

Zeitschrift: Neue Schweizer Rundschau
Herausgeber: Neue Helvetische Gesellschaft
Band: - (1927)
Heft: 5

Artikel: "Konsumfinanzierung?"
Autor: Lorenz, Jakob
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-758262>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.05.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

„Konsumfinanzierung?“

Von Jakob Lorenz

Die Bedürfnisse entwickeln sich am Stande der Produktion. Das ist der *äußere* Grund, weshalb trotz unstreitig höherer Lebenshaltung die heutigen Lebensverhältnisse, welche früheren Generationen als beneidenswert erschienen wären, den breiten Massen als beengend und unzureichend vorkommen. Über die *inneren* Gründe dieser Erscheinung ist hier nicht zu sprechen. Das würde von den wirtschaftlichen Tatsachen auf umstritteneres Gebiet führen. Es ist nicht daran zu zweifeln, dass zwischen *gewünschter* und *tatsächlicher* Bedürfnisbefriedigung ein weiter Abstand klafft. Das Einkommen der Masse hemmt die Befriedigung der Wünsche, welche durch den Stand der Produktion wachgerufen werden. Es gibt nur eine Möglichkeit, um den erwähnten Abstand zu verringern: Erhöhung des Einkommens in einem Tempo, das jenes der Produktion übersteigt.

Die Steigerung des Konsums über das Maß der durch das Einkommen ermöglichten Bedürfnisbefriedigung hinaus ist ein untauglicher Versuch, Wunsch und Wirklichkeit in Einklang zu bringen. Der Kauf auf Kredit ist das Mittel, welches die Brücke über den «Entbehrungsraum» schlagen soll. Bis vor kurzem war dieser Ausweg im allgemeinen, sofern reine Konsumbedürfnisse in Frage standen, verpönt. Neuerdings wird er mehr und mehr als ganz natürliches Mittel gepriesen und sogar in einer bestimmten Form als besonders wirtschaftlich empfohlen. Die Förderung des Wirtschaftslebens durch die «Konsumfinanzierung» ist daher ein Problem, dessen nähere Betrachtung zeitgemäß geworden ist und welchem die folgenden Darlegungen gewidmet seien.

Was versteht man unter Konsumfinanzierung? Sie ist jene besondere Form des Borgsystems, bei welcher ein Schuldverhältnis nicht zwischen Käufer und Verkäufer einer Ware entsteht, sondern zwischen dem Käufer einer Ware und einem Finanzinstitut, das diese Ware für ihn bezahlt. Dieses Finanzinstitut finanziert einen Konsum, für welchen die Barmittel nicht ausreichen.

Betrachtet man die bisherigen Formen des Kaufes auf Borg (worunter wir alle Käufe auf Kredit verstehen, welche den direkten Konsum – scheinbar – erweitern), so zeigt sich der Charakter der sog. Konsumfinanzierung in seinen Eigenheiten besonders deutlich. Zunächst ist da das *einfache Warenkreditgeschäft*, der Kauf auf Borg. Der Kunde bezahlt

nicht oder nur zum Teil bar. Der Händler, teils der Grossist durch Termingabe an den Kleinhändler, teils dieser selbst, strecken dem endlichen Käufer der Ware gewissermaßen das Geld vor, das dieser in einem späteren Zeitpunkte wieder zu erstatten hat. Zumeist handelt es sich bei diesem Borgsystem um Käufe, die sich in kürzerem Abstand zu wiederholen pflegen, vorab um solche an Nahrungs- und Genussmitteln. Für Kreditkäufe von Waren, deren Abnützungsprozess ein etwas langsamerer ist, von Möbeln, Musikinstrumenten, auch Kleidern hat sich eine besondere Form des Borggeschäftes herausgebildet, das *Abzahlungsgeschäft*. Bei diesem Geschäft hat man zwischen zwei verschiedenen Unterarten zu unterscheiden: Das *sachlich beschränkte* und das *eigentliche* oder *allgemeine* Abzahlungsgeschäft. Der Verkäufer der in Frage stehenden *besonderen* Ware, Nähmaschinen, Klavieren, Möbeln, Kleidungsstücken, der aber nur mit der einen oder anderen Ware handelt, kommt Kunden in der Weise entgegen, dass er sich auf planmäßig vorgesehene Ratenzahlungen einlässt. *Er* finanziert den Konsum und entschädigt sich durch einen (bekanntermaßen) höheren Preis der meist unter Eigentumsvorbehalt auf Abzahlung verkauften Ware. Er stellt es dem Kunden frei, bar oder in Raten zu zahlen. In der Regel erscheint der Kauf auf Barzahlung ohne weiteres als das für den Kunden günstigere und vielleicht auch für den Verkäufer erwünschtere Geschäft. Das *eigentliche Abzahlungsgeschäft* rechnet zum vorneherein nur mit einem Kundenkreis, der unbedingt auf Abzahlung kaufen will und liefert diesem Kundenkreis *verschiedene Waren*, ganze Aussteuern, Kleider, Schuhe usw. Das Abzahlungsgeschäft wird *organisiert*. Wieder erscheint der Verkäufer als der Financier. Inwieweit Banken durch Krediterteilung an das Geschäft diesen Verkaufsmodus ermöglichen, ist eine Angelegenheit, die nach außen nicht in die Erscheinung tritt.

Anders nun bei der *eigentlichen Konsumfinanzierung*. Bald sind es Handelsunternehmen, die glauben, an der Konsumfinanzierung ein Interesse zu haben und die Initiative zur Schaffung eines Kreditinstitutes ergreifen, bald scharf ein Finanzierungsinstitut Handelskreise um sich. Wie ein Konsumfinanzierungsinstitut zustande kommt, ist gleichgültig. Das Wesentliche ist, dass bei der neuen Form des Kaufes auf Kredit der Kunde sich um Kredit *nicht an den Händler* wendet, sondern *an das Konsumfinanzierungsinstitut*. Dieses prüft den Kreditaspiranten auf seine Kreditwürdigkeit, wobei seine Stellung und die Höhe seines Einkommens maßgebend ist. Ist ein Kredit bewilligt, so übergibt das Institut dem Klienten ein besonders geartetes Scheckbuch, das meist auf eine um

den Zinsbetrag niedrigere Summe lautet, als der Kredit. Auf Präsentation der « Konsumfinanzschecks » erhält der Konsument beliebige Ware zu Tagespreisen. In der Regel muss er einen Teil in bar anzahlen. Dem Händler begleicht das Institut in Frist von wenigen Tagen nach Abzug der (generell vereinbarten) Inkassoprovision den Scheck und der Händler ist jedes Risikos für die auf Kredit vor sich gegangenen Käufe enthoben. Der Kunde hat dem Finanzierungsinstitut die Abzahlungen in Monatsraten zu leisten und die Kreditsumme zu verzinsen.

Man sieht: das Konsumfinanzierungsgeschäft unterscheidet sich ganz wesentlich von den übrigen Kreditkäufen: *Die Kreditgabe an Käufer ist zu einem Geschäft an sich geworden*. Damit stehen wir vor der Tatsache, dass eine Kaufsmethode, die vor kurzem noch als eine mehr oder weniger bedenkliche gegolten hat, vom Wirtschaftsleben gewissermaßen « legalisiert » worden ist. Für die Benützung der Konsumfinanzierung wird eine rege Propaganda entfaltet. Die Konsumfinanzierung wird zum Wettbewerbsmittel.

Die Frage ist daher berechtigt, was von diesem System zu halten sei. Um diese Frage zu beantworten, ist es angezeigt, in erster Linie zu prüfen, ob das, was die Promotoren des Gedankens in den Vordergrund stellen, zutreffe, ob nämlich die Konsumfinanzierung geeignet sei, *das Wirtschaftsleben wieder „anzukurbeln“*, den « toten Punkt » zu überwinden und der Wirtschaft neuen Impuls zu verleihen. Bei genauerem Zusehen beruht diese Annahme auf einer Täuschung. Man geht von der Voraussetzung aus, dass die Krisen durch die sog. Unterkonsumtionstheorie zu erklären seien. Produktionskraft und Kaufkraft geraten in ein Missverhältnis. Wenn diese Theorie auch bisweilen zutreffen mag, so ist doch mindestens zu unterscheiden, wo die für die Krise *ursprüngliche* Unterkonsumtion eingetreten ist. Die Erscheinung, dass die inländischen Arbeiter und Angestellten in ihren Löhnen verkürzt oder arbeitslos werden, ist im Zeitalter der Weltwirtschaft meist eine sekundäre Auswirkung von Stockungen auf dem Weltmarkte. Nur die Kreditbeihilfe an den *ursprünglich* ausfallenden Konsum könnte das Zahnradgetriebe der wirtschaftlichen Beziehungen wieder in Gang bringen. Oder ein besonderer Fall! Was hilft es für die Hebung der wirtschaftlichen Lage in der Ostschweiz, wenn ein Kreditinstitut dort seine Tätigkeit aufnimmt? Kann es die Stickerei wieder « ankurbeln »? Es müsste auf irgendwie geheimnisvolle Weise dafür sorgen, dass sich Mode und alte Märkte für die Stickerei wieder aufschliessen; nur so könnte der Ostschweiz geholfen werden. Alles andere wäre nur ein leichtfertig entfachtetes Strohfeuer. Aber ganz

abgesehen davon, kann ein Konsumfinanzierungsinstitut nur mit der *wirklichen* Zahlungsfähigkeit des Klienten rechnen und nicht mit der in der Zukunft möglichen; es sei denn, dass z. B. unmittelbar Gehaltserhöhungen in Aussicht stehen und dergleichen. Ein Konsumfinanzierungsinstitut für ganz oder teilweise Erwerbslose wäre ein Spekulationsunternehmen, in das sich niemand wagen würde. Die Konsumfinanzierung kann *keine neue Konsumkraft schaffen*, sie kann nur künftige vorwegnehmen. Will sie auf solider Basis bleiben, so kann sie in der Regel nicht die wahrscheinliche künftige Konsumkraft diskontieren, sondern nur auf wirklich bestehende Konsumkraftverhältnisse abstellen. Neue Konsumkraft kann nur entstehen aus neuer Verdienstgelegenheit oder aus der Erhöhung der Kaufkraft des Geldes bei gleichem oder höherem Einkommen. Das natürliche Korrektiv gegen eine eventuell bestehende Unterkonsumtion ist die Ermäßigung der Preise. Eine Ankurbelung der Konjunktur durch die Konsumfinanzierung, die übrigens höchstens für eine stark geschlossene Volkswirtschaft in Frage käme, ist also auch von dieser Seite betrachtet, eine Unmöglichkeit.

Es wird der Konsumfinanzierung ferner nachgesagt, dass sie « neue Käufer » bringe. Dieses Argument liegt auf der gleichen Linie, wie die « Ankurbelungstheorie »; doch wird es mehr vom konkreten Handelsstandpunkt aus geltend gemacht. Dadurch, dass man gewisse Waren statt gegen Barzahlung auf organisierte Teilzahlung hin verkauft, werden sie Kreisen zugänglich, welche sonst diese Waren nicht gekauft hätten. Ist beim gewöhnlichen Abzahlungsgeschäft eine Verschiebung der Barzahler auf die Seite der Abschlagszahler sehr wahrscheinlich, so dürfte das Konsumfinanzierungsgeschäft diesen Nachteil kaum haben. Denn wer sich gewohnt ist, bar zu zahlen, wird den Weg zum Konsumfinanzierungsinstitut in den seltensten Fällen gehen, während beim gewöhnlichen Ratenverkauf die Verschiebung eher eintreten mag. Ein Rückgang der Barzahlungen zugunsten der Käufe via Konsumfinanzierung ist wie gesagt wenig wahrscheinlich. Man hofft, wirklich *neue Käufer* auf den Plan zu bringen. Was will das heißen? Man will neue Kreise zum Kreditkauf bewegen, die sich bisher nach dem Stande ihres Bargeldes gerichtet und ihren Konsum danach eingestellt haben. Das kann nun unter Umständen ein « geringeres Übel » sein. Dann nämlich, wenn der Lebensstandard so niedrig ist, dass man schlechtweg nicht in der Lage ist, für später Notwendiges Ersparnisse zu machen, z. B. für Möbel auf eine Heirat hin. Ein Beispiel, das für Deutschland sehr aktuell ist. Anders ist dieses Herbeiziehen neuer Käufer zu beurteilen, wenn sich

der Kauf auf Luxusartikel erstreckt, auf Automobile, Juwelen, Phonographen, Pelzmäntel usw. Da haben wir eine ausgesprochene Förderung eines Luxuskonsumes vor uns, für welchen das Bareinkommen nicht ausreicht, den man sich aber nicht versagen will. Man verpfändet daher einen Teil seines künftigen Einkommens beim Konsumfinanzierungsinstitut. Die Folge ist offensichtlich eine Einschränkung des späteren, der Lage nach zu urteilen offenbar notwendigen Konsums und damit ist die Gefahr verbunden, dass ein ohnehin bescheidenes Einkommen als noch weniger zureichend empfunden wird. Der «neue Käufer» wird einfach irgendwo anders ein schlechterer Käufer. Wahrscheinlich wird in erster Linie – wie das bei der Ausdehnung des Luxuskonsums üblich ist – die Nahrung Einbuße erleiden. Oder man wird den «Kindersegen» wieder ein bisschen hinausschieben et cetera. Die Konsumfinanzierung erscheint so als letztes Glied in der Kette unserer keineswegs rationellen modernen Konsumgebarung, in der wahrscheinlich infolge der gewaltig anwachsenden Bedeutung des Handels größere Krisengefahren verborgen liegen, als wir heute zu erkennen vermögen. Dass bei solcher Konsumgebarung die Bildung von Reserven für schlechte Zeiten sehr schwer wird, liegt auf der Hand. Je schwerer sie wird, desto lauter ertönt der Ruf nach Staatshilfe in allen kritischen Lagen. Die planmäßige Förderung einer nicht auf Wirklichkeit, sondern auf Wunsch eingestellten Kauflust zwecks Gewinnung neuer Käufer scheint uns weniger als Ei des Kolumbus, um Krisen zu vermeiden, sondern vielmehr als ein Kuckucksei. Es wird uns durch bedenkliche Konkurrenzmethoden, die sich namentlich in der Automobilbranche in kurzem schwer rächen werden, ins Nest gelegt; wir haben in der Schweiz allen Anlass, uns aus grundsätzlichen Erwägungen gegen die Konsumfinanzierung auszusprechen.

Die Konsumfinanzierung ist aber nicht nur kein Mittel zur Bekämpfung der Krise, sie dient nicht nur zu einer unrationellen Förderung des Luxuskonsums, sie ist in ihren Folgen *für die Kaufkraft der Bevölkerung gefährlich*.

Die Befürworter der Konsumfinanzierung versprechen sich – der Einwand sei vorweggenommen – infolge sinkender Preise bei steigendem Umsatz, der die Serienfabrikation usw. fördern würde, eine Verbilligung der Waren, also eine Erhöhung der Kaufkraft. Der Umstand, dass aber z. B. Ford dem Abzahlungsgeschäft auf Automobile ablehnend gegenübersteht, darf vielleicht in diesem Zusammenhange etwas skeptisch stimmen, wenn man auch Ford durchaus nicht als unfehlbaren Wirtschaftstheoretiker anerkennt. In der Tat beruhen die Voraussetzungen,

von denen die Freunde der Konsumfinanzierung ausgehen, auf Irrtum. Sollte eine Verbilligung der Produktion eintreten, so müsste der finanzierte Konsum auf bestimmte einzelne Artikel hingelenkt werden. Aber gerade das Gegenteil soll die Konsumfinanzierung bringen: möglichst freie Auswahl der Artikel. Darin liegt ja zum Teil der Unterschied vom gewöhnlichen Abzahlungsgeschäft. Eine Automobilbank kann vielleicht dahin zielen. Ein nur auf den Möbelkonsum hin gegründetes Konsumfinanzierungsinstitut kann vielleicht dahin wirken, dass die Herrlichkeiten des gleichen Vertikows oder anderer Unaussprechlichkeiten in Zehntausenden von Familien prangen. Das Konsumfinanzierungsinstitut schlechtweg, das freie Kaufmöglichkeit gewähren soll, wird jedoch das Ziel verbilligter Produktion nicht erreichen.

Die vermeintliche «Konsumbereicherung» scheint wenigstens einstweilen als teure Pfeife bezahlt werden zu müssen. Man darf, soweit man nach deutschen Methoden urteilen kann, ungescheut von einer Ausbeutung des Konsumenten sprechen, von einer Reduktion seiner Kaufkraft, die in keinem Verhältnis zum Segen steht, den die Konsumfinanzierung bringen soll. In Deutschland rechnete man für die Konsumfinanzinstitute ursprünglich mit einer Einnahme von 12—15 Prozent für jeden gewährten Kredit, also bei etwa anderthalb- oder eindreiviertelfachem Umschlag des Kapitals mit einem 18—25prozentigen Bruttogewinn, der eine gute, wenn auch nicht übermäßige Rendite sicherte. Goetz rechnet in der *Economic Review* mit einer Kapitalverzinsung von 35—43 Prozent auf Grund folgender Erwägungen. Angenommen, die Kreditinstitution gab am 1. Januar Kredite im Betrage von 2 Millionen aus. Davon erhält sie als Zins 5% sogleich zurück. Diese könne sie gleichen Tages wiederum ausgeben, so dass die 100,000 sogleich wiederum 5000 abwerfen. Gleichermaßen angewendet bringen diese 5000 wiederum 250 ein und so weiter. Am 1. Februar wird für die Bank die erste Rate von 20 Prozent des Leihkapitals fällig, d. h. $400,000 + 20,000 + 1000$. Diese Beträge werden wiederum auf gleiche Weise verwendet und so weiter das ganze Jahr. Wenn man diese Berechnungen jedenfalls als optimale Annahmen zu betrachten hat, so beleuchten sie doch die erstaunliche Tatsache, dass amerikanische Konsumfinanzbanken mit relativ sehr kleinem Kapitale erfolgreich arbeiten können. Auch bei beträchtlichen Abstrichen für Verluste bzw. Prämien auf Kreditversicherung und relativ große Regiekosten bleibt doch auf jeden Fall ein ungewöhnlicher Profit auf Kosten des Warenkäufers. Beim Tietzsystem muss der Klient mit einer *mindestens zwölfprozentigen Verzinsung* für das Leihkapital rechnen.

Goez will in *Economics Review* sogar eine über 20prozentige Belastung nachweisen, Charl. Mühsam in der *Voss. Ztg.* gar 26½ Prozent! Bei der Citag, die mit einem Abzug von 7 Prozent des Leihbetrages rechnet, würden sich bei gleicher Kreditdauer wie bei Tietz (5 Monate) Zinssätze von mindestens 15 Prozent ergeben usw. Der Klient eines Kreditfinanzierungsinstitutes hat also offensichtlich mit weit größeren Kosten zu rechnen, als im normalen Kreditverfahren. Die Kaufkraft seines Einkommens wird geschwächt, die Ware somit indirekt verteuert, auch wenn sie zum Tagespreise bezogen werden kann. *Reduzierte Konsumkraft ist das Ergebnis der Konsumfinanzierung.*

Nun hat aber nicht nur der Kreditkäufer dem Finanzierungsinstitute einen Tribut zu entrichten, sondern auch der Verkäufer der Ware muss Provisionen entrichten. Wie hoch diese sind, ist nicht ersichtlich. Bei einzelnen Finanzierungsinstituten werden die Kosten zwischen Käufer und Verkäufer zu gleichen Teilen geteilt, so dass jedenfalls auch der Verkäufer generell mit 5–7 Prozent Spesen rechnen dürfte. Damit greift nun die Konsumfinanzierung in die gesamte Preisbildung ein. Da der Kreditkäufer zu Tagespreisen kaufen kann, muss der Handel irgendwie die Mehrbelastung an Spesen einbringen. Solange die – wohl vergeblich erhoffte – Produktionsverbilligung nicht eintritt, die man sich von der Kreditfinanzierung verspricht, wird der Ausgleich in den *Preisen* zu suchen sein. So dürfte schließlich aus einer vermehrten Nachfrage nach Gütern, die sonst weniger gekauft würden, trotz Konsumfinanzierung eben die natürliche Erscheinung vermehrter Nachfrage auftreten: *Verteuerung* – bis eben die erwartete Umsatzerweiterung in einem Maße eintritt, dass die Serienfabrikation eine erhöhte Produktion gestattet und den Ausgleich herbeiführt, an den wir solange nicht glauben können, als der Konsum in Europa nicht im selben Maße typisch ist, wie in den Vereinigten Staaten.

Der Konsumfinanzierung stehen somit Bedenken entgegen, die nicht ohne weiteres mit dem Hinweis auf das Ausland abgetan werden können. Dass dieses Kreditsystem gegenwärtig in Deutschland bedeutende Fortschritte macht, liegt in den besonderen Verhältnissen Deutschlands begründet, dessen Lohnniveau den Kulturausgaben einen minimalen Spielraum gewährt. Seine endgültigen Auswirkungen auf die Wirtschaft der Vereinigten Staaten scheinen durchaus noch nicht in allen Teilen abgeklärt. Für unsere schweizerischen Verhältnisse liegen keinerlei zwingende Gründe vor, unsere ohnehin schon sehr hohe Lebenshaltung durch künstliche Mittel noch weiter «bereichern» zu wollen.