

## Rationalisierung als Daueraufgabe Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel im 20. Jahrhundert

von Uwe Spiekermann

Es ist ein gefährliches Unterfangen, sich mit der Geschichte des deutschen Lebensmitteleinzelhandels<sup>1</sup> zu befassen. Die wenigen vorliegenden Arbeiten beschreiben zwar voller Überzeugung die großen Entwicklungslinien, versagen aber völlig, erwartet man denn präzise Daten oder aber nur eine klare Chronologie.<sup>2</sup> Um dem zumindest ansatzweise abzuhelfen, will die vorliegende Studie versuchen, die innere Struktur des deutschen Lebensmitteleinzelhandels im 20. Jahrhundert näher zu beleuchten. Da Betriebs- und Umsatzzielfern alleine wenig aussagen, wird den Veränderungen des Geschäftsraumes und der Sortimente besondere Beachtung geschenkt werden. Das heterogene, bislang meist unbearbeitete Material ist auf das Problem der inneren Rationalisierung dieses Wirtschaftssektors hin angeordnet. Denn die Rationalisierung des Vertriebs war die entscheidende Aufgabe, die im Sinne einer preiswerten und kontinuierlichen Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln gelöst werden mußte.

### 1. Die Formationsphase des modernen Lebensmitteleinzelhandels

Diese Aufgabe stellte sich schon in der Zeit des Deutschen Kaiserreichs, die für die folgenden Untersuchungen den historischen Hintergrund bildet. Sie war die eigentliche Formationsphase eines modernen, d.h. einer industriellen Marktgemeinschaft angepaßten Distributionssystems, dessen Hauptcharakteristika thesenhaft verkürzt die folgenden waren:<sup>3</sup>

1. Der Lebensmitteleinzelhandel wuchs in einem weit über das Bevölkerungswachstum hinausgehendem Maße und erreichte 1914 eine später nie wieder erreichte Zahl von Betrieben (Tab. 1). Die durchschnittliche Zahl der Be-

---

<sup>1</sup> Lebensmitteleinzelhandel wird hier im institutionellen Sinne verstanden, Handwerks- und Fabrikhandel werden daher nicht behandelt.

<sup>2</sup> Beispiele hierfür sind etwa GARTMAYR, 1964; BERKOVEN, 1987; zuletzt DENKE/SHAW, 1992; SHAW, 1992. Ausnahmen bilden GILLATELY, 1975 bzw. JASPER, 1977.

<sup>3</sup> Eine detaillierte Darstellung enthält die Dissertation des Verfassers "Geschichte des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850-1914", München 1997 (I.V.).

schäftigten pro Betrieb lag lediglich bei 1,6 Personen, war aber seit 1875 stetig gewachsen.

Tab. 1: Betriebe und Beschäftigte im Lebensmittelhandel 1875-1914<sup>4</sup>

Jahr	1875	1882	1895	1907	1914
Betriebe	191.338	241.150	317.381	486.183	583.981
Beschäftigte	223.481	286.209	485.917	780.188	951.854
Beschäftigte/Betrieb	1,17	1,19	1,53	1,60	1,63

2. Das betriebliche Wachstum ging einher mit einem deutlichen Formwandel des Lebensmittel Einzelhandels.<sup>5</sup> Während die Bedeutung der Direktversorgung durch Wochenmärkte, Höker und Hausierer insbesondere in den Großstädten zunehmend schwand<sup>6</sup>, setzte sich der Laden als dominante Form des Kleinhandels durch. Diese Entwicklung war regional äußerst unterschiedlich, begann im zweiten Drittel des 19. Jahrhunderts und dürfte in den Großstädten um 1880/1890 abgeschlossen gewesen sein. Vor diesem Hintergrund scheiterten auch Versuche, den Lebensmittel Kleinhandel in Markthallen zu konzentrieren.<sup>7</sup> Eine Gegenbewegung und neue Betriebsform der besonderen Art bildete demgegenüber der teilweise sehr bedeutsame Straßenhandel von ambulanten Verkaufsständen.

3. Die schwindende Bedeutung direkter Kontakte zwischen Käufern und Produzenten resultierte auch aus einem deutlichen Wandel der verkauften Waren. Neben Landesprodukte und die von den Krämern bevorzugt abgesetzten Kolonialwaren traten als dritte Gruppe industriell bearbeitete bzw. produzierte Lebensmittel.<sup>8</sup> Zuerst waren dies Halbfabrikate, etwa Teigwaren, Präserven und Konserven, seit Anfang der 1890er Jahre in zunehmendem Maße auch Markenartikel. Sie gewannen rasch an Bedeutung: Kurz vor dem Ersten Weltkrieg lag ihr Umsatzanteil im Kolonialwarenhandel schon bei ca. einem Viertel und stieg in der Weimarer Republik nochmals an (Abb. 1).

4. Betriebszahlung, 1930, H. 3, 11; REITHINGER, 1929, 340. Die Zahlen für 1914 wurden vom Statistischen Reichsamt geschätzt. Alle Angaben beziehen sich auf technische Einheiten. Die Daten umfassen den Handel mit landwirtschaftlichen und verwandten Produkten, Kolonialwaren, Lebensmitteln und Getränken, ferner den Tabakhandel. Nicht eingerechnet werden konnten 1875 die Konsumvereine.

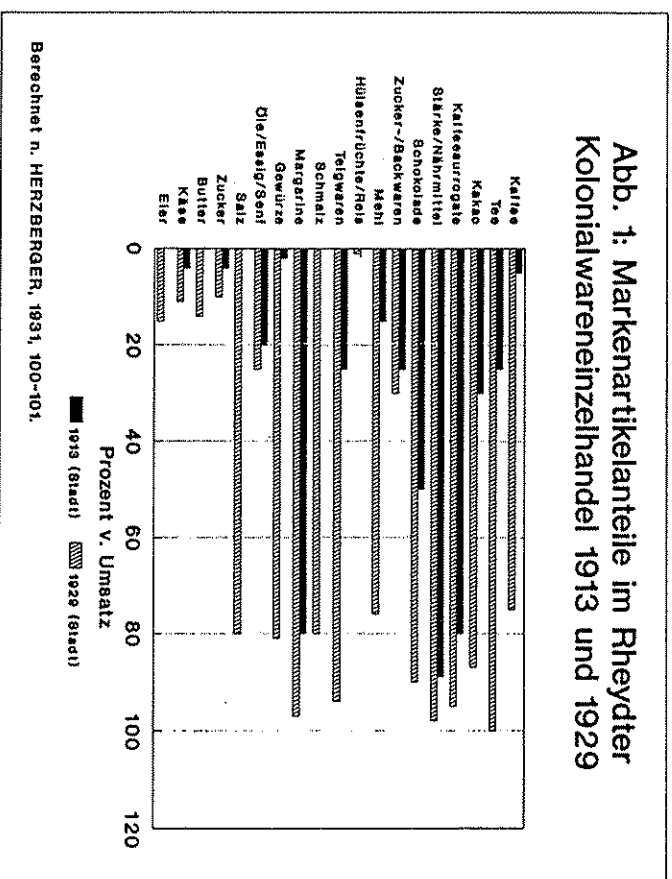
5 Dieser Zug zum Laden begann schon in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, vgl. SPIEKERMANN, 1993.

6 Vgl. HASSE, 1892, 101-102.

7 Vgl. HASSE, 1900; WEIGEL, 1927.

8 Vgl. EMMINGHAUS, 1869, v.a. 10-11.

Abb. 1: Markenartikelanteile im Rheydter Kolonialwareneinzelhandel 1913 und 1929



4. Dieses erweiterte Warenfeld bildete neben den insgesamt wachsenden Real Einkommen und der zunehmenden Größe der städtischen Märkte die Grundlage einer Spezialisierung, durch die erst ein eigenständiger Lebensmittelhandel entstand. Innerhalb des wachsenden Angebotes gab es eine Reihe weiterer Spezialisierungen um einzelne Waren bzw. Warengruppen: Neben den Kolonialwarenhändler bzw. Krämer traten v.a. Milch-, Fettwaren- (Butter, Eier, Käse), Grünwaren-, Obst-, Brot-, Delikatessen-, Tabak-, Wein- und Spiritosengeschäfte - um nur die wichtigsten zu nennen. 1907 umfaßte die Gliederung der amtlichen Statistik nicht weniger als 279 mögliche Branchen des Lebensmittelhandels, 1875 waren es erst 148 gewesen.<sup>9</sup> Wie sehr sich der Lebensmitteleinzelhandel faktisch änderte, wie sehr zugleich seine Bedeutung innerhalb des gesamten Einzelhandels wuchs, mögen einige Zahlen aus Hamburg verdeutlichen (Tab. 2).

Verlässliche Sortimentsauswertungen existieren nicht, Informationen aus Anschreibebüchern verdeutlichen jedoch, daß zumindest die Krämerläden ein

<sup>9</sup> Betriebsstatistik, 1909, 83\*-85\*; Ergebnisse, 1879, 36-40.

breitgefächertes, allerdings nicht sonderlich tiefes Warenangebot aufwiesen.<sup>10</sup> Insgesamt dürfte sich deren Sortiment spätestens seit den 1880er Jahren deutlich verbreitert haben, während der mangelnden Tiefe durch die allgemeine Spezialisierung begegnet wurde.

Tab. 2: Branchendifferenzierung im Hamburger Lebensmittel Einzelhandel 1800-1913<sup>11</sup>

	1800 (Abs.) (%)	1842 (Abs.) (%)	1913 (Abs.) (%)
Handel mit			
Landwirtschaftl. Produkten	104 (5,4)	282 (8,5)	4.453 (22,8)
Kolonialwaren	263 (13,7)	369 (11,8)	1.488 (7,6)
Delikatessenhandel	22 (1,2)	26 (0,8)	741 (3,8)
Bier	-	1 (0,0)	16 (0,1)
Wein- u. Spirituosen	205 (10,7)	247 (7,4)	280 (1,4)
Zuckerwaren	2 (0,1)	1 (0,0)	233 (1,2)
Back- und Brotwaren	4 (0,2)	-	1.820 (9,3)
Fleisch- u. Fleischwaren	29 (1,5)	45 (1,4)	29 (0,1)
Fisch	4 (0,2)	7 (0,2)	200 (1,0)
Tabak	56 (2,9)	92 (2,8)	2.062 (10,6)
Gesamt	689 (35,9)	1.070 (32,1)	11.322 (58,0)

5. Trotz dieser an sich bemerkenswerten Veränderungen waren die kleinen Nachbarschaftsläden seit der Mitte des 19. Jahrhunderts einer steten Kritik durch Konsumenten und Wissenschaft ausgesetzt: Neben mangelhafter Lebensmittelhygiene v.a. im Verkehr mit Backwerk, Fleisch und Milch wurde dem Einzelhandel eine wesentlich vertuernde Wirkung zugeschrieben. Aus dem Einzelhandel eine wesentliche Klagen sicher statt zu geben: Kleinbetriebliche Struktur, minimale Eigenkapitalausstattung, keine geregelte Buchführung, hohe Außenstände, da Barzahlung unüblich war, hoher Arbeitszeitaufwand durch tägliche Öffnungszeiten von weit über zwölf Stunden, geringe Kühl-, Lager- und Verkaufsflächen - dies waren Kennzeichen der Mehrzahl der Lebensmittelbetriebe. Aber man muß auch das eigentlich Neue dieser Läden sehen, muß deren ca. 100jährige Dominanz im deutschen Lebensmittelhandel erst einmal erklären, ehe man denn den Stab über sie bricht. Die Mehrzahl der Lebensmittelärschungen erfolgte jedenfalls seitens der landwirtschaftlichen oder gewerblichen Produktion und eine 1888 vom Verein für Socialpolitik durchgeführte, breit angelegte Enquete kam zu dem Schluß, daß die Ko-

<sup>10</sup> HINRICHSSEN, 1992, 592-593.

<sup>11</sup> Die Daten basieren auf EDV-gestützten Auswertungen der entsprechenden Hamburger Adreßbücher durch den Verfasser. Die Prozentangaben beziehen sich auf den jeweiligen Anteil am gesamten Einzelhandel.

sten im Einzelhandel zwar hoch seien, sie jedoch - von Ausnahmen bei den Kleinstgeschäften abgesehen - in angemessenem Verhältnis zur Arbeitseistung stehen würden.<sup>12</sup>

6. Die immensen Rationalisierungsmöglichkeiten wurden in offensiver Weise von den sogenannten "neuen" Betriebsformen genutzt. Warenhäuser, Konsumgenossenschaften und Massenfliabetriebe hatten für den Lebensmittelsektor größere Bedeutung und in vieler Hinsicht vorbildhaften Charakter.<sup>13</sup>

a) Warenhäuser gab es im Deutschen Reich erst seit Anfang der 1890er Jahre.<sup>14</sup> Auch wenn ihr Schwerpunkt immer auf Textilien lag, gingen seit 1892 einzelne Warenhäuser dazu über, auch Lebensmittel zu verkaufen. Diese wurden als Konkurrenzartikel eingesetzt, d.h. fast zu Selbstkosten verkauft, um so die allgemeine Preiswürdigkeit des Betriebes zu dokumentieren. Die Warenhäuser schufen Preisdruck durch Mischkalkulation, Rationalisierungsdruck durch Einkaufsmacht und Normierung bzw. Typisierung der Waren sowie einen starken Innovationsdruck mittels neuartiger Produkte, etwa Gemüsekonserven und Tomaten.<sup>15</sup> Zugleich banden sie Grundnahrungsmittel und Delikatessen in ein Verkaufserlebnis ein, förderten dieses noch durch die Verlagerung ihrer Lebensmittelteilungen bzw. Speiseeinrichtungen in die oberen Stockwerke ihrer Verkaufspaläste.<sup>16</sup> Obwohl Feindbild waren die Warenhäuser betrieblich wie werbetechnisch zugleich auch Vorbild des mittelständischen Lebensmitteleinzelhandels. Ihre absolute Bedeutung darf trotzdem nicht überschätzt werden: Nur ca. 0,25% des gesamten Lebensmittelumsätze lagen 1913 in ihren Händen.<sup>17</sup>

b) Größere Bedeutung erlangten die Konsumgenossenschaften, deren Anfänge in den frühen 1850er Jahren lagen, deren eigentlicher Aufstieg jedoch erst seit der Mitte der 1880er Jahre begann (Abb. 2).

<sup>12</sup> CONRAD, 1889, ging von einer durchschnittlichen Bruttohandelsspanne von 20% aus.

<sup>13</sup> Das Lebensmittelversandgeschäft war lediglich in einigen Branchen wichtig. Größere Umsätze gab es seit den 1870er Jahren bei Kaffee und Zigarren (Hamburg, Bremen, Leipzig) und seit etwa 1890 bei Butter (Schleswig-Holstein). Vgl. hierzu NIESCHLAG, 1936, 10-12. Der Automatenhandel, der seit den späten 1880er Jahren aufkam, erreichte nur bei Süßwaren nennenswerte Umsätze. S. hierzu SUHR, 1937.

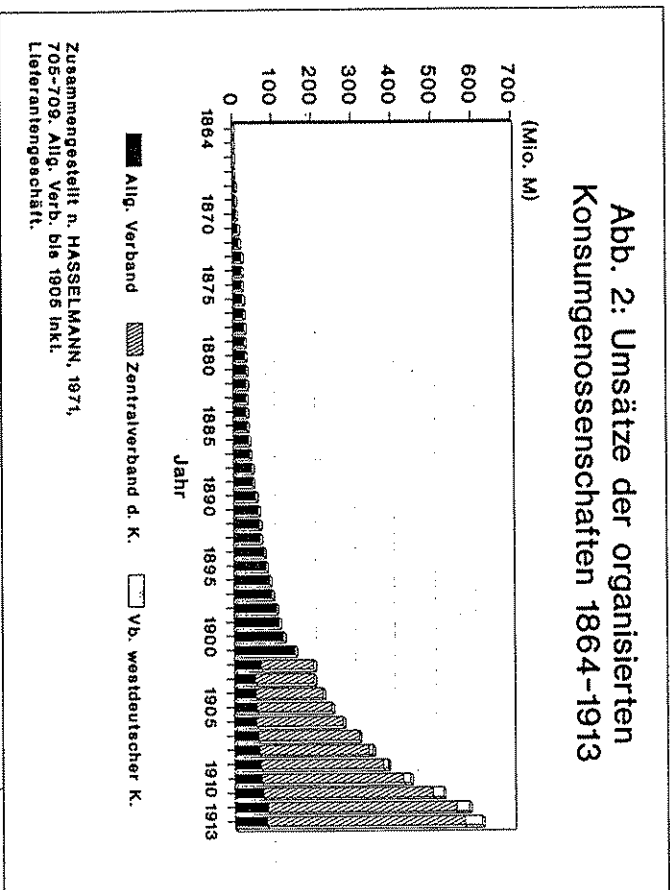
<sup>14</sup> Zu den Anfängen vgl. SPIEKERMANN, 1994, 29-32.

