Bedrift frembyder i Nutiden nok saa megen Interesse paa Handels Omraade som paa Industriens. Medens den industrielle Stordrifts Sejr er en Kendsgerning, staar Detailhandelen i dens gamle Form endnu midt i Kampen mod Stormagasinerne, Fællesindkøbsforeningerne, de egentlige Forbrugsforeninger og hvad de nu hedde, alle de moderne Fremtoninger, der gaa Købmandsstanden i Næringen.

Den lille Handelsforretnings Stilling i denne Kamp er saa meget vanskeligere, som der ikke alene maa kæmpes udadtil, men tillige i høj Grad imod »indre Fjender«, først og fremmest mod en som oftest meget skrap Konkurrence indenfor selve Detailhandlerstanden. Den fremadskridende Storindustri har, for at sikre sig Afsætningen af sin Masseproduktion, maattet vende sig til Handelen, ofte med Indrømmelse af vidtstrakt Kredit. Dette er en af Grundene til, at Antallet af Handlende er tiltaget saa stærkt i nyere Tid. Hertil kommer, at en stor Del Personer, som tidligere fandt deres Erhverv i Haandværket og den mindre Industri, ere blevne drevne over i Detailhandelen, hvor de have fremkaldt en Overfyldning, der gør det vanskeligt for den enkelte at skaffe sig en tilstrækkelig stor Kundekreds.

Den skærpede Konkurrence indenfor Detailhandelen har vist nok været en medvirkende Aarsag til at frem-

Rabatspareforeninger.

Brydningerne mellem den store og den lille Bedrift frembyder i Nutiden nok saa megen Interesse paa Handels Omraade som paa Industriens. Medens den industrielle Stordrifts Sejr er en Kendsgerning, staar Detailhandelen i dens gamle Form endnu midt i Kampen mod Stormagasinerne, Fællesindkøbsforeningerne, de egentlige Forbrugsforeninger og hvad de nu hedde, alle de moderne Fremtoninger, der gaa Købmandsstanden i Næringen.

Den lille Handelsforretnings Stilling i denne Kamp er saa meget vanskeligere, som der ikke alene maa kæmpes udadtil, men tillige i høj Grad imod »indre Fjender«, først og fremmest mod en som oftest meget skrap Konkurrence indenfor selve Detailhandlerstanden. Den fremadskridende Storindustri har, for at sikre sig Afsætningen af sin Masseproduktion, maattet vende sig til Handelen, ofte med Indrømmelse af vidtstrakt Kredit. Dette er en af Grundene til, at Antallet af Handlende er tiltaget saa stærkt i nyere Tid. Hertil kommer, at en stor Del Personer, som tidligere fandt deres Erhverv i Haandværket og den mindre Industri, ere blevne drevne over i Detailhandelen, hvor de have fremkaldt en Overfyldning, der gør det vanskeligt for den enkelte at skaffe sig en tilstrækkelig stor Kundekreds.

Den skærpede Konkurrence indenfor Detailhandelen har vist nok været en medvirkende Aarsag til at frem-

kalde den Kreditgivning langt ud over alle rimelige Grænser, der nu er almindelig, og som er lige ødelæggende for Køber og Sælger. Den lette Adgang til at tage paa Borg og købe paa Afbetaling frister den let-sindige til at leve over Evne, fordyrer Livet for den »kontante« Køber og driver den Handlende til at forsøge paa at slaa sin Konkurrent ved Hjælp af alskens Hokus-pokus.

Hvor stærkt Kreditgivningen er trængt igennem i den almindelige Detailhandel, ses bedst af det rent bagvendte Forhold, at den, der betaler kontant, forlanger — og faar — en Rabat. De normale Priser ere ligefrem beregnede paa, at Betalingen først sker efter halve eller hele Aars Forløb, længe efter at Varen er forbrugt. Naar imidlertid Rabatydelser holdes indenfor fornuftige Grænser, er der under de givne Forudsætninger intet at sige til, at den kontante Køber faar et Afslag i Prisen, der holder ham skadesløs for den Prisforhøjelse, der er en Følge af Kreditsystemet; men selve denne Rabatgivning er paa flere Maader bleven tagen i Konkurrencens Tjeneste og derved drevet ud i det absurde.

Naar en Handlende, for at lokke Købere, bød 2 pCt. for kontant Betaling, laa det nær for Konkurrenten at love 4 pCt. Paa denne Maade er Rabat-Satserne mange Steder efterhaanden drevne op til en urimelig Højde, saaledes i Tyskland indtil 15 pCt. i Kolonialvarebranchen, ja i andre Handelsgrene hørte for nogle Aar siden 30 pCt. Rabat ikke til Sjældenhederne. Den sande Karakter af en saa overdreven Rabatydelse bliver klar, naar man betænker, at den normale Handelsfortjeneste ofte ikke engang naar saa høj en Procent.

Ved Siden af den direkte Rabatydelse for kontant Betaling opstod Rabatmærke-Systemet, oprindeligt nærmest rettet imod Forbrugsforeningerne. Detailhandlerne gik ud fra, at det var »Dividenden«, der lokkede Publikum, og tilbød saa at give tilsvarende Dividende ved Indløsning af Rabatmærker enten mod Varer eller kontant. Dette

Rabatmærke-System udartede snart, især efter at entreprenante Folk, under Paaskud af at ville føre Systemet ind i rationelle, ensartede Former, gjorde selvstændig Forretning ud af det ved Oprettelsen af saakaldte Rabatmærkeselskaber, Foretagender, der oftest bevægede sig tæt op ad Grænsen for Bedrageri. Disse Rabatmærkeselskaber saavel som de Organisationer (Rabatspareforeninger), de have fremkaldt i Tyskland, findes beskrevne i en Artikel i »Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft«, hvoraf nedenstaaende er et Udtog.*)

Rabatmærkeselskabets Virksomhed gaar ud paa følgende. Selskabet sælger til de Handlende Mærker, der lyde paa 5 pCt. Rabat. Disse Mærker give de Handlende til deres kontant betalende Kunder, som indklæbe dem i en Bog, hvor de opbevares, indtil en vis Sum er samlet, i Almindelighed Mærker til Beløb 10 Mk., repræsenterende Indkøb for 200 Mk. Indløsningen af Mærkerne sker ikke hos de enkelte Handlende, men hos Rabatmærkeselskabet, som enten udbetaler Rabatbeløbet kontant eller i Varer. I begge Tilfælde gør Selskabet en god Forretning, idet det dels betinger sig en Gevinstandel hos de Handlende (i Forhold til Forbruget af Mærker), og dels tjener glubsk ved at indløse Mærkerne med Varer, hvis Værdi ligger langt under de Beløb, Mærkerne lyde paa; endelig repræsenterer bortkomne og uindløste Mærker en Fortjeneste for Selskabet.

Imod disse Svindel-Selskaber gjorde de Handlende i Bremen energisk Front, idet de i 1899 sluttede sig sammen og dannede den første af de Rabatspareforeninger, der i de følgende Aar have vundet en saa betydelig Udbredelse i tyske Byer og ere blevne et vigtigt Led i Detailhandelens Selvhævdelses-Bestræbelser.

Til at indtræde som Medlem i en Rabatspareforening som den i Bremen staar Adgangen aaben for enhver

*) Paul Böhm: Die Rabattsparvereine. (Zeitschr. für die ges. Staatswissenschaft. 31. Jahrg. 1. Heft. S. 71 ff.).

uberygtet Næringsdrivende. Foreningen ledes af en Komité, hvori forskellige Forretningsbrancher ere repræsenterede. Bestyrelsen oppebærer intet Vederlag for sit Arbejde. Omkostningerne dækkes ved et lille Medlemsbidrag, Indtegningsgebyr eller — i den seneste Tid — ved Hjælp af Renter af de tilsidelagte Rabatpenge (se nedenfor). Optagelsen af Medlemmer i Foreningen bekendtgøres til Underretning for Publikum i de lokale Blade. Foreningens Medlemmer forpligte sig til ved Salg mod kontant Betaling at yde en Rabat, hvis Størrelse fastsættes af Generalforsamlingen. Rabatten kan være ens for alle Varer, eller den kan fastsættes forskelligt for de forskellige Varegrupper og Forretningsbrancher; i Regelen andrager den 5 pCt. Enkelte Varer kunne være undtagne fra Rabatgivningen, men dette maa da være angivet ved Opslag (saakaldte Netto-Plakater) i Udsalgslokalet. — Medlemmerne forpligte sig overfor Foreningen til »reel Forretningsførelse«.

Et Moment af særlig Interesse i Rabatspareforeningernes Organisation er deres Forbindelse med Sparekasserne. Disse indtræde som et Mellemlid mellem Foreningen og Publikum. Foreningen udsteder Rabatmærker, som den afgiver til Sparekassen; denne sælger atter Mærkerne til de Handlende, og det derved indkomne Beløb forrentes af Sparekassen til Fordel for Foreningen. De til det købende Publikum udleverede Mærker indløses af Sparekassen, som saaledes staar som Garant for Foreningens Opfyldelse af dens Forpligtelser i Tilfælde af Opløsning e. l.

Den første Rabatspareforening stiftedes som foran nævnt i Bremen i Maj Maaned 1899. Den bestod til at begynde med af en snæver Kreds af 75 Handlende, men allerede inden Maanedens Udgang var Tallet steget til 300. Det nye Rabatsystem vandt mærkværdig hurtigt Publikums Interesse, saa at stadig flere og flere Detailister saa sig nødsagede til at slutte sig til Foreningen, hvis Medlemstal i November 1899 (syv Maaneder efter

Oprettelsen) naaede 700. Den 31. December havde Sparekassen afgivet Rabatmærker til et Beløb af 109000 Mk., repræsenterende en Omsætning af omtrent 2,200000 Mk. Der var ved Aarets Udgang fordelt 60000 Sparebøger (til Indklæbning af Rabatmærker), og i Løbet af Aaret 1900 maatte der yderligere udleveres 39000. Forretningsaaret 1900 begyndte med et Medlemstal af 862; der blev i dette Aar afgivet Mærker til Beløb 304000 Mk., hvad der svarer til en Omsætning af over 6 Millioner. I de følgende Aar vandt Systemet yderligere Tilslutning, saaledes at der i 1902 udgaves Mærker, der repræsenterede en Omsætning af over 10 Mill. Mk.; samme Aar indløstes Mærkebøger for en samlet Sum af 505000 Mk., og nu var Antallet af Handlende, der havde sluttet sig til Foreningen, naaet op til 1115.

Lignende Held har fulgt de i andre tyske Byer oprettede Foreninger. I Magdeburg begyndte man saaledes den 22. Oktober 1901, og allerede inden Aarets Udgang havde Foreningen 680 Medlemmer. Omsætningen var her allerede i det første Forretningsaar $7\frac{1}{2}$ Mill. Mk. Ogsaa den i Halle i 1902 stiftede Forening har vundet stærk Tilslutning. Det samme er Tilfældet i flere mindre Byer som Stendal og Dessau, hvor Kommunalbestyrelsen har ydet Sagen sin Støtte. Ved Siden af disse kan der nævnes mindst 30—40 Byer, hvor Systemet har vundet Indgang, som oftest med godt Resultat.

Have nu Rabatspareforeningerne vist sig i Stand til at løse deres Opgave? Gøre de virkelig Nytte, eller er Bevægelsen kun at betragte som en Modesag, der en Tid kan samle Interessen om sig uden at sætte sig varige Spor?

Paa ét Punkt have Foreningerne afgjort haft Held med sig. De have vist sig som et fortrinligt Kampmiddel mod de foran omtalte »vilde« Rabatmærkeselskaber. Overraskende hurtigt ere disse forsvundne, saa snart de rationelt ordnede og med fuldt ud hæderlige Formaal stiftede Foreninger begyndte deres Virksomhed, — saa-

ledes i Bremen efter blot faa Dages Forløb; ligeledes meget hurtigt i Esslingen, Kiel, Stendal, Magdeburg o. s. v.

Ogsaa de mange Steder bestaaende kooperative Rabatforeninger (af samme Type som den københavnske »Forbrugsforening for Embeds- og Bestillingsmænd«) vige Pladsen for de nye Organisationer, idet de Handlende, der slutte sig til disse, tvinges til at opsigte deres Kontrakt med de kooperative Rabatforeninger og behandle alle deres kontant betalende Kunder ens, hvilket maa siges at være et Gode.

I Detaillistkredse har man næret det lønlige Haab, at Rabatspareforeningerne skulde kunne drage Kunderne fra Forbrugsforeningerne og fra Stormagasinerne. Det er dog tvivlsomt, om dette er sket, selv om et og andet synes at tyde derpaa.

De bedste Resultater af Bevægelsen skal man maaske søge i dens Virkninger indadtil. Ganske vist formaa Foreningerne ikke at borttrydde Ondets Rod, det alt for store Tal af Handlende. Men de formaa at sætte Skel. Idet de Detaillister, der ere Medlemmer af Organisationen, i stigende Grad drage det kontant betalende Publikum til sig, bliver der for de udenforstaaende en Kundekreds tilbage, som det er lidet fordelagtigt at handle med.

Der kan næppe være Tvivl om, at Rabatspareforeningerne, hvis de gaa frem i samme Spor som hidtil, ville virke opdragende overfor Publikum. Næsten fra alle Sider forsikres det, at hvor Foreningerne have virket, kan der spores en stigende Tilbøjelighed hos Køberne til at betale kontant (i Stendal skal Kontantkøbet i Løbet af et Par Aar være steget med 50 pCt.). Hermed er der aabenbart paa et vigtigt Punkt aabnet Vej for Tilvejebringelsen af sundere Forhold i Detailhandelen, i lige Grad til Fordel for selve Handelsstanden og for det købende Publikum.

A. J.