GENDER
OPEN
REPOSITORIUM

Handel mit der Zukunft : Zur Geschlechterpolitik der Konsumgenossenschaften

Ellmeier, Andrea

1995

https://doi.org/10.25595/1218

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Ellmeier, Andrea: *Handel mit der Zukunft : Zur Geschlechterpolitik der Konsumgenossenschaften*, in: L' homme : Zeitschrift für feministische Geschichtswissenschaft, Jg. 6 (1995) Nr: 1, 62-77. DOI: https://doi.org/10.25595/1218.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: https://doi.org/10.7767/lhomme.1995.6.1.62

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Handel mit der Zukunft

Zur Geschlechterpolitik der Konsumgenossenschaften

Andrea Ellmeier

„Unser Einkaufskorb entscheidet über
die Organisation der Welt"
Emmy Freundlich

8. März 1995, Frauentag: Die Banken sind nicht mehr bereit, dem Konsum Österreich weitere Kredite zu bewilligen. Auch die BAWAG, gegründet 1922 als Arbeiterbank, kündigt ihre Unterstützung. Der Konsum Österreich – bis zuletzt als „roter Riese" bezeichnet – geht in den Ausgleich. 15 Milliarden Schulden – die größte Pleite der Zweiten Republik – titeln die Tageszeitungen. Politiker/innen der sozialdemokratischen Partei äußern sich zurückhaltend. – Vor 139 Jahren hat es im niederösterreichischen Teesdorf begonnen: Schlecht bezahlte Arbeiter griffen zur Selbsthilfe und setzten auf die Idee und Praxis des gemeinsamen Geschäfts, des „organisierten Konsums", getragen von der Möglichkeit einer Wirtschaftsdemokratie, und gründeten die erste österreichische Konsumgenossenschaft. Durch Zahlung eines Geschäftsanteils wurde man Mitglied – Mitbestimmung, soziale Arbeitsbedingungen, gute Ware, preisregulierende Funktion im Handel, Rückvergütung als Körberlgeld für die Arbeiterfrauen u. v. a. m. machten die Konsumgenossenschaften zu einem Teil der österreichischen Arbeiterbewegungskultur.

Mich wird im folgenden die geschlechterpolitische Konzeptionierung der Konsumgenossenschaften als Ausdruck einer strukturell mit dem Reproduktionsbereich verbundenen Bewegung und die dabei vorgenommene Positionierung von Konsument/inn/en interessieren. Dazu gehören Fragen wie: Warum wurden die Konsumgenossenschaften auch „Gewerkschaften der Hausfrauen" genannt? In welcher Weise sollten nun plötzlich Hausfrauen die Welt verändern? Und warum sind Hausfrauen Teil einer „Internationalen der Mütter"? Welche Partizipationsmöglichkeiten wurden diesen Einkäuferinnen seitens der konsumgenossenschaftlichen Organisation und Verwaltung angeboten? Vorweg werden in einer kurzen Einleitung zur Idee, Geschichte und Entwicklung der Konsumgenossenschaften strukturelle Voraussetzungen vorgestellt, die für die Interpretation der konsumgenossenschaftlichen Geschlechterpolitik notwendig sind.

Online gestellt mit finanzieller Unterstützung der Universität Basel (Lehrstuhl Prof. Dr. Claudia Opitz-Belakhal).

Meine Argumentationen basieren vorwiegend auf Quellenmaterial aus der Ersten Republik; die den aktuellen politischen Umständen entsprechenden Bezüge und Kommentare habe ich den Fußnoten anvertraut.

Eine neue Welt

> Als die Wasser der Sintflut verebbt waren, setzte Gott den Regenbogen ein, zum Zeichen, daß neues Leben beginnen soll. Die internationale Genossenschaftsbewegung hat den Regenbogen zu ihrem Banner erwählt, zum Zeichen, daß die Genossenschaften die ersten Keime einer neuen Welt sind. (Emmy Freundlich)[1]

Es war ein sozialpolitisches Selbsthilfeexperiment, das sich parallel zur Industriellen Revolution ab den 1850er Jahren in ganz Europa entwickelte: die Gründung von Konsumgenossenschaften als Zusammenschluß von Konsumenten, um ihren Lebensunterhalt mit qualitativ besseren und billigeren Waren zu sichern. Als „echte genossenschaftliche", sogenannte „Rochdaler Grundsätze" wurden sieben Punkte bezeichnet: 1. Offene Mitgliedschaft, 2. Demokratische Verwaltung (eine Stimme je Mitglied), 3. Rückvergütung des Überschusses an die Mitglieder nach Maßgabe ihrer Beteiligung am Geschäftsverkehr der Genossenschaft, 4. Beschränkung der Kapitalverzinsung, 5. Politische und religiöse Neutralität, 6. Barzahlung und 7. Förderung des Erziehungswesens.[2] Der englische Genossenschafter Mitchell, Präsident der C.W.S. *(Cooperative Wholesale Society)*, fand für die Ziele der Kooperativen einfache Worte:

> Was unsereiner will, ist, daß die Kaufkraft, die der Lohn eines Mannes hat, egal ob er von uns oder von anderen Unternehmen bezahlt wird ..., gestärkt wird ... und unser großes Ziel war, die Kaufkraft aller Löhne dadurch zu vergrößern, daß wir die Gewinne aus Produktion und Handel in die Taschen der Verbraucher zurück leiten.[3]

Die konsumgenossenschaftliche Idee organisierte sich nicht zuletzt um die Sorge über den Wert des Lohns eines Arbeiters als Familienernährer.[4] Beim Warenverkauf allein sollte es nicht bleiben, erst durch Betreiben eigener Produktionsstätten (sogenannter Produktivgenossenschaften) könnte jene Unabhängigkeit vom Markt erreicht werden,

---

1 Emmy Freundlich, Wesen, Aufgaben und Organisation der Genossenschaftsbewegung (= Bibliothek der genossenschaftlichen Beiräte der Betriebsräte Österreichs, V), o. O. o. J. [Wien 1927] 19.

2 In Rochdale (Großbritannien) entstand die erste Konsumgenossenschaft. Die Grundsätze wurden auf dem Internationalen Genossenschaftskongreß in Paris im Jahr 1937 kodifiziert. Vgl. Franz Seibert, Die Konsumgenossenschaften in Österreich. Geschichte und Funktion (= Materialien zur Arbeiterbewegung 11), Wien 1978, 6.

3 Beatrice Webb, Meine Lehrjahre. Mit einer Einführung von Wolf Lepenies, Frankfurt a. M. 1988 ([1]1926), 400.

4 Vgl. dazu auch die Familienlohn-Diskussion in den Gewerkschaften in den 1870er und 1880er Jahren.

die für den Aufbau einer neuen, gerechteren Welt notwendig sei. Die Fabianerin Beatrice Webb-Potter, britische Genossenschafterin und Sozialreformerin,[5] meinte, daß die Genossenschaftsbewegung „im wesentlichen gerade keine Bewegung mit dem Ziel (war), die Arbeiter am Gewinn zu beteiligen, sondern eigentlich ein unbewußter Versuch, das sozialistische Ideal staatlich gelenkter Wirtschaft auf der Basis freiwilliger Assoziation zu realisieren."[6]

Österreichische sozialdemokratische Parteifunktionäre und Gewerkschafter[7] äußerten lange (bis Anfang des 20. Jahrhunderts) größte Vorbehalte gegenüber diesem Modell der freiwilligen Assoziationen, weil sie das kapitalistische System keineswegs sprengen könnten, sondern vielmehr dazu führten, sich darin einzurichten – anders die Überlegungen des späteren ersten Bundespräsidenten der Zweiten Republik – Karl Renner. Während seiner gesamten politischen Karriere setzte er sich intensiv mit der Organisation einer effizienteren Struktur der Konsumgenossenschaften auseinander, war lange Obmann des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine[8] und auch maßgeblich an der Gründung der Arbeiterbank im Jahr 1922 beteiligt.[9] Renner war davon überzeugt, daß gerade gut geführte Konsumgenossenschaften ein trag- und ausbaufähiges gemeinwirt-

5 Ihre erste sozialwissenschaftliche Arbeit schrieb Webb-Potter über die Entwicklung der britischen Genossenschaften. Vgl. Beatrice Webb-Potter, The Cooperative Movement in Great Britain, London 1891, deutsche Übersetzung „Die britische Genossenschaftsbewegung", Leipzig 1893 (mit einem Vorwort von L. Brentano). Zusammmen mit ihrem Ehemann gab Beatrice Webb-Potter 1921 einen weiteren Band über die Genossenschaftsbewegung heraus. Vgl. Beatrice and Sydney Webb, The Consumers' Co-operative Movement, London 1921. Als weiteres Beispiel eine der vielen Schriften, die Webb-Potter gemeinsam mit ihrem Mann verfaßt hat: The Prevention of Destitution, London 1911 (dt. das Problem der Armut, Jena 1912).

6 Webb, Lehrjahre, wie Anm. 3, 406.

7 Vgl. Victor Adler, Konsumgenossenschaften und Produktivgenossenschaften. Debatte auf dem Parteitag 1897, in: Victor Adler, Der Parteimann. Reden und Aufsätze, gesammelt in vier Heften von Gustav Pollatschek. Mit einer Einleitung von Otto Bauer, Wien 1929, 178–189; vgl. auch: Andreas Korp, Partei, Geschäft und Genossenschaftsbewegung, in: Der Kampf, 9, 20, (1927), 429–432. Korp, ein konsumgenossenschaftlicher Funktionär, zitiert Ernst Fischer, der seine Kritik an den Konsumgenossenschaften als Teil der Arbeiterbewegung so formulierte: „Nicht (der) Aufbau einer Wirtschaftsdemokratie (sei derzeit notwendig), sondern Konzentration auf den Klassenkampf" (ebd., 431). Eine weitere Schwierigkeit bei der Politisierung des Konsums ergebe sich nach Fischer dadurch, daß „derselbe Arbeiter, der als Produzent im kapitalistischen Betrieb ein rechtloser Untertan ist und dem Diktat des Kapitals zu gehorchen hat, als Konsument souverän in den Grenzen seiner Konsumfähigkeit gebietet und von den Kapitalisten umworben wird." (ebd.) Diese Aussage möchte ich dahingehend ergänzen, daß ja gerade nicht in erster Linie der Arbeiter vom „Kapitalisten umworben" wurde, sondern seine einkaufende (Ehe-)Frau; vgl. auch: Alexander Butsch, Die Bedeutung der Konsumgenossenschaften in der Sozialdemokratischen Bewegung. Zum Verhältnis von Konsumgenossenschaften, Partei und Gewerkschaften in Österreich, Dipl. Arb., Wien 1994.

8 Renner wurde 1911 erstmals zum Obmann des Zentralverbandes der Konsumvereine Österreichs gewählt. Vgl. Anton E. Rauter, Der dritte Weg. 40 Jahre Wiedergründung des Konsumverbandes. 130 Jahre Konsum Österreich, o. O. o. J. [Wien 1986], 74.

9 Renner war selbst auch Vorstandsmitglied der Arbeiterbank.

schaftliches Zukunftsmodell repräsentierten. Die Organisationsweise der Genossenschaften[10] („Mitgliederdemokratie") ermögliche es den Konsumenten mitzuarbeiten, mitzureden, mitzubestimmen, und die eigenen Produktionsstätten verhelfen der Bewegung zur wirtschaftlichen Autonomie vom kapitalistischen Markt.[11] Emmy Freundlich,[12] konzeptive Genossenschaftspolitikerin und eine der ersten österreichischen Parlamentarierinnen[13], ist das Talent zur einfachen und einprägsamen Vorstellung dessen, was die Konsumgenossenschaften für die Arbeiterbewegung, für die Arbeiterfamilien bedeuten könnten und sollten, nicht abzusprechen:

> Die Aufgabe der politischen Organisation ist die Eroberung der Staatsmacht und damit die Eroberung der öffentlichen Verwaltung. Die Aufgabe der gewerkschaftlichen Organisation ist die Sicherung des Einkommens und der Aufbau der Mitverwaltung der kapitalistischen Betriebe durch die Betriebsräte. Die Aufgabe der genossenschaftlichen Organisation ist die Organisation des Marktes, damit die Arbeiterklasse ihre eigenen Produktionsstätten und ihre selbstverwalteten Handelsorganisationen aufbauen kann, die ihr als Mittel zur Eroberung ihrer wirtschaftlichen Verwaltungsmethoden und zum Versuch, eine demokratische Wirtschaftsorgani-

10 Renner bedauerte, daß die Konsumgenossenschaften, die ja schon durch ihr Organisationsprinzip die idealen Voraussetzungen für eine Kombination von Herstellung und Verteilung von Waren besitzen, dem Warenhausprinzip nicht zuvor gekommen waren, denn: „... bevor noch die bürgerliche Welt den Begriff der Kombination in diesem Sinne entwickelt hat, haben wir Genossenschafter die Kombination durchgeführt, allerdings von der anderen Seite her, nicht von seiten des Produzenten her, sondern von seiten des Konsumenten, wir haben den Konsumenten im Detail gesammelt und organsiert, haben ihm den Kleinverschleiß besorgt, haben für die Konsumvereine die Großeinkaufgesellschaft geschaffen, welche den Engrosverkehr bewerkstelligte, und haben noch dahinter die Eigenproduktion gestellt, so daß wir die Kombination von Eigenproduktion bis zum letzten Detailprodukt selbst in die Hand genommen haben. Wir haben also das, was die Kapitalisten jetzt von seiten der Produktion her erfinden, schon längst gemacht, wenn auch in entgegengesetzter Richtung. Wir haben hier das richtige Prinzip schon früher gehabt als die anderen, nur ist es schade, daß wir auf dem Kontinent durch die Störungen des Krieges nicht dazu gekommen sind, dieses System auch wirklich wirksam auszubauen." Karl Renner, in: Jahrbuch des Verbandes deutschösterreichischer Konsumvereine 1923–1934, Wien 1925, 39.

11 Von Sozialdemokraten und Genossenschaftern wurde die Gründung „gemeinwirtschaftlicher Anstalten als „Keimzelle sozialistischer Produktionsmittel im Körper der kapitalistischen Wirtschaftsordnung angesehen." (Allgemeines Verwaltungsarchiv Wien, Nachlaß Renner, Karton 7, und Siegmund Kaff, Die Sozialisierung der Wirtschaft durch die Genossenschaften, Wien 1919, 3f., zit. nach Franz Baltzarek, Die geschichtliche Entwicklung der Konsumgenossenschaften in Österreich, in: Anton E. Rauter Hg., Verbraucherpolitik und Wirtschaftsentwicklung, Wien 1976, 169–242, hier 210). Vgl. allgemein zur historischen Entwicklung der österreichischen Konsumgenossenschaften auch: Eva Singer-Meczes, Einkaufen in Wien 1918–1933 (I). Greißler, Konsumgenossenschaften, Warenhäuser, Dipl. Arb., Wien 1987, 86f.

12 Vgl. zum Lebens- und Arbeitszusammenhang von Emmy Freundlich den Beitrag von Beatrix Bechtel, Emmy Freundlich, in: Edith Prost Hg. unter Mitarbeit von Brigitta Wiesinger, „Die Partei hat mich nie enttäuscht ...". Österreichische Sozialdemokratinnen, Wien 1989, 89–134.

13 Vgl. zur parlamentarischen Arbeit von Emmy Freundlich Gabriella Hauch, „Vom Frauenstandpunkt aus." Frauen im Parlament 1919–1933, Wien 1995.

sation der diktatorischen Form der Kartelle und privatwirtschaftlichen Unternehmungen entgegenstellen, dienen kann.[14]

In diesem Sinn plädierte sie auch für eine viel engere Zusammenarbeit von Konsumgenossenschaften und Gewerkschaften, um „den politischen Einfluß der Arbeiterbewegung auch auf wirtschaftlichem Gebiete nach jeder Richtung hin auszunutzen."[15] Die *Großeinkaufsgesellschaft österreichischer Consumvereine* (GÖC, gegründet 1905) beteiligte sich an Sozialisierungsprojekten wie der ersten gemeinwirtschaftlichen Schuhfabrik „GEWA" (1920), der „Warenverkehrsstelle zur Deckung des Bedarfs von Stadt und Land AG" (1920), der „Wiener Fleischwerke GmbH" (1921) und der „Wiener Holz- und Kohleverkaufs-GmbH" (1922).[16]

Die Konsumgenossenschaften verstanden sich zwar primär als Konsumentenvertretung, doch ihr Engagement im Produktionsbereich transponierte und erweiterte ihren Ansatz des „organisierten Konsums" zu einem auch realiter gesellschaftspolitisch relevanten neuen Ordnungsmodell von Produktion, Distribution und Konsumtion, war also ein potentieller Gegenentwurf.[17]

Die Genossenschaften versuchten also die Konsumtion zu politisieren, d. h. die Konsumenten und Konsumentinnen über die ökonomischen Gesamtzusammenhänge von Welt- und Nationalwirtschaften aufzuklären, ihre Konsument/inn/en zu „bewußten", klassenbewußten Konsument/inn/en zu erziehen.

Der Konsumbereich korrespondiert mit der Haushaltsorganisation, und dieser Konnex spiegelt sich auch in der Organisationsstruktur der Konsumgenossenschaften in spezifischer Weise. Einerseits ging es den Konsumgenossenschaften um den Aufbau einer starken Konsumentenorganisation, d. h. konkret um die Gewinnung der Einkäufer/innen als Mitglieder und Mitarbeiter/innen, andererseits hatten sie ihr Modell des „organisierten Konsums" mit Ansprüchen und Wünschen, die von Frauen und Männern mit der Warenwelt verknüpft waren, zu vereinbaren. Das waren und sind Anliegen, die aus unterschiedlich strukturierten gesellschaftlichen Räumen kommen und unterschiedlichen Bedürfnissen entsprechen sollen.

14 Emmy Freundlich in einem Referat auf der Reichskonferenz der sozialdemokratischen Frauenorganisation. Vgl. „Die Frauen und die Genossenschaftsbewegung", in: Der freie Genossenschafter, 25, 22 (1927), 3.

15 Jahrbuch des Verbandes deutschösterreichischer Konsumvereine für das Jahr 1919 (= Protokoll über den XIV. Verbandstag des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine und den I. konstituierenden Genossenschaftstag des Verbandes deutsch-österreichischer Konsumvereine in Wien am 9. November 1919), Wien 1920, 5.

16 Vgl. dazu Baltzarek, Entwicklung, wie Anm. 11, 210f.

17 In der Zweiten Republik ging dieser Anspruch des nicht-kapitalistischen Gesamtkonzepts verloren, die Konsumgenossenschaften paßten sich den Entwicklungen des Handels an.

Einkaufen ist Politik

Voraussetzung für eine Politisierung des Konsums war die aktive Mitarbeit der Konsumentinnen. Im Zentrum der genossenschaftlichen Werbestrategien standen aber nicht Arbeiterinnen, sondern als „Hausfrauen und Mütter" bezeichnete Arbeiter-Frauen. In der konsumgenossenschaftlichen Frauenpresse – „Der Pionier", „Für unsere Hausmütter", „Der freie Genossenschafter", „Für Haushalt und Heim", „Schöner leben" – läßt sich eine Kultivierung sozialdemokratischer Hausfrauenpropaganda ungebrochen seit ihren Anfängen (1909) verfolgen. Die sprachliche Adressierung ändert sich nur dahingehend, daß aus „Hausmüttern" vor dem Ersten Weltkrieg „Hausfrauen und Mütter" danach werden. Hierbei scheint es sich um ein durchaus interessantes politisches Experiment gehandelt zu haben, waren doch „Hausfrauen und Mütter" gemeinhin bürgerlichen Parteien zugeordnet worden. Die Politisierung gewerkschaftlich nicht organisierter, in der Literatur vielfach als „indifferent" bezeichneter Frauen, sollte im genossenschaftlichen Entwurf über Haushalt, Einkauf und Familie versucht werden. Die Konzeption der konsumgenossenschaftlichen „Hausfrau und Mutter" unterschied sich von der bürgerlichen dahingehend, daß Arbeiter(haus)frauen in ihrer Funktion als Konsumentinnen zur Veränderung ökonomischer Strukturen beitragen sollten. Aufschlußreich ist, in welcher Weise „Frauen und Politik" im Jahr 1913 thematisiert wurde: „Hausfrauen! Man verweigert euch den Stimmzettel, die Einkauftasche soll und kann euer Stimmzettel sein."[18] Die Politik bestimme, wieviele Lebensmittel die Hausfrauen kaufen können, und „wenn die Politik in unsere Kochtöpfe greift und unsere Wirtschaftskasse räumt, dann müssen wir doch sagen, daß dies unsere Sache ist und daß wir auch dazu reden müssen."[19] Und die Frauen seien nicht ganz machtlos: „Wenn sie auch keinen Stimmzettel haben, so haben sie doch einen Einkaufskorb und dieser Einkaufskorb ist ihre Macht."[20] Frauen könnten ihre fehlende politische Partizipation durch ökonomischen Einfluß im Konsumbereich kompensieren, ausgleichen. Wie bereits in diesen Anfängen genossenschaftlicher Frauenpolitik geschlechtsspezifisch argumentiert wurde, zeigt folgende Schlußfolgerung: „Die Männer mußten dazu erzogen werden, daß sie ihren Stimmzettel gebrauchen lernen, die Hausfrauen müssen erzogen werden, damit sie die Waffe, den Einkaufskorb, die ihnen gegeben ward, gebrauchen können, nur dann besiegen wir die Feinde der Konsumenten."[21]

Die Genossenschaftsfunktionäre und -funktionärinnen wollten nun aber die Bedeutung der Frauen als Konsumentinnen nicht nur auf Haushalt und Familie beschränkt wissen, sprachen von „Hausmütter(n), die die Weltwirtschaft neu beleben können."[22] Mit einem Anspruch wie:

18 „Unser Stimmzettel", in: Für unsere Hausmütter, 6, 6 (1914), 1.
19 „Die Hausmutter und die Politik", in: Für unsere Hausmütter, 5, 9 (1913), 4.
20 „Unser Stimmzettel", wie Anm. 18.
21 „Unser Stimmzettel", wie Anm. 18. Als „Feinde" der Konsumvereine werden angeführt: Kleinhandelskaufleute und die Warenhäuser.
22 Der Internationale der Mütter zum Willkommen!, in: Für Haushalt und Heim, 2, 8 (1930), 1.

„Den Müttern muß die Welt gehören"[23] argumentierten die Genossenschaften ähnlich wie bürgerliche Hausfrauenvereine und Teile der Frauenbewegung dieser Jahre. Was bedeutet eine Antizipation von „Mütterlichkeit" in einer der Sozialdemokratie nahestehenden Organisation?

Partizipation

Den Konsumgenossenschaften ist eine gewisse Ambivalenz in ihrer Vorgangsweise, ihre Ansprechpartnerinnen zu gewinnen, nicht abzusprechen. Versuchten sie die Frauen einerseits zu aktiven Genossenschafterinnen zu erziehen, so unterblieb andererseits der dafür nötige zweite Schritt – Ausdehnung ihrer Mitbestimmungsrechte in der Gesamtbewegung auf allen Vereinsebenen.

Bis Anfang des 20. Jahrhunderts gab es keine Frau in den Führungsgremien (Vorstand und Aufsichtsrat) der österreichischen Konsumgenossenschaften. Emmy Freundlich war im Jahr 1912 die erste Frau im gesamtösterreichischen Vorstand.[24] Die Form der organisatorischen Einbindung von Frauen in die Konsumgenossenschaftsbewegung folgte einer durchschaubaren Logik. Die Konsumgenossenschaften basieren auf dem Mitgliedschaftsprinzip und waren als Orte der „wirtschaftlichen Demokratie" und des „organisierten Konsums" so aufgebaut, daß erst der Erwerb eines eigenen Geschäftsanteils zum Einkauf in Konsumvereinen berechtigte. Wer nun die Mitgliedschaft besaß, hatte auch Mitspracherecht, war stimmberechtigt und konnte in die Mitgliederausschüsse gewählt werden. Die offiziellen Mitglieder waren meistens Haushaltsvorstände, das waren Männer.[25] Mitgliederausschüsse[26] sollten die Kommunikation zwischen Leitung und Einkaufenden verbessern – einerseits die Interes-

23 Für Haushalt und Heim, wie Anm. 22.

24 So waren z. B. 1931 in den insgeamt 40 berichtenden Konsumgenossenschaften 455 Männer und 83 Frauen Aufsichtsratsmitglieder; der Frauenanteil in diesem Gremium betrug somit für das gesamte österreichische Bundesgebiet rund 15%. Der Aufsichtsrat der Konsumgenossenschaft Wien wies hingegen den beachtlichen Frauenanteil von 28% (11 Frauen unter 39 Personen) auf; vgl. Jahrbuch des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine 1932, Wien 1933, Anhang. Eine durchgehende Verbreiterung der weiblichen Teilhabe an den Machtstellen der Konsumgenossenschaften läßt sich auch in der Zweiten Republik nicht erkennen. Vgl. allgemein sämtliche Jahrbücher des Konsumverbandes in der Ersten und Zweiten Republik. Vgl. auch zur Illustration zwei Fotos: 1927 (Geschäftsführerkurs, 1 Frau: Freundlich) und 1946 (Bad Ischl), beide in: Andreas Vukovich, Festschrift zum 50jährigen Bestand des Konsumverbandes 1901–1951, Wien 1952, 15 u. 21.

25 Nach bürgerlichem Gesetz war der Mann der Haushaltsvorstand, und er blieb es in Österreich bis 1975 (große Familienrechtsreform).

26 Der Konsumverein „Vorwärts" war der erste Konsumverein, der Anfang des Jahrhunderts Mitgliederausschüsse einrichtete. Die Mitglieder wählten ein Komitee, das sie vertrat; in diesen Komitees waren erstmals auch Frauen vertreten. Die Mitgliederkomitees waren für die Erziehung und Werbearbeit zuständig, waren als Verbindung zwischen Basis und Führung gedacht; vgl. (Zusammengestellt von) Emmy Freundlich, Hausfrauen bauen eine Welt! Die Geschichte der nationalen und internationalen genossenschaftlichen Frauenbewegung nach nationalen Berichten, Prag o. J. [1936], 19.

sen der Einkaufenden formulieren und vertreten, andererseits den Einkaufenden die ökonomischen Rahmenbedingungen der Geschäfts- und Betriebsführung transparenter und nachvollziehbar machen.

> Wenn man aber bei uns sieht, daß in den Mitgliederausschüssen lauter Genossen, lauter Genossenschafter sitzen und dann von diesen Genossen, wenn man sie fragt, ja, warum habt ihr denn keine Frauen hineingewählt, hört, die Frauen verstehen das nicht, so müssen wir doch fragen, haben denn die Genossenschafter, die Genossen immer verstanden, was es heißt, politisch, gewerkschaftlich oder genossenschaftlich organisiert zu sein? Auch Sie haben es einmal nicht verstanden und bei uns ist es ja noch nicht solange her, daß wir zu irgendeiner Beratung zugelassen werden.[27]

Nicht zufällig dürfte auf der Internationalen Genossenschaftlichen Frauenkonferenz 1930, die von den Wiener Genossenschafterinnen veranstaltet worden war, dieses Thema heftig und kontroversiell diskutiert worden sein. Das Problem sahen die Genossenschafterinnen vor allem darin, daß viel zu wenig Frauen in den Verwaltungsapparat der Genossenschaften eingebunden waren, um allgemein bessere Erfolge in der Konsumentinnenerziehung erzielen zu können. Die Diskrepanz zwischen Stimmberechtigten und Einkaufenden müsse gesehen und verändert werden – die Einführung einer Doppelmitgliedschaft (jeder Haushalt zwei Stimmen) wurde vorgeschlagen:

> Die Tatsache, daß die Mitgliederverzeichnisse der Genossenschaften eine erdrückende Mehrheit männlicher Mitglieder aufweisen, erklärt sich einfach aus der Tatsache, daß der *Mann als offizieller Vertreter der Familie* fungiert, deren Struktur weit davon entfernt ist demokratisch zu sein, ... Dadurch wird eine widerspruchsvolle Lage geschaffen: die Frau kommt und läßt ihren Gatten in die Genossenschaft einschreiben und zahlt den Geschäftsanteil; aber es ist die Frau, die während des ganzen Jahres die Einkäufe in der Genossenschaft vollzieht – und in dem Moment, wo die *Wahlen* und die Versammmlungen der Genossenschaft stattfinden, *wird die Frau dort überhaupt nicht zugelassen* und der Mann wird das bestimmende Element in Angelegenheiten, für welche er in der Regel weder Verständnis noch auch Interesse besitzt.[28]

Andere Delegierte kritisierten die Doppelmitgliedschaft vehment, weil es doch einzig von den vorhandenen materiellen Ressourcen der Familien abhängig sei, ob sich ein Mitgliedshaushalt die Zahlung eines zweiten

---

27 Delegierte Tautscher, in: Jahrbuch des Verbandes deutschösterreichischer Konsumvereine 1923–1924, Wien 1925, 91f.

28 Die polnische Delegierte zitiert nach: Emmy Freundlich, Die unbekannte Verbraucherin. Bilder von der internationalen Frauenkonferenz, in: Arbeiterzeitung. Zentralorgan der Sozialdemokratie Österreichs, 43, 231 (22.8.1930), 3. Anzumerken bleibt, daß für die österreichische Konsumgenossenschaftsbewegung keine geschlechtsspezifisch geführten Mitgliederstatistiken vorliegen. Rückschlüsse auf die geschlechtliche Zusammensetzung von Führungsgremien und Mitgliederausschüssen erlauben in der Ersten Repubik die vom Zentralverband durchgeführten Fragebogenerhebungen.

Geschäftsanteils leisten könne.[29] Nicht nur die österreichische, auch die Internationale Genossenschaftsbewegung war also im Jahr 1930 nicht in der Lage, jenen das (Mitbe-)Stimmungsrecht zu sichern, die ihre täglichen Kundinnen waren oder werden sollten.

Basis

In den demokratiepolitischen Entscheidungsgremien der Konsumgenossenschaften waren also Frauen kaum vertreten, umso erwünschter war aber eine weiblich dominierte Basisarbeit. Konkret bedeutete das Gespräche von Frau zu Frau, Hausbesuche, das Verteilen von Werbeschriften[30] u. a. m. Die Konsumgenossenschaften setzten auf die freiwillige, unbezahlte Mitarbeit der einkaufenden Arbeiterfrauen. Es sei doch ganz offensichtlich – so die Argumentation der Genossenschaftsleitung –, daß Frauen anderen Frauen, die unbezahlt für eine Sache arbeiten, mehr (ver)trauen und abgewinnen können als entlohnten Vertreterinnen kapitalistisch geführter Unternehmen.[31] Nur wenn „die Arbeit, die im privatkapitalistischen Betrieb gegen Geld geleistet wird, durch freiwillige Arbeit" ersetzt werde, *„nur dann wird unsere Genossenschaftswirtschaft die Privatwirtschaft besiegen."*[32] An den Genossenschaftsfunktionärinnen lag es, ein Doppeltes zu bewerkstelligen: Einerseits waren die Genossenschafter selbst von der Notwendigkeit einer eigenen Frauenorganisation zu überzeugen,[33] andererseits sollten sie einkau-

29 Freundlich, Verbraucherin, wie Anm. 28. Vor allem die Vertreterin der sowjetischen Konsumgenossenschaften – Frau Butizova – verwehrte sich aus sozialen Gründen gegen die Doppelmitgliedschaft; für arme Familien sei die Bezahlung von zwei Geschäftsanteilen unmöglich.

30 Vgl. Andrea Ellmeier, Konsumentinnen. Einkaufen in Wien 1918–1938 (II). Eine Analyse konsumgenossenschaftlicher Frauen(presse)politik und bürgerlicher Frauen- und Kundenzeitschriften, Dipl. Arb., Wien 1990, 156f.

31 Die Genossenschafterinnen verweisen auf die steigende Bedeutung von Verkäuferinnen und Vertreterinnen. Die Ankerbrotfabrik beschäftige z. B. eine Frau, die bei Frauenveranstaltungen und Frauentreffen unauffällig Werbung für Ankerbrot machen soll und beim Rabattunternehmen „Globus" werden Frauen beschäftigt, die Rabattbücher vertreiben. Auch in der Firma Gerngroß in der Mariahilferstraße motivierte eine Dame in der „Hauswirtschaftlichen Beratungsstelle" Frauen zum „Kauf im Warenhaus", vgl. „Die Frauen im privaten Handel", in: Der freie Genossenschafter, Konsumgenossenschaftliches Volksblatt, 26, 5 (1928), 4.

32 „Die Frauen im privaten Handel", wie Anm. 31, (Hervorhebung im Original).

33 1912 hörte sich das so an: „... dass wir, soweit wir agitatorisch tätig sind, uns fast ausschließlich an die Männer gewendet haben. Wir sind in Österreich auf dem Standpunkt gestanden, dass es ja selbstverständlich ist, dass, wenn der Mann Mitgied eines Konsumvereins ist, die Frau dem Zwange und Befehle des Ehemannes folgen muss und in dem Konsumverein einkauft. ... Kann denn heute ein Mann jeder einzelnen Ware nachgehen, die in seinem Haushalt zur Verwendung gelangt, kann er sich immer Klarheit darüber verschaffen, ob diese Ware wirklich aus dem genossenschaftlichen Betrieb oder aus irgendeiner Greislerei kommt, die ein paar Schritte der häuslichen Wohnung weit entfernt liegt?", und: „Wir haben heute gar nichts davon, wenn wir den männlichen Teil der Bevölkerung allein für unsere genossenschaftliche Organisation und unsere genossenschaftliche Arbeit gewinnen; wir können erst dann sagen, wir sind in die Masse der Bevölkerung eingedrungen, wenn wir die Frauen für unsere Tätigkeit interessieren, die Frauen zum

fende Frauen für die Genossenschaftsarbeit motivieren. Berichte über den Aufbau und Fortschritt in der Organisierung von Konsumentinnen wurden auf den Genossenschaftstagen unter den Rubriken „Bildungswesen" bzw. „Propaganda und Presse" behandelt.[34]

Die Werbe-"Linie" der Konsumgenossenschaften zeichnete sich dadurch aus, daß sie eher von Klagen als von Angeboten handelte. Gerne wurde mit Imperativen gearbeitet:

> Die Frauen müssen nun in das Wesen des Systems eindringen, das die Genossenschaftsbewegung verkörpert, sollen sie diese ihre Pflichten erfüllen. Im allgemeinen sind die Hausfrauen, um die es sich hier vor allem handelt, durch die moderne Methode der Warenverteilung nicht erzogen, sondern falsch und gegen ihre eigenen Interessen eingestellt. Sie möchten deshalb in der Genossenschaft oft Wünsche erfüllt sehen, die ihnen nicht dienen, aber der Gesamtheit schaden. Meist fordern die unerzogenen Frauen von ihrer Konsumgenossenschaft niedrige Preise, aber trotzdem sehr hohe Rückvergütungen.[35]

Die Rede ist von Pflichten, ungehörigen Wünschen und von der „Unerzogenheit" der Frauen.[36] Eine zentrale Überlegung der zuständigen Propagandaabteilung der Genossenschaft war, daß Frauen, wenn sie nur ihren Willen, ihre Kraft einsetzten, „alle Körperschaften erobern" könnten.

> Es liegt gewiß vieles an den Männern, wenn wir nur langsam vorwärts kommen, aber es liegt viel, viel mehr an den Frauen selbst. Wir haben zu wiederholten Malen darauf hingewiesen, daß die Frauen in der Konsumgenossenschaft ihre Gewerkschaft sehen müssen und daß sie nur vor-

---

vollständigen Verständnis der genossenschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten und zur genossenschaftlichen Tätigkeit erzogen haben." Referat Emmy Freundlich, in: Jahrbuch 1912, hg. vom Sekretariat des Zentralverbandes österreichischer Konsumvereine in Wien, Wien 1913, 117–129, 118f.

34 Viele Konsumvereine waren nicht bereit, den Aufruf zur Gründung von Frauenorganisationen zur Kenntnis zu nehmen. 1913, dann noch einmal im Jahr 1923, wurden auf den Verbandstagen der österreichischen Konsumgenossenschaften Resolutionen verabschiedet, in denen alle Konsumvereinsleitungen aufgefordert wurden, in jeden Vorstand zumindest eine Frau zu wählen, die sich um den Aufbau einer Frauenorganisation kümmern sollte. Diese Resolutionen waren jedoch nicht verpflichtend. Zur Geschichte der genossenschaftlichen Frauenorganisation in Österreich vgl. Ellmeier, Konsumentinnen, wie Anm. 30, 95–112. Das Vorbild aller Genossenschaftlichen Frauenorganisationen war die britische Frauengilde, gegründet bereits im Jahr 1883, die im Unterschied zu den meisten kontinentalen genossenschaftlichen Frauenorganisationen autonom agieren konnte, eigene Mitgliedsbeiträge einhob und sich sehr stark in der Frauenstimmrechtsbewegung engagierte, für eine bessere Sozialgesetzgebung kämpfte etc. Vgl. dazu Jean Gaffin u. David Thomas, Caring and Sharing. The Centenary History of the Co-operative Women's Guild, London 1983. 1921 wurde in Basel die erste internationale genossenschaftliche Frauenkonferenz abgehalten, deren erste Präsidentin Emmy Freundlich wurde; vgl. Emmy Freundlich, Frauen in der internationalen Genossenschaftsbewegung. Enthält die einzige gedruckte Ausgabe des Berichts der 1. Internationalen genossenschaftlichen Frauen-Konferenz in Basel 1921, Gera 1922.

35 Freundlich, Hausfrauen, wie Anm. 26, 14.

36 Vgl. dazu eine sehr ähnliche Argumentationsweise in der französischen Genossenschaftsbewegung: Ellen Furlough, Consumer Cooperation in France. The Politics of Consumption, 1834–1930, Ithaca/London 1991.

wärts kommen können, wenn sie, so wie der Mann, diese Gewerkschaft zum Mittelpunkt ihres häuslichen Daseins machen. Man kann nicht sagen, daß die österreichische Bewegung den Frauen nicht freie Bahn gibt. Wir können mitarbeiten, wir können alle Körperschaften erobern, *wenn wir Frauen wollen*.[37]

Das in der genossenschaftlichen Politik praktizierte geschlechterpolitische Zuständigkeitssystem ist aus mehreren Gründen interessant: Zum einen wandten sich viele Um- und An-Werbungen wie z. B. Kochvorträge, Filmvorführungen, Hausfrauenwochen, Hausfrauenplauderstunden, GÖC-Revuen, genossenschaftliche Theaterstücke[38] ausschließlich an Frauen und verhinderten daher bereits im Ansatz die Einbeziehung der Männer/Väter in einen Bereich, der direkt mit dem Haushalt, der Hauswirtschaft, dem Privaten verknüpft ist. Hier zeigt sich ein zentrales Moment der Reproduktionspolitik der Genossenschaften. Zu fragen bleibt nach Voraus- wie auch Zielsetzungen. Mit dem Slogan „Die Konsumgenossenschaft ist die Gewerkschaft der Hausfrauen" verwies Emmy Freundlich alle Frauen zur politischen Betätigung in die Genossenschaft und überließ – zwar unausgesprochen – die „wirklichen" Gewerkschaften den Männern.[39] Die führenden Genossenschafterinnen unternahmen wenig Anstrengungen, die totale Zuweisung von Haushalt und Familie an die Frauen zurückzuweisen. Vielmehr schienen sie diese Zuordnung der Haus-, Heim- und Beziehungsarbeit an die Arbeiterfrauen zu unterstützen, ja zu fördern.

Die von einem deutschen Genossenschafter 1925 auf dem Verbandstag präsentierten neuen Werbemethoden, nicht zuletzt eine Reaktion auf die im privaten Handel intensivierte Reklame, geben eine Vorstellung der Art und Weise genossenschaftlicher Konsumentinnen(gewinnungs)politik.

Wir können natürlich an die Frauen nicht mit tiefgründigen theoretischen Wirtschaftserörterungen herankommen, sondern wir müssen das Weib so,

37 Der freie Genossenschafter, 24, 17 (1926), 2 (Hervorhebung, A. E.)

38 Vgl. ausführliche Darstellungen der genossenschaftlichen Werbung bei Ellmeier, Konsumentinnen, wie Anm. 30, 119–175. Die Hausfrauenwochen wurden z. B. in der Stafa („das genossenschaftliche Warenhaus der Ersten Republik") abgehalten. Zur Illustration noch zum Ablauf der Hausfrauenwochen: Ein genossenschaftlicher oder ein hauswirtschaftlicher Vortrag, kleine Modenschau, dann eine Kindervorführung. Dazu gab es Kaffee und Kipferl und das alles um 40 Groschen – „war demnach wesentlich billiger als ein Kino", Jahrbuch des Zentralverbandes der Konsumvereine 1932, Wien 1933, 32.

39 Zahlen über die Mitgliedschaft von Frauen in den Gewerkschaften und dazu Relationszahlen über die Mitgliedschaft von Frauen in den Konsumgenossenschaften: Frauen in Gewerkschaften (Österreich): 1928: 167.469. Der Frauenanteil an den Mitgliedschaften der Konsumgenossenschaften ist nicht eruierbar, es gibt keine geschlechtsspezifisch geführte Statistik. 1928 hatten die Konsumgenossenschaften in Österreich 255.614, in Wien 60.550 Mitglieder. Andererseits kann Freundlich damit auch gemeint haben, daß sich Frauen noch nicht in gemeinsam mit Männern geführten Interessenvertretungen durchgesetzen können, weil es ihnen noch an der nötigen politischen Erfahrung fehle, oder Freundlich wollte damit ausdrücken, daß ihrer Meinung nach, Frauen eigene, starke Interessenvertretungen aufbauen sollten, die dann auch von den Männern nicht mehr ignoriert werden könnten.

> wie es ist, packen, mit Äußerlichkeiten, man muß dem Charakter der Frauen Rechnung tragen und muß ihnen auf diesem Gebiet entgegen kommen. Wir veranstalten daher Unterhaltungsabende. Bei diesen Abenden gibt es natürlich auch Kaffee und Kuchen, es werden kleine Vorträge gehalten, die nicht zu langatmig sein und hintereinander kommen dürfen, es gibt dann Unterhaltung, ein Gesangsverein singt ein Lied, ... es wird dann ein Film eingeschaltet, der unsere Genossenschaftsbetriebe zeigt.[40]

Diese Aufgabe fiel naheliegerweise wieder in den Zuständigkeitsbereich der genossenschaftlichen Frauenorganisation, die ihre Aktivitäten auch in Wort und Bild in der konsumgenossenschaftlichen Frauenpresse dokumentierte. Die genossenschaftlichen Werbemethoden können als Formen der Disziplinierung von Frauen gelesen werden. Die unbedingte Festschreibung ihres Status' als Hausfrau und Mutter und die Politisierung dieses Status' ist die Grundlinie, an der entlang die neue Gesellschaft entstehen hätte sollen – *also eine neue Gesellschaft mit alter Rollenverteilung.*

Kontext

Was bedeutet es nun, wenn eine sozialdemokratische Organisation an der Verbreitung hauswirtschaftlicher Kenntnisse interessiert war, sie selbst unterrichtete? Die Genossenschafterinnen handelten nach einem Modell, bei dem davon ausgegangen wurde, daß Frauen schwer politisierbar seien. Ihr Projekt war eine Gratwanderung. Sich dezidiert als Hausfrauenorganisation zu bezeichnen, war in sozialdemokratischen Diskursen selten und führte auch zu Unstimmigkeiten mit anderen Sozialdemokratinnen, die sich mit diesen „spezifisch weiblichen" Werbemethoden nicht recht anfreunden wollten und von ihren „hervorragenden Wirkungen" auch keineswegs überzeugt waren. Nicht alle gutierten Nähkurse, Hausfrauennachmittage, Modeschauen etc. Käthe Leichter, Gewerkschafterin und Leiterin der Frauenabteilung in der Arbeiterkammer, gehörte zu den Kritikerinnen.

> Lange hat man bei uns gemeint, daß die Frauen vor eigentlicher Parteipolitik, vor politischem Radikalismus, insbesondere zurückschrecken", daß man mit unpolitischen Mitteln an sie heran muß. Und nun zeigt sich, daß eine so offen mit Parteipolitik, so radikal, wenn auch scheinradikal arbeitende Gruppe, wie die Nationalsozialisten ... mit einem Schlag in Wien fast 104.000 Frauenstimmen erhält. Ihre Massenagitation, ihren gefährlichen politischen Schlagwörtern gegenüber sollten wir unsere Hauptagitation auf gemütliche Frauenveranstaltungen mit Kochrezepten und Haushaltsratschlägen verlegen?[41]

Leichter meinte, daß sich die sozialdemokratische Partei vielmehr um jene erwerbstätige Frauen kümmern sollte, die noch immer nicht

40 Delegierter Büchlein, in: Jahrbuch des Verbandes deutschösterreichischer Konsumvereine 1923–1924, Wien 1925, 90.
41 Die Frau, 41, 9 (1932), 13.

gewerkschaftlich organisiert waren.[42] Emmy Freundlich, Vorsitzende der genossenschaftlichen Frauenorganisation, war da anderer Meinung – sie benützte in ihrer jahrzehntelangen und sehr engagierten Werbearbeit, den genossenschaftlichen Schriften[43], viele sogenannter „weiblicher, frauenspezifischer Strategien",[44] um Arbeiter"haus"frauen in ihr „eigenes Geschäft" zu holen.

In diesem breiten Spektrum an Agitationsformen bewegten sich die sozialdemokratischen Politisierungsstrategien für Frauen, die seit ihrer politischen Partizipationserlaubnis ein von vielen Parteien umworbenes und zu aktivierendes Wählerinnenpotenial geworden waren. Diese Organisierung von Frauen orientierte sich gleichwohl immer an den Strukturen von Gewerkschaften bzw. Genossenschaften bzw. Partei. Dadurch aber blieben auch die Ideen und Argumentationen der Gewerkschafts- und Genossenschaftsfunktionärinnen an das „Emanzipations"-Konzept der jeweiligen Bewegung gebunden.

Ein geschlechtsspezifisch interpretierter Einsatz von Frauen war integraler Bestandteil der genossenschaftlichen Organisation und ihrer Konsument/inn/enpolitik.[45] Der Appell an die „Hausfrauen", wie er auch in Emmy Freundlichs Broschüre „Die Macht der Hausfrau. Ein Aufruf an die Hausfrauen" aus dem Jahr 1927 enthalten ist, macht das Dilemma der hier am Reproduktionsbereich orientierten Sozialdemokratie sichtbar. Er zeigt, daß die Sozialdemokratie keineswegs lineare Argumentationsstränge verfolgte, sondern daß die Sphäre des politi-

---

42 Leichter argumentiert mit Zahlen: „Am 31.12.1931 gab es in den Wiener Betrieben der Industrie, des Handels und des Verkehrs Beschäftigte ...: Arbeiterinnen: 141.550, davon politisch organisiert: 43.562; weibliche Angestellte: 58.272, davon politisch organisiert: 13.745", Käthe Leichter, in: Die Frau, 41, 9 (1932), 13.

43 Z. B. Emmy Freundlich, Die Hausfrau, der Einkaufskorb und der Konsumverein, Wien 1922; dies., Die Internationale der Genossenschaften, Wien 1930; dies., Wege zur Gemeinwirtschaft, Jena 1928.

44 Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, daß die politische Frauenorganisation der Sozialdemokratie mit den Genossenschafterinnen zusammenarbeitete; ein gewähltes Frauenkomitee, das die Direktion des genossenschaftlichen Warenhauses Stafa bei ihrer Auswahl von hauswirtschaftlichen Geräten beriet, bestand z. B. aus je zwei Vertreterinnen der politischen (sozialdemokratischen) Frauenorganisation und aus zwei Genossenschafterinnen; vgl. Der freie Genossenschafter, 25, 21 (1927), 5.

45 Zur Relativität von Zeit sei hier ein Zitat aus den 1980er Jahren angeführt, das wiederholt, was seit 1912 immer wieder postuliert wurde. Der Verbandssekretär Anton E. Rauter spricht (wahrscheinlich 1987) auf einem Treffen der genossenschaftlichen Frauenorganisation: „Es ist auf Dauer nicht einzusehen, daß die Mehrheit der Frauen im Konsum noch immer in der Basis und nur eine Minderheit in den Führungsgremien vertreten ist. (14 der rund 50 Aufsichtsräte des Konsum Österreich waren Frauen). Aber durch aktive Chancengleichheit und dank gezielter Förderung von Frauen, ... sollte es gelingen, ihnen endlich den gebührenden Platz in der Bewegung einzuräumen." Anton R. Rauter, Die Bedeutung der Frau in der Genossenschaftsbewegung – Ohne genossenschaftliche Frauenorganisation keine gesichterte Zukunft!, Manuskript, 19. Vgl. weiter eine sehr prägnante Aussage von Rauter über die Genossenschafterinnen: „Es gehört zur Tradition und zum Wesen der österreichischen Konsumgenossenschaftsbewegung, daß unsere Funktionärinnen ihre Arbeit für unsere gemeinsame Organisation ohne großes Aufsehen, still und bescheiden leisten"; ebd., 18. Ende der 80er Jahre hatte der Konsum Österreich ungefähr 3500 Funktionärinnen; vgl. ebd. 29; und im Jahr 1991 wurde die Genossenschaftliche Frauenorganisation aufgelöst.

schen Umfelds Vokabular und Inhalte bestimmt. In keinem anderen Zusammenhang als dem von Frauen, Reproduktion, Familie, etc. wäre es sozialistischen Funktionären und Fuktionärinnen eingefallen, ungebrochen und kontinuierlich von „Hausfrauen" zu sprechen. Während Gewerkschaften und Partei daran festhielten, daß nur die Berufstätigkeit die Frauen befreien könne, verwandelten sich alle Arbeiterfrauen – ob erwerbstätig oder nicht – im Konsumverein beim Kaufen der wenigen Grundnahrungsmittel, die sie sich leisten konnten, zu „Hausfrauen". – Die konsumgenossenschaftliche Frauenpropaganda als Instrument, den Arbeiterfrauen Hausfrauenanforderungen bzw. Haushaltsstandards, die bislang in der Arbeiterschaft aus vielen Gründen nicht gepflegt wurden (werden konnten), durchzusetzen bzw. zu forcieren?

> Ich habe mir in den letzten Jahren alle Frauenorganisationen Europas angesehen, um festzustellen, was man machen könnte, um der Arbeit der Hausfrau eine ähnliche Institution zu schaffen, wie es eine Gewerkschaft ist. Dabei müssen wir erkennen: Die Hausfrauen kann man nicht gewerkschaftlich organisieren – denn gegen wen sollten sie denn Lohnkämpfe führen? Sie haben keinen Lohn. Sie könnten keine Gewerkschaft haben, denn um welche sozialpolitischen Gesetze sollten sie kämpfen? Der Achtstundentag für die Hausfrau ist leider noch lange eine Utopie und kein Gesetz könnte ihn einführen. (lebhafte Zustimmung) Aber je mehr wir darüber nachdenken werden, um so mehr werden wir zur Erkenntnis kommen, die Grundlage unserer Hausfrauenorganisation ist der Konsumverein.[46]

Hier werden zentrale Argumentationslinien konsumgenossenschaftlicher Frauenpolitik noch einmal zusammengeführt und im gewerkschaftlichen Vergleich inszeniert. Der Konsumverein wird zum „verläßlichen Freund" der Arbeiterhausfrauen erklärt, der sie aus ihrer gesellschaftlichen Isolation holen könne. In welcher Weise nun ein personifizierter Konsumverein („unser Freund") die im Haushalt abwesenden Männer symbolisieren mag, sei weiteren, vor allem sprachanalytischen Untersuchungen vorbehalten.

These 1: Konsumgenossenschaften und Partei

Die Konsumgenossenschaften waren innerhalb der österreichischen Arbeiterbewegung (resp. der österreichischen Sozialdemokratie) umstritten. In der Form dieser Beziehung (oder Entziehung?) lassen sich Anhaltspunkte für das Scheitern des genossenschaftlichen Konzeptes finden. Die auffällige Vernachlässigung und Nachrangigkeit der Konsumgenossenschaften in der österreichischen Sozialdemokratie führte mich zur Frage, ob dies nicht mit dem Aufgabengebiet der Konsumvereine zusammen hängen könnte. Die Tatsache nämlich, daß die Konsumgenossenschaften auf eine traditionell wenig politisierte „Gruppe", auf Frauen als Einkäuferinnen, angewiesen waren,

46 Referat Emmy Freundlich, in: Protokoll der genossenschaftlichen Frauenkonferenz. Abgehalten in Wien am 23. Juni 1928, Wien 1928, 16.

und das Einkaufen einen Teil der täglich von Frauen zu verrichtenden Hausarbeit darstellt, verweist auf die Verknüpfung dieser Arbeiterbewegungsorganisation mit der Organisation des Privaten. Die Genossenschaftsbewegung war also etwa im Unterschied zu den erwerbsarbeitsorientierten Gewerkschaften ein Teil der Arbeiterbewegung, der sich grundsätzlich auf den Reproduktionsbereich bezog.

Meine These ist nun, daß sich diese offensichtliche Verbindung von Öffentlichem und Privatem nicht positiv auf die parteipolitische Akzeptanz der Konsumgenossenschaften ausgewirkt hat. Die Drei-Säulen-Theorie (Partei-Gewerkschaft-Genossenschaften) – von den österreichischen Sozialdemokraten 1909 formuliert (Karl Renner) und (am Papier) akzeptiert – blieb ein theoretisches Konstrukt, eine theoretische Trinität (Dreieinigkeit). Karl Renner beschrieb den Stellenwert der Genossenschaften in der Hierarchie der Arbeiterbewegung folgendermaßen: „... erst kommt die Partei, dann kommt eine Weile nichts, dann kommen die Gewerkschaften, dann kommt lange nichts und dann erst kommen die Genossenschaften."[47]

Politisch relevant und „Säulen der Arbeiterbewegung" waren „Partei" und „Gewerkschaften"; die Konsumgenossenschaften waren nicht die „dritte Säule", sondern hatten ihren Platz neben den vielen anderen Arbeitervereinen in einer äußerst weit und breit gestreuten Arbeiter(kultur)bewegung.

These 2: Partizipation

Das Projekt der Konsumgenossenschaften hatte zum Ziel, in ihrer Organisation unterschiedliche Ebenen – Produktion und Konsumtion – zu verknüpfen und für die Arbeiterbewegung nutzbar zu machen: Verbilligung der Waren für die Mitglieder, unbezahlte Mitarbeit von Mitgliedern, Aufbau und Ausbau eigener Produktionsstätten, Erziehung der Mitglieder zur Sparsamkeit, zum Haushalten (keine Borgwirtschaft, kein „Anschreiben lassen"), Bildung einer starken Arbeiterkonsumentenlobby, etc. Die Konsumgenossenschaften konnten aber ihre Klientel, die einkaufenden (Arbeiter-)Frauen, nicht in ausreichendem Maß erreichen und für sich gewinnen. Das hatte viele Gründe. Die relativ späte und dann auch noch halbherzige Integration von Wünschen und Anregungen der Kundinnen, aber auch die zu späte Integration von Genossenschafterinnen in die Führungsgremien der Konsumgenossenschaftsbewegung trugen wesentlich dazu bei, daß es den Konsumgenossenschaften nicht gelang, ein strategischer Ort des Machtzuwachses für Frauen zu werden.

47 Referat des Verbandsobmannes Karl Renner, in: Jahrbuch des Verbandes deutsch-österreichischer Konsumvereine 1923–1924, Wien 1925, 43.

These 3: Zur Konstruktion der „Konsumentin"

Die einkaufenden Arbeiterfrauen wurden von den Werbeproponenten und -konzeptoren der Konsumvereine als Hausfrauen, „Familienmütter" angesehen und auch so behandelt: verantwortlich für die Versorgung von Männern und Kindern. Das galt für erwerbstätige Arbeiterfrauen wie für Arbeiterhausfrauen. Die Auswirkungen, die eine solche Herangehensweise auf Werbe- und Realisierungskonzepte der Konsumgenossenschaften und in weiterer Folge auf die Interpretation des Frauen-Bildes der Sozialdemokratie hatte, kann am Beispiel der hausfrauen- und „hausmütter"spezifischen Veranstaltungen gezeigt werden. Die Konsumgenossenschaften bezeichneten sich als „Gewerkschaften der Hausfrauen" und waren die erste und einzige deklarierte „Hausfrauenorganisation" der Sozialdemokratie.

Der Versuch an das „konservative" Potential „Hausfrauen" heranzukommen, hatte aber auch seinen Preis: Oft kann zwischen einer genossenschaftlichen und einer deklariert hauswirtschaftlichen Veranstaltung nicht mehr unterschieden werden. Die bürgerliche Mütterideologie, die den Handlungsradius von Frauen entscheidend einengt und begrenzt, wurde von den Konsumgenossenschaften gewissermaßen adaptiert und mit sozialistischen Vorzeichen versehen: Die einkaufenden Arbeiter-Frauen sind nicht einfach Mütter, sie werden „Weltmütter" („die Internationale der Mütter"), die mit ihrem Einkauf in den Arbeiterkonsumvereinen bei der Veränderung der Weltwirtschaft entscheidend mithelfen und ihren Beitrag für die Zukunft einer Klasse leisten können.

Die Politik der Konsumgenossenschaften beeinflußte nicht unwesentlich den Prozeß der „Hausfrauisierung" von Arbeiterfrauen. Durch Erziehungsstil, Werbemethodik, Sprache und „Stilisierung" der „(Haus-)Mütterlichkeit" unterstützten sie die Entwicklung der Arbeiterfrauen zu engagierten, umsichtigen und perfekten Hausfrauen und Müttern. Freilich waren viele Arbeiterfamilien gerade in Zeiten materieller Not und hoher Arbeitslosigkeit auf hauswirtschaftliches Wissen geradezu angewiesen, um aus dem Wenigen mehr zu machen. Das geringe Interesse der Partei für sogenannte Fraueninteressen wirkte sich in den Konsumgenossenschaften besonders aus: In der gesamten sozialdemokratischen [(Re-)Produktions-]Politik wurde nicht – wie es theoretisch erwartet werden hätte müssen – die wirtschaftliche Emanzipation von Frauen – trotz solcher Bekenntnisse – verfolgt, sondern die wirtschaftliche „Emanzipation der Familie", der proletarischen Familie.