<sup>15</sup> LUX, 1910, v.a. 73-93.

<sup>16</sup> Ein Fallstudie bietet KROPPF, 1963.

<sup>17</sup> HIRSCH, 1928, 60 schätzte den Marktanteil der Warenhäuser im Jahre 1913 auf 2,5%. Der durchschnittliche Anteil der Lebensmittel am Warenumsatz lag bei ca. 10%.

Abb. 2: Umsätze der organisierten Konsumgenossenschaften 1864-1913



Waren die Konsumgenossenschaften bis dahin vornehmlich bürgerlich und kleinbürgerlich geprägte Zusammenschlüsse zum günstigeren gemeinsamen Einkauf, so strömten seitdem mehr und mehr Arbeiter in die Vereine bzw. gründeten sie komplett neu. Entgegen vielfältigen Widerständen auch bei Gewerkschaften und Sozialdemokratie versuchten sie, ökonomische und wirtschaftspolitische Ziele miteinander zu verbinden, versuchten sie eine "distributive Gegengesellschaft" zu etablieren, die qualitativ hochwertige Waren zum Selbstkostenpreis lieferte und zugleich eine wichtige Säule der Arbeiterbewegungskultur war.<sup>18</sup> Das Sortiment konzentrierte sich anfangs auf Kolonialwaren und industriell bearbeitete Produkte, griff aber im Rahmen starker Eigenproduktionsbemühungen auch auf Back- und Fleischwaren über. Gebrauchsgüter wurden kaum veräußert, da zusätzliche Warenfelder vielfach die Veranlagung zur seit 1899 in einzelnen Staaten geltenden Warenhaussteuer bedeutet hätte. Der Verkauf erfolgte über ein sich stetig ausweidendes Netz

<sup>18</sup> Begriff n. KÖHN/NIERMANN, 1982, 270. Allerdings verstanden sich die Konsumgenossenschaften je später, je stärker auch als produzierende Gegengesellschaft. Vgl. zum Gesamtkomplex SPIEKERMANN, 1995, 151-155.

mittlergroßer Verteilungsstellen, während bedeutende Einkaufsvorteile über die 1894 gegründete Großverkaufsgesellschaft deutscher Konsumgenossenschaften bzw. die regionalen Einkaufstage erzielt wurden. Kostenvorteile hatten die Konsumgenossenschaften auch durch den faktischen Verzicht auf Wirtschaftswerbung, der sie nichtkommerzielle Produktaufklärung bzw. eine gesellschaftliche Option entgegenstellten. Aufgrund des strikt durchgehaltenen Barzahlungsprinzips besaßen sie eindeutige Liquiditätsvorteile, die durch Mitgliedersparkassen noch erhöht wurden.<sup>19</sup> Aber trotz des immensen Wachstums v.a. seit der Gründung des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften (ZdK) 1903 und trotz ihrer lokal meist vorhandenen Preisführerschaft, war ihr Anteil am gesamten Lebensmittel Einzelhandel noch gering; er dürfte 1913 bei ca. 5% gelegen haben.

c) Das privatwirtschaftliche Pendant zu den Konsumgenossenschaften bildeten die Massenfilialbetriebe.<sup>20</sup> Ihre Anfänge lagen in den 1870er Jahren, Vorreiter waren Kolonialwarenbetriebe wie beispielsweise L. Gottlieb (1871) und Schade & Füllgrabe (1878). Einkauf, Lagerhaltung, Kalkulation, Werbung und Verwaltung wurden hier zentralisiert, lediglich der Verkauf an umsatzträchtigen Standorten dezentralisiert. Während die meisten Filialisten regional begrenzt blieben, erlangten reichsweite Bedeutung seit den 1880er Jahren einzig Spezialfilialisten, die ein begrenztes Sortiment um gangbare Waren (Kaffee, Schokolade, Tabakwaren) gruppierten. V.a. Kaisers-Kaffee-Geschäft (1912: ca. 1.400 Filialen), Buchhals Kaffeeмагазин (1913: ca. 500) und Tengelmann (1913: ca. 400) sind hier zu nennen. Ihre einheitliche Werbung und Ladenausstattung machte sie ebenso bekannt, wie neuartige Serviceeinrichtungen und die Forcierung eigener Handelsmarken. Barzahlung war bei ihnen Prinzip. Beachtenswert ist, daß neben diesen Großbetrieben ein durchaus breites Spektrum von Kleinfilialisten existierte, das zugleich die örtliche Expansionskraft der leistungsfähiger Lebensmittelgeschäft be- legt (Tab. 3).

Solide Schätzungen über die Umsätze der Massenfilialbetriebe existieren nicht. Ihr Marktanteil dürfte jedoch vor dem Ersten Weltkrieg ca. 3-4% betragen haben, lag aber in einzelnen Branchen wesentlich höher lag (1912 bei Kaffee ca. 12,5%).

<sup>19</sup> Selbst in den Anfangsjahren 1864-1882 schwankten die kreditierten Außenstände lediglich zwischen 0,2% und 0,4%. Hauptzahlen, 1883, 570.  
<sup>20</sup> Vgl. HIRSCH, 1913; SAUBERLICH, 1913.

Tab. 3: Filialbetriebe mit offenen Verkaufsstellen im Deutschen Reich 1907<sup>21</sup>

Gewerbegruppe/ -klasse/-art	Offene Verkaufsst.	Eine Filiale	Zwei oder mehr Filialen
Nahrungs- u. Genußmittelindustrie	192.225	10.036	936
- Bäcker/Konditoren	101.662	6.230	475
- Fleischer	68.153	2.734	111
- Molkerei...	2.876	110	52
Handelsgewerbe	464.186	12.166	1.452
- Warenhandel	453.841	11.875	1.414
-- Lebensmittel	270.601	6.669	779

7. Der Facheinzelhandel, der schon seit den 1870er Jahren über ein sich stetig verdichtendes Netz lokaler Fachvereine verfügte, reagierte v.a. in zwei Richtungen. Zum einen wurde nach staatlichem Schutz gerufen; hieraus resultierten zwar vielfältige staatliche Maßnahmen gegen die neuen Betriebsformen, kumulierend in einer Vielzahl von Sondersteuern seit der zweiten Hälfte der 1890er Jahre, doch damit wurde deren Wachstum bestenfalls gebremst, nicht aber aufgehalten.<sup>22</sup> Zum anderen versuchten immer größere Bereiche des Einzelhandels ihre betriebliche Situation durch Selbsthilfe zu verbessern. Zwei Entwicklungen sind hier besonders hervorzuheben: 1. der Kampf gegen das Borgwesen und 2. das Bemühen um gemeinsamen Warenbezug.

Wenngleich viele Lebensmittelhändler Kunden gerade durch die Bereitschaft, Waren bis zu einem Monat "anzuschreiben" an sich banden, waren die daraus resultierenden betriebswirtschaftlichen Verluste doch zu hoch, um erfolgreich mit den neuen Betriebsformen konkurrieren zu können. Da zudem die Attraktivität der Konsumvereine stark auf der jährlichen Rückvergütung - eine Art Abschlagzahlung auf die gekauften Waren - gründete, brachen sich in den 1890er Jahren verstärkt Anregungen Bahn, die für eine Rabattgewährung des Facheinzelhandels eintreten.<sup>23</sup> Kommerzielle Rabattparagesellschaften griffen das Prinzip Anfang der 1890er Jahre auf und vereintlichichten das bis dahin unkoordinierte Rabattwesen, ehe "gemeinnützige" Rabattparaverine der Händler die Nachlaßgewährung in eigene Regie übernahmen. Durch die Vergabe von Rabattmarken über zumeist 5% des bar eingekauften

<sup>21</sup> Betriebsstatistik, 1909, 266-285. Die Zahlen sind aufgrund statistischer Probleme Mindestziffern, es hat mit Sicherheit deutlich mehr Filialen gegeben. Vgl. HIRSCH, 1913, 212-219.

<sup>22</sup> Näheres bei SPIEKERMANN, 1994.

<sup>23</sup> LOEWENTHAL, 1877. Einen guten Überblick enthält FAUCHERRE, 1912.

Warenwertes sollte zum einen die Kundenbindung erhalten bleiben, zum anderen die Leistungsfähigkeit der Geschäfte demonstriert werden. Die dadurch wachsenden Kosten mußten allerdings zumindest teilweise durch innerbetriebliche Rationalisierungsbestrebungen aufgefangen werden, zumal die Handelsspanne ohnehin zwischen 20% und 30% lag.<sup>24</sup> Seit 1902 wurden die Kräfte v.a. im "Verband der Rabattparvereine Deutschlands" gebündelt, der die bedeutendste Einzelhandelsorganisation vor dem Ersten Weltkrieg bildete (Tab. 4). Ca. 50% der Mitglieder waren Kolonialwarenhändler, ca. 15% gehörten dem Nahrungsmittelhandwerk an. Daneben bestanden noch eine schwindende Zahl kommerzieller Rabatgesellschaften sowie eine Reihe nichtorganisierter Lokalvereine.

Tab. 4: Der Verband der Rabattparvereine Deutschlands 1903-1914<sup>25</sup>

Jahr	Vereine	Mitglieder	Umsatz (Mio. M)
1903	50	12.000	109,385
1904	90	18.789	187,89
1905/06	186	33.691	296,48
1906/07	215	41.741	400
1907/08	262	50.423	520
1908/09	314	54.773	620
1909/10	341	57.597	640
1910/11	370	61.500	680
1911/12	425	65.733	700
1912/13	467	70.400	740
1913/14	503	73.495	760

Da es jedoch nicht gelang, den weiteren Vormarsch der neuen Betriebsformen zu stoppen, die Massenfiliabetriebe vielmehr ebenfalls zur Rabattgewährung übergingen, zeigte sich bald, daß diese Maßnahmen gegen das Borgwesen lediglich Teil einer breiteren Veränderung sein mußten. Das neu geschaffene Bindemittel "Rabattmarke" führte zu vermehrtem fachlichen Austausch und vielfach zu gemeinsamem Einkauf vornehmlich von Marken- und Konkurrenzartikeln (Salz, Zucker).

<sup>24</sup> HIRSCH, 1929, 49-50.

<sup>25</sup> SCHMID, (1920), 140. Der Umsatz bezieht sich auf den Barumsatz mit Waren für die Rabattmarken ausgegeben wurden. Der Gesamtumsatz der Geschäfte lag deutlich höher.

Der gemeinsame Einkauf selbständiger Händler wurde für einzelne Produkte schon seit den 1870er Jahren praktiziert, allerdings scheiterten mehrfach Ansätze zur Bildung einer zentralen Einkaufskommission.<sup>26</sup> Erst die 1907 in Berlin erfolgte Gründung des Verbandes deutscher kaufmännischer Genossenschaften führte zur auch auf lange Sicht erfolgreichen Etablierung einer Zentraleinkaufsgemeinschaft (Tab. 5). Die daraus 1911 hervorgehende Einkaufsgenossenschaft deutscher Kolonialwarenhändler (1911: E.D.K., seit 1912: Edeka) vereinfachte die Werbung und ansatzweise die Außenfront der Geschäfte, zentralisierte genossenschaftlich große Teile des Einkaufs, setzte eigene Handelsmarken durch und förderte v.a. die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse ihrer Mitglieder.<sup>27</sup> Nach den neuen Betriebsformen gingen nun auch Teile des Einzelhandels zum direkten Kauf beim Produzenten über, die seit Mitte des 19. Jahrhunderts immer deutlichere Trennung zwischen Groß- und Einzelhandel wurde somit partiell revidiert.<sup>28</sup> Weitere Zusammenschlüsse v.a. einzelner Branchen erfolgten dann vermehrt im Krieg und während der Inflationszeit.

Tab. 5: Die Entwicklung der Edeka-Zentraleinkaufsgenossenschaft 1908-1914<sup>29</sup>

Jahr	Genossenschaften	Umsatz (Mio. M)	Reserven (M)
1908	10	1,125	-
1909	11	-	5.388
1910	29	4,154	7.314
1911	43	6,531	17.190
1912	60	8,241	46.057
1913	68	9,365	63.073
1914	72	10,069	100.917

Mindestens 15-20% aller Lebensmittelgeschäfte dürften vor dem Ersten Weltkrieg Mitglieder von Rabattsparrereinen und Einkaufsgenossenschaften gewesen sein. Sie gehörten zu den leistungsfähigeren Betrieben, deren Einkommenssituation dem Bild mittelständischen Daseins sicherlich entsprach. Daneben aber existierten viele Einzelgeschäfte, die auch als Hauptbetriebe nur geringe Renditen abwarfen sowie eine große Zahl von Nebenbetrieben, deren wirtschaftliches Ziel ohnehin nur die Ergänzung des

<sup>26</sup> Vgl. LANDWERS, 1905.

<sup>27</sup> Edeka, (1982), 6-14.

<sup>28</sup> Vgl. GÖTZ, 1933, v.a. 60-79.

<sup>29</sup> FRIEDEL, (1918), 62.

Haupteinkommens bildete. Hier lag das eigentliche Problem eines professionellen und rational organisierten Lebensmittelhandels dar.<sup>30</sup>

Tab. 6: Einkommen der Kolonialwarenhändler im Ghzgt. Hessen 1897-1906<sup>31</sup>

Jahr	Jahreseinkommen (M)	Jahr	Jahreseinkommen (M)
1897	1.851	1902	2.179
1898	1.934	1903	2.291
1899	1.918	1904	2.345
1900	1.948	1905	2.211
1901	2.182	1906	2.250

Insgesamt kann man jedoch zumindest seit 1895 von realen Einkommenszuwächsen der gesamten Branche ausgehen (Tab. 6). Trotz der diversen Wirtschaftskrisen und Lebensmittelsteuerungen nach der Jahrhundertwende setzte sich dieser Trend - von regionalen Sonderentwicklungen abgesehen - bis zum Beginn des Ersten Weltkrieges fort.

## 2. Vom Händler zum Verteiler: Der Lebensmittel Einzelhandel im Krieg und Inflation 1914-1923

Der Erste Weltkrieg und die sich daran anschließende Hyperinflation bedeuteten diese langsame Aufwärtsentwicklung. Es begann eine bis Ende der 1940er Jahre währende, nur kurz unterbrochene Phase, in der staatliche und korporative Rahmenseetzungen teilweise wichtiger waren als der innere Wettbewerb. Das galt um so mehr, als lediglich 1928/29 bzw. 1938/39 das Volkseinkommen höher war als 1913, die Binnenkonkurrenz folglich kaum durch steigende absolute Umsätze gemildert werden konnte.

Für den Lebensmittelhandel bestand in der Zeit des Ersten Weltkrieg und der Inflation vorrangig ein Warenbeschaffungsproblem. Die zunehmenden Schwierigkeiten, die Zivilbevölkerung mit dem lebensnotwendigen zu versorgen, führten bis 1916 zu einer umfassenden Rationierung fast aller Nahrungsmittel. Die staatliche Bürokratie kooperierte vornehmlich mit den größeren Betrieben bzw. den Verbänden des Einzelhandels, indirekt wurde so ein hoher Organisationsgrad gefördert. Der Staat wies den Händlern jeweils bestimmte Lebensmittelkontingente zu, die dann innerhalb der Händlerschaft weiterverteilt wurden, um gegen Karten und zu festgesetzten Preisen an den

<sup>30</sup> Eine der wenigen empirischen Studien ist HELLER, 1903.

<sup>31</sup> HIRSCH, 1913, 106.

Konsumenten zu gelangen. Wurde damit der Bestand des Lebensmittelkleinhandels tendenziell konserviert, so verhinderte man zugleich ein weiteres Wachstum durch strikte "Fernhaltung unzuverlässiger Personen vom Handel"<sup>32</sup>. Der Desintegration des deutschen Distributionsystem konnte damit allerdings nicht begegnet werden. Die aus politischen Rücksichtnahmen nur halbherzige Kriegsernährungspolitik führte zu einer starken Intensivierung der direkten Kontakte von Konsument und Produzent, Schleichhandel wurde lebenswichtig. Seit Mitte 1916 reichten die Rationen nicht mehr für eine ausreichenden Ernährung; wer überleben wollte, mußte geltende Gesetze brechen. So verwundert es nicht, daß der Lebensmittelhandel seit 1916 durchschnittlich Verluste aufwies, nachdem er zuvor von den steigenden Preisen überproportional profitiert hatte.<sup>33</sup> Es ist nicht bekannt, in welchem Umfang Warenzurückhaltung, Wucher und Nahrungsmittelfälschungen vorkamen, daß diese in breitem Maße auftraten steht jedoch nicht in Frage. Dagegen halten auch die wenigen staatlichen Versuche nicht, durch Preisauszeichnungszwang oder Vorgaben für die äußere Kennzeichnung von Waren mehr Transparenz in den Warenvertrieb zu bringen.<sup>34</sup> Neue Belastungen ergaben sich seit 1916 durch die Einführung einer begrenzten, seit 1924 allgemeinen Umsatzsteuer. Faktisch traf diese vornehmlich die mittleren und großen Betriebe, da aus sozialen Gründen Steueruntergrenzen bestanden und die Effizienz der Steuererhebenden den kleinen Läden gegenüber vielfach versagte. Auch die mit der Etablierung der Weimarer Demokratie einhergehende Einführung des Acht-Stunden-Tages hatte in Verbindung mit schwindenden Ladenöffnungszeiten relative Kostenvorteile für die kleinen Geschäfte zur Folge.<sup>35</sup> Trotzdem konnten die neuen Betriebsformen ihre Stellung zumeist ausbauen, insbesondere die Konsumvereine banden mehr und mehr Mitglieder an sich, mußten ihre konsumentfreundliche Tätigkeit aber mit einer weitgehenden Auszahlung der Reserven bezahlen (Tab. 7).

<sup>32</sup> Bekanntmachung, 1915. Zu den Wirkungen s. Versagungen, 1921.

<sup>33</sup> Lebensmittel-Kleinhandel, 1918.

<sup>34</sup> Vgl. hierzu GEITHE, 1925, v.a. 158-164.

<sup>35</sup> HIRSCH, 1925, 283. 1919 wurde der Ladenschluß an Sonn- und Feiertagen bzw. um täglich 19 Uhr obligatorisch (TIETZ, 1987).

Tab. 7: Die Konsumgenossenschaften während Krieg und Inflation<sup>36</sup>

Jahr	ZdK	Mitglieder		RdK	Umsatz (Mio. M)		RdK
		Allg. Vb.	RdK		ZdK (RM)	Allg. Vb.	
1914	1.717.519	305.313	177.350	492.981	78.651	51.716	
1915	1.849.434	312.287	189.686	493.570	81.186	51.227	
1916	2.052.139	334.549	285.604	577.336	72.533	72.146	
1917	2.189.630	330.816	309.245	590.955	75.839	68.710	
1918	2.231.917	303.025	354.293	670.755	79.969	80.173	
1919	2.308.407	239.314	410.928	502.045	108.461	139.847	
1920	2.714.109	k.D.	493.878	322.600	k.D.	k.D.	
1921	2.834.043	135.359	584.177	377.181	236,3	789,1	
1922	3.161.794	-	654.583	300,046	-	k.D.	
1923	3.367.286	-	808.127	244,224	-	k.D.	

Die starke Fixierung auf den ersten Weltkrieg als ökonomischen Einschnitt stellt vielfach den Blick auf die Konstanz der Krise. Die Ernährungssituation war bis Ende 1923 prekär und nach einer bedingten Erholung 1920/21 stieg die Zahl der Hungerkrankheiten wieder rapide an. Für den Lebensmittelhandel bedeutete dies einen steten Wandel des Sortiments, dessen Verkauf durchweg gesichert war. Die gravierenden Einschnitte dieser Zeit dürfte die Umsatzstatistik der Berliner Konsumgenossenschaft deutlich beleuchten (Tab. 8).

Die absolute Zahl der versicherungspflichtigen, also größeren Einzelhandelshauptbetriebe, die Arbeiter bzw. Angestellte beschäftigten, nahm zwischen 1913 und 1918 um 17,2% zu, stagnierte dann bis 1923. Während die Massenfilialbetriebe ihre Position im Kriege offenbar halten konnten, nahmen sie bis 1923 dann leicht ab. Ohne die Läden des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften sank die Zahl der Filialen von 1918 bis 1923 um 3.255, d.h. 17,1%.<sup>37</sup> Zugleich nahm die Bedeutung des Straßenhandels deutlich zu, viele Kriegsinvaliden und Arbeitslose fanden hier ein kärgliches Auskommen. Ebenso stieg zwischen 1921 und 1924 die Zahl der Kleinbetriebe

<sup>36</sup> HASSELMANN, 1971, 706-709; HIRSCH, 1925, 266. Der Allgemeine Verband (Allg. Vb.) ging 1920 teilweise, 1922 endgültig im ZdK auf. Dessen Umsätze sind auf Goldmarkbasis deflationiert. RdK = Reichsverband deutscher Konsumvereine; k.D. = keine Daten vorliegend.

<sup>37</sup> Entwicklung, 1924; HASSELMANN, 1971, 707. Die Reduktion der Betriebe zwischen 1918 und 1923 (- 9,4%) resultierte v.a. aus den Gebietsverlusten des Deutschen Reiches (gegenüber 1907 - 8,3% der Betriebe (Betriebszählung, 1930, 246)). Die erfaßten Betriebe mußten mindestens eine Person 300 Tage in einem sozialversicherungsrechtlichen Arbeitsverhältnis beschäftigen.



dramatisch, pendelte sich nach der Stabilisierung aber auf einem leicht erhöhten Niveau wieder ein.<sup>38</sup>

Tab. 8: Mengenumsätze der Konsumgenossenschaft Berlin und Umgebung 1913/14-1921/22 in den Hauptartikeln (kg)<sup>39</sup>

Jahr	1913/14	1915/16	1917/18	1919/20	1921/22
Butter	1.108.384	555.415	373.152	438.561	107.511
Bohnen, w.	79.717	98.882	3.622	399.161	142.161
Erbsen	270.556	166.869	23.161	523.338	331.261
Frische, getr.	49.020	14.285	2.022	51.485	56.226
Getreid	106.518	166.320	400.132	523.224	366.109
Heinige (Tonnen)	804	827	666	3.573	572
Kakao	53.109	19.236	5	57.475	96.236
Kartoffelmehl	63.707	464.972	563.956	269.001	49.304
Kartoffeln	5.856.012	8.500.710	14.496.833	25.612.750	k.D.
Konserven (Dosen)	168.960	356.983	121.378	193.733	48.947
Lausen	82.350	-	-	30.183	24.899
Malzkaffee	184.725	100.741	71.185	129.029	580.385
Mandeln	15.912	8.131	520	1.827	k.D.
Margarine	123.519	181.239	258.630	1.297.934	1.381.835
Marmeladen	87.865	188.671	-	910.053	353.344
(Kriegs)Mus	32.901	31.252	68.188	-	k.D.
Nüsse, Hasel-	9.643	10.483	-	-	k.D.
Nüsse, Wal-	6.486	9.412	-	8.949	k.D.
Pflanzenbutter	5.456	3.626	-	-	k.D.
Reis	186.764	76.144	9.871	111.954	387.262
Roggenmehl	7.770.561	9.133.089	8.599.693	10.413.317	8.979.718
Rosinen	33.658	18.316	16.961	22.575	k.D.
Salz	628.988	777.388	657.515	1.048.015	1.086.058
Schmalz	330.358	30.557	89	614.515	849.360
Weizenmehl	1.971.048	2.636.945	4.351.060	2.914.929	7.385.907
Zigarren (Stück)	4.510.341	4.988.100	1.168.773	442.420	765.398
Zucker	1.905.848	3.329.893	2.456.629	3.902.895	3.404.604
Mitglieder	86.514	110.467	110.511	134.891	139.362

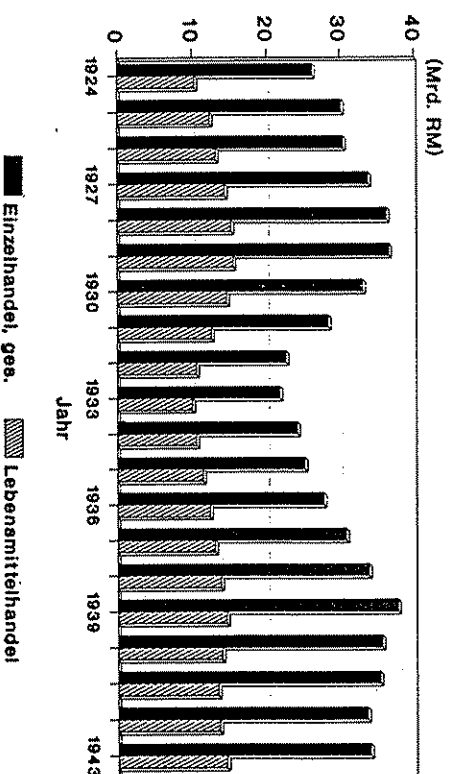
<sup>38</sup> HIRSCH, 1926, 658.

<sup>39</sup> Konsum-Genossenschaft Berlin und Umgebung e.G.m.b.H. Geschäftsbericht über das 18. Geschäftsjahr 1916/17, Berlin 1917; Konsum-Genossenschaft Berlin u. Umgebung Eintretene Genossenschaft mit beschränkter Haftpflicht. Bericht über das 22. Geschäftsjahr 1920/1921, Berlin 1921; Konsum-Genossenschaft Berlin und Umgebung eingetragene Genossenschaft mit beschränkter Haftpflicht. Bericht über das 23. Geschäftsjahr 1921/22, Berlin 1922.

### 3. Partielle Rationalisierung: Der kurze Aufschwung während der Weimarer Republik

Erst nach der Hyperinflation setzte eine deutliche Aufwärtsentwicklung des Lebensmittelhandels ein. Die seit 1924 erfaßbaren Umsätze stiegen bis 1929 um mehr als 50% (Abb. 3/4). Die Umsatzziffern verdeutlichen die größere Krisenfestigkeit des Lebensmittel Einzelhandels während der Konjunkturkrise 1926 und der Depression 1929-1933, die strukturell bedingt war. Analog zum Engelsen Gesetz gilt offenbar, daß der Anteil des Lebensmittel Einzelhandels am gesamten Handelsumsatz umgekehrt proportional zur freien Konsumspitze einer Gesellschaft steht, ein Satz, der auch durch die Entwicklung in der Bundesrepublik bestätigt wird.

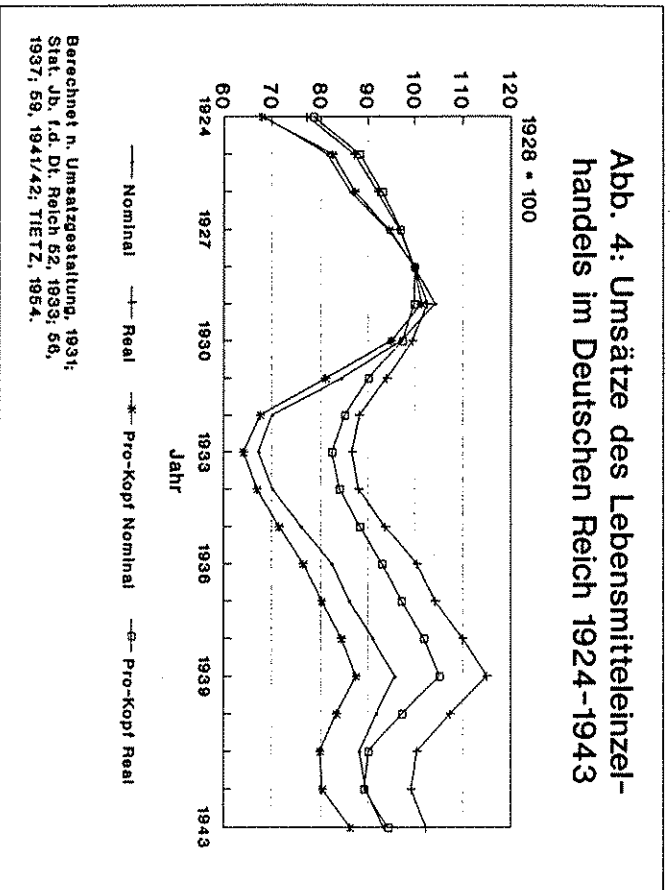
Abb. 3: Umsatzentwicklung des Einzelhandels im Deutschen Reich 1924-1943



Quelle: Umsatzgestaltung, 1931, IV, 48; NIESCHLAG, 1947, 812.



Abb. 4: Umsätze des Lebensmittel Einzelhandels im Deutschen Reich 1924-1943



Der Lebensmittelhandel sah sich 1924 jedoch einer seit Kriegsbeginn nahezu unbekanntem Situation gegenüber: Die wachsende Gütermenge wie auch die Reallohnzuwächse führten zu einer neuen Wahlsituation des Käufers: "Die Ansprüche des Publikums sind in bezug auf Auswahl, Verpackung, Aufmachung und Qualität der Waren gegenüber der Vorkriegszeit bei allen Konsumgüter- und Lebensmittelgeschäften gestiegen."<sup>40</sup> Zusammen mit stei-

<sup>40</sup> Einzelhandel, 1929, 21. Gleichartige Aussagen ergaben auch Untersuchungen der Spezialgeschäfte des Lebensmittelhandel ("In der Nachkriegszeit kaufen auch Angestellte und Arbeiter mit größerem Einkommen im Feinkostgeschäft. Die Ansprüche der breiten Masse der Käuferschaft sind in Bezug auf Qualität, Auswahl, Aufmachung und Verpackung gegenüber der Vorkriegszeit gestiegen, dagegen ist ein Teil der Käuferschaft, welcher früher nur die besten und feinsten Artikel kaufte, durch Verarmung und durch die Verteuerung der Waren, bei der die hohen Zölle auch eine Rolle spielen, ausgefallen" (Feinkosthandel, 1929, 16). Obst- und Gemüsehändler: "Die Ansprüche des Publikums aller Einkommensschichten sind in Bezug auf Qualität, Auswahl, Aufmachung und Ausstattung gegenüber der Vorkriegszeit nach den Aussagen aller vernünftigen Sachverständigen außerordentlich gestiegen" (Ladenhandel, 1929, 12-13). "... wesentliche Steigerung der Ansprüche sowohl hinsichtlich der Aufmachung wie der Qualität festzustellen" (Massenfilialunternehmungen, 1929, 9).

genden Lohnkosten und der deutlich wachsenden Steuerlast nahm der Kostendruck auf den Lebensmittel Einzelhandel wesentlich zu. Gleichzeitig entstand ein allgemeiner Zwang zur Preissenkung, der Preiswettbewerb intensivierte sich und immer wieder wurde öffentlich die vermeintliche "Überfüllung" bzw. "vertreuende Wirkung" des Einzelhandels diskutiert.<sup>41</sup> Dabei ergaben die Zahlen der Reichsgewerbezahlung von 1925, die erstmals präzise Daten über den Einzelhandel insgesamt lieferte, daß die Zahl der Betriebe gegenüber 1914 gesunken, daß ferner die durchschnittliche Beschäftigtenzahl um etwa 10% gestiegen war (Tab. 9).<sup>42</sup>

Tab. 9: Betriebe und Beschäftigte im Lebensmitteleinzelhandel 1925-1939<sup>43</sup>

	1925	1933	1939
Betriebe			
- Einzelhandel	768.618	843.611	833.192
- Lebensmittel	383.213	441.664	426.885
Beschäftigte - Einzelhandel	1.647.404	1.916.863	2.226.876
- Lebensmittel	676.859	813.559	848.902
Beschäftigte - Einzelhandel pro Betrieb	2,14	2,27	2,67
- Lebensmittel	1,77	1,84	1,99

Hinter diesen Zahlen verbargen sich begrenzte innerbetriebliche Umstrukturierungen, deren grundsätzliche Bedeutung seit Mitte der 1920er Jahre unter dem Schlagwort "Rationalisierung des Handels" diskutiert wurde.<sup>44</sup> Hierunter wurde v.a. eine betriebswirtschaftliche Bestandaufnahme verstanden, die dann geplant zu Kostendegressionen führen sollte. Besonders die 1919 gegründete Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels betonte immer wieder die hohe Bedeutung korrekter Buchführung und Statistik sowie die Notwendigkeit, sich zu Einkaufs- und Werbegemeinschaften zusammen-

<sup>41</sup> Vgl. HASSELMANN, 1931; MÜLLER, 1932 bzw. HIRSCH, 1928a.

<sup>42</sup> REITHINGER, 1929, 340. Der Vergleich der durchschnittlichen Betriebsgröße auf Basis der örtlichen Einheiten des Groß- und Kleinhandels ergibt für 1907 1,92, 1914 1,95 und 1925 2,09 Personen pro Einheit. Da die Filialbildung derweil zugenommen hatte, muß der Anstieg auf Basis der nicht direkt vergleichbaren Unternehmen deutlich höher gewesen sein.

<sup>43</sup> 1925: Betriebszahlung, 1930, 270-271; Ergebnisse, 1927, 351-352; Einzelhandel: Gewerbebranche XX 2, 4, 5c/d, 14; LEH: XX 2b (Konsumvereine), c-g, 5c/d, 1933; Betriebszahlung, 1937, 93-95; LEH: XXV 1b, 2, 1939; Einzelhandel, 1939; LEH: Konsumvereine, 24.02.00.

<sup>44</sup> GRÜNFIELD, 1928; HERRMANN, 1928; SEYFFERT, 1932.

zufinden.<sup>45</sup> Diese gutgemeinten Ratschläge erzielten im Lebensmittelhandel jedoch nur begrenzte Wirkung, obwohl "kalkulatorisches Sehen" auch durch die Rationierungs- und Höchstpreispolitik bis 1923 gefördert worden war.<sup>46</sup> So veränderte sich der für die Rentabilität wesentliche Lagerumschlag bis zur Weltwirtschaftskrise kaum, während Konsumvereine und Massenfilialbetriebe hier ihre bestehenden Vorteile noch ausbauen konnten (Abb. 5).<sup>47</sup>

Anders lagen die Verhältnisse bei der Ladenausstattung und der Werbung. Gegenüber 1913 darf man von einer Verdoppelung der Werbeausgaben des Lebensmittel Einzelhandels ausgehen, die 1929 bei 150 Mio. RM lagen. Die starke Blickverengung auf die Werbung der Markenartikelindustrie darf nicht darüber hinwegtäuschen, daß die gesamte Industrie nur ca. 36% aller Werbekosten trug, während auf den Einzelhandel knapp 57% entfielen.<sup>48</sup> Sowohl dem gehobenen Fach Einzelhandel, als auch den neuen Betriebsformen gelang dadurch eine deutliche Kundenprofilierung, die teils bis heute nachwirkt. Die meisten Kunden verbanden mit dem Fach Einzelhandel 1932 hohe Warenqualität und Bedienungskomfort, Filialisten wiesen qualitativ gute und preiswerte Produkte auf, Konsumvereine profitierten von geringen Preisen und der jährlichen Rückvergütung, während Warenhäusern und Einheitspreisgeschäften primär aufgrund der billigen Lebensmittel geschätzt wurden.<sup>49</sup> Diese Geschäfte versuchten zudem in breitem Maße, den Verkaufsraum etwa durch Holztafelung oder moderne Leuchtkörper auszugestalten, Schaufenster einzurichten und ansprechend zu dekorieren. Der Lebensmittelfachhandel wandte hierfür zwischen 1924 und 1928 142 Mio. RM auf, überproportional bauten allerdings die Konsumvereine ihre Verteilungsstellen aus (bis zu 70 Mio. RM 1924-1928).<sup>50</sup>

Veränderte sich somit die Warendarbietung, so veränderten sich die Sortimente kaum, abgesehen vom weiteren Vordringen der Markenartikel, die 20-30% aller Sortimente bildeten, in den Händlermarken aber starke Konkurrenz

<sup>45</sup> GRÜNBAUM, 1929.

<sup>46</sup> LAMPE, 1930, 34-35.

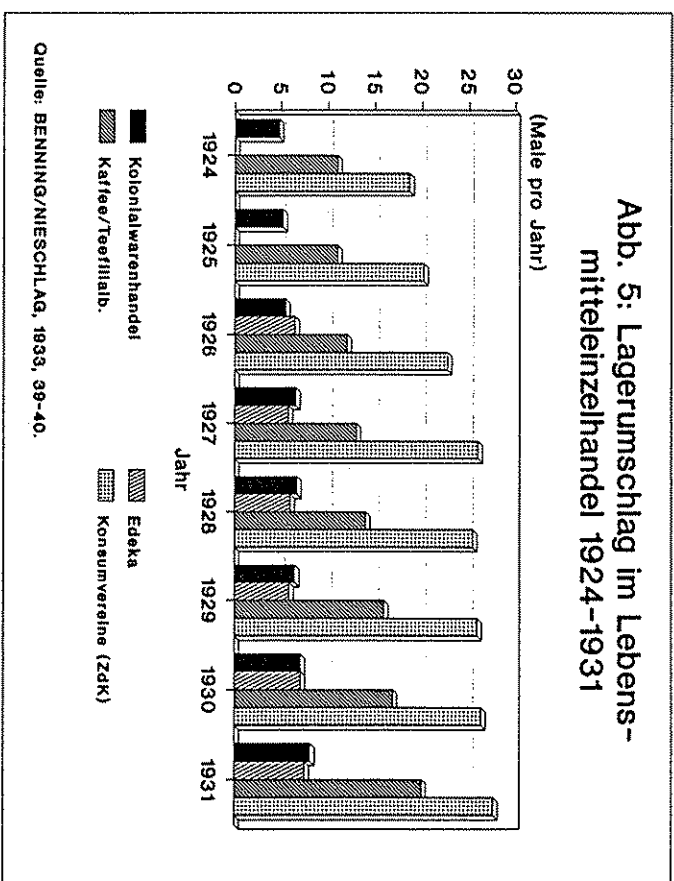
<sup>47</sup> Die Vorteile lagen insbesondere in den kleineren Lagern im Laden selbst, die durch relativ gleichartige Kunden bzw. begrenzte Sortimente möglich waren. Vgl. BENNING/NIESCHLAG, 1933, 38f.

<sup>48</sup> Einzelhandel, 1929, 14-15; MATAJA, 1929, 1241.

<sup>49</sup> SEYFFERT, 1932.

<sup>50</sup> KEISER/BENNING, 1931, 141-142.

Abb. 5: Lagerumschlag im Lebensmittel Einzelhandel 1924-1931



renz bekamen.<sup>51</sup> Erwähnenswert sind vorrangig Integrationsbestrebungen im Bereich der Milch- bzw. Butterhandlungen, wo die Spezialisierung wieder abnahm sowie Sortimentserweiterungen bei den Kaffee- und Kakaogeschäften, die damit auf die drastisch steigenden Außenzölle reagierten.<sup>52</sup> Einzig größere Konsumgenossenschaften brachen ansatzweise mit der noch strikten Scheidung zwischen Kolonialwaren bzw. industriellen Produkten und Frischware, indem sie Backwaren und Frischfleisch in immer größerem Maße verkauften.<sup>53</sup> Diese insgesamt geringe Flexibilität im Sortiment führte dazu, daß die Gemüse- und Obstversorgung in den Großstädten teilweise zu 50% in den Händen des deutlich aufstrebenden Straßen- und Hausierhandels lag, ein Anteil, der sich in der Wirtschaftskrise nochmals deutlich erhöhte (Tab. 10).

<sup>51</sup> Edeka vertrieb 1913 für 750.000 M eigene Marken, 1928 dagegen für 3,075 Mio. M. Der Umsatz der entsprechenden GEG-Marken der Konsumgenossenschaften lag 1928 bei knapp unter 100 Mio. M (Großhandel, 1930, 153, 155, 201).

<sup>52</sup> KEISER/BENNING, 1931, 137-138; Massenfiliatlernehmungen, 1929, 147-152.

<sup>53</sup> BENNING/NIESCHLAG, 1933, 70-71.

Tab. 10: Straßen- und Hausierhandel (Lebensmittel) in deutschen Großstädten 1924/25 und 1932<sup>54</sup>

Stadt	Straßenhändler (stationär)		Hausierer (mobil)	
	1924/25	1932	1924/25	1932
Berlin	2.294-2.354	6.700	510-670	3.000
Hamburg	1.400	1.319	800	604
Köln	815	285	.	6.000
München	.	290	1.600	2.280
Leipzig	254	.	1.200-1.500	.
Dresden	200	200	.	400-600
Breslau	.	500	.	1.100
Essen	.	200	.	2.148
Frankfurt/M.	81	175	.	625
Düsseldorf	.	17	114	500
Hannover	485	400	.	50
Nürnberg	.	65	150	105
Stuttgart	134	.	.	.
Dortmund	48	22	.	988
Bremen	150	125	.	175

Auch die Verkaufsformen änderten sich kaum, entscheidendes Möbelstück eines Ladens blieb die Bedienungstheke, auch wenn in gut besuchten Läden Wartezeiten bis zu einer Stunde nicht selten waren.<sup>55</sup> Die Selbstbedienung wurde zwar am amerikanischen Vorbild der Piggy-Wiggy-Läden diskutiert, wurde als System jedoch nicht eingesetzt.<sup>56</sup> Lediglich die Einheitspreis-geschäfte mit ihren ausgelegten und durchweg verpackten Süßwaren bildeten hier einen Vorläufer. Dagegen wurde das Schweizer Migros-System, welches auf dem Verkauf abgepackter Ware zu runden Preisen in fahrenden Läden basierte, 1927 in Freiburg, dann 1930 von der Finow-Farm in Berlin über-

<sup>54</sup> WEIGEL, 1927, 399-402; ROMPE, 1933, 400-402.

<sup>55</sup> PRIESS, 1952, 514 sprach von bis zu 60-75 Minuten Wartezeit zu den Hauptgeschäftszeiten! Die über das Maß betrieblicher Rationalität hinausgehende Ausweitung der Verteilungsstellen der Konsumvereine ist nicht zuletzt auf diesen Problemdruck der Wartezeiten zurückzuführen.

<sup>56</sup> Die Selbstbedienung wurde während der 20er Jahre immer wieder angesprochen und es dürfte unwahrscheinlich sein, daß es nicht solche Läden auch vor 1938 gab. Einen Vorläufer im Non-food-Bereich bildeten sicherlich die heute vergessenen Warenabzahlungsbasare bzw. die 5- und 10-Pfennig-Basare der 1880er und 1890er Jahre.

nommen, ohne aber durchschlagenden Erfolg zu erzielen.<sup>57</sup> Dem deutschen Gemüt schien derartiges nicht zunnützlich: "Gelegentlich gebärden sich auch von außen bezogene Kleinhandelsformen recht laut in der Richtung der Umgestaltung alter Kleinhandelsformen. Da kommt der Einheitsladen und geht auch bald wieder. Da kommt und geht auch der Laden für Selbstbedienung, Eintagsfliegen, für Amerika vielleicht brauchbar, von der deutschen Wirtschaft nicht zum erstenmal abgelehnt. Denn diese Experimente sind alle schon dagewesen."<sup>58</sup> Die nur geringen durchschnittlichen Einkaufsbeträge und der zwar schwindende, doch ca. ein Drittel des Sortiments der Kolonialwarengeschäfte umfassende Anteil loser Ware unterstützten diesen Strukturkonservatismus.<sup>59</sup>

Gelang so die innerbetriebliche Rationalisierung nur ansatzweise, so gab es im überbetrieblichen Bereich - mit Ausnahme der neuen Betriebsformen - größere Probleme. Die Rabattsparvereine waren durch Krieg und Inflation marginalisiert und hatten nur noch örtliche Bedeutung.<sup>60</sup> Die vielfach vorhandenen Branchen- und Spitzenverbände waren finanziell zu schwach ausgestattet, um ihren wettbewerbsorientierten Vorschlägen auch Breitenwirkung zu verleihen.<sup>61</sup> Eine positive Ausnahme bildeten die Einkaufsgenossenschaften: Am Ende der Inflation bestand die Edeka aus ca. 600 Genossenschaften mit 35.000-40.000 Kolonialwarenhändlern. Viele davon wollten jedoch nur an den Vorteilen der zentralen Warenbeschaffung und gemeinsamen Produktpalette partizipieren, ohne aber die notwendige geschäftliche Solidität aufzuweisen. Die Berliner Zentrale gab nach 1923 strikte Vorgaben für die Mitgliedschaft aus und trennte sich von all denen, die ihre Betriebe nicht entsprechend führen konnten. So sank die Zahl der Genossenschaften bis 1929 auf 398 bei 25.600 Mitgliedern mit 123 Mio. RM Umsatz. Die erhöhte Krisenfestigkeit der Edeka-Geschäfte zeigte jedoch, daß die Rationalisierungserfolge mit sich gebracht hatte.<sup>62</sup> Stieg der Umsatz von 1928 bis 1931 in sich abschwächendem

<sup>57</sup> Migros-System, 1932; MARBACH, 1930; Huhn, 1931; WEGHMANN, 1938, 39.

Auch viele Konsumgenossenschaften setzten seit Ende der 1920er Jahre Verkaufswagen zur Versorgung von ländlichen Gegenden oder aber von Neubausiedlungen ein.

<sup>58</sup> SIERAKOWSKY, 1927, 695.

<sup>59</sup> Kalkulation, 1930, 70.

<sup>60</sup> LAMPE, 1930, 32-33.

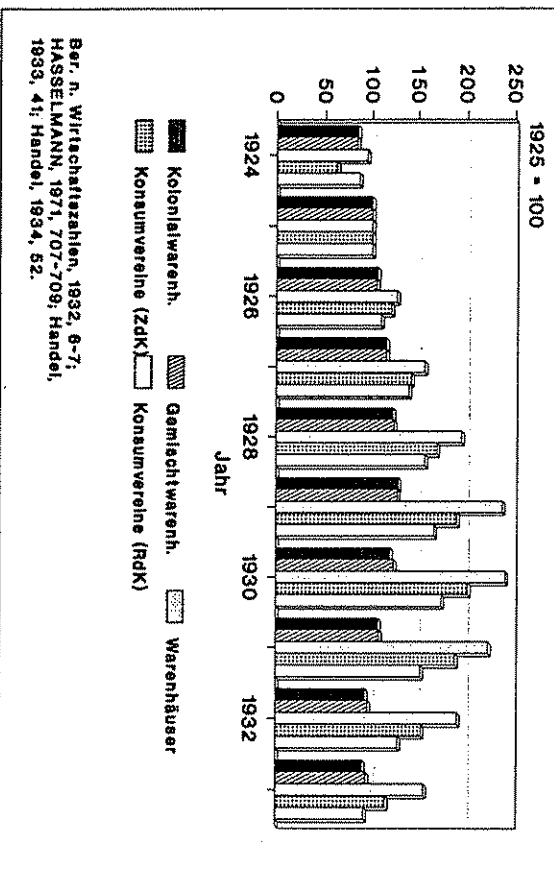
<sup>61</sup> Einen Überblick enthält WEIN, 1968, 140-191.

<sup>62</sup> WIEGEL, 1931, 49. Da die Edeka-Händler weniger als die Hälfte ihrer Umsätze bei der Zentrale tätigen, repräsentierten sie 1928 ein Umsatzvolumen von 420 Mio. RM (Großhandel, 1930, 153).

Maße um bemerkenswerte 42,9%, so fielen die Ziffern 1932 nur um 1,7% bzw. 1933 um 5,8% und begann schon 1934 wieder eine deutliche Aufwärtsbewegung.<sup>63</sup> Daneben entstand mit der zuerst auf den rheinisch-westfälischen Raum begrenzten Rewe 1927 eine weitere zentrale Einkaufsgenossenschaft, der bis 1935 immerhin 8.000 Einzelhändler angehörten. Beiden Genossenschaften gelang es zwar über Mengentrabatte und präzise Zahlungsweise Kostenvorteile zu erzielen, es gelang aber kein entscheidender Machterwerb gegenüber der Industrie, deren Angebote vielfach den Rationalisierungsbestrebungen des Handels bei der Sortenbegrenzung und Typenbildung entgegenstanden und vielfach erst noch weiterverarbeitet (Kaffee), gereinigt (Gewürze, Reis) und v.a. ver- und ungepackt werden mußte.

Die Rationalisierung des Lebensmittel Einzelhandels gelang in der Weimarer Zeit in doppelter Hinsicht nur partiell. Sie erfolgte erstens vornehmlich bei den neuen Betriebsformen und dem gehobenen Fachhandel, während die kleinen und kleinsten Betriebe binnen weniger Jahre dramatisch an Boden verloren (Abb. 6).

Abb. 6: Lebensmittelumsatz ausgewählter Betriebsformen 1924-1933



<sup>63</sup> Einkaufsgenossenschaften, 1935, 17.

Der Facheinzelhandel verlor bis 1932 ungefähr 10% Marktanteil am gesamten Lebensmittelhandel, während die neuen Betriebsformen, v.a. Konsumvereine und Filialbetriebe knapp 24% der Umsätze auf sich vereinigen konnten.<sup>64</sup>

Kennzeichnend war zweitens, daß die Rationalisierung meist einzig dem eigenen Betrieb galt; Versuche, Industrie und Konsument in die Veränderungen einzubeziehen, waren dagegen selten. Dadurch verblieben viele nicht direkt handelsbezogene Tätigkeiten bei den Einzelhandelsbetrieben und mißlangen auch alle Versuche, die immensen täglichen, wöchentlichen und jährlichen Schwankungen des Verkaufs einzuzugrenzen.<sup>65</sup>

#### 4. Steuerung durch Staat und Korporationen: Der Lebensmittel Einzelhandel 1932-1948

Die Brisanz dieser nur partiellen Rationalisierung zeigte sich, als seit 1929 gesamtwirtschaftlich, seit 1930 auch auf den Lebensmittel Einzelhandel bezogen die Weltwirtschaftskrise zu begrenzen, dann dramatischen Umsatzeinbußen führte, die jedoch vorwiegend dem starken Preisverfall zuzurechnen sind. Nominal schwanden die Umsätze 1929 bis 1933 um 35,4%, real nur um 15,7%.<sup>66</sup> Das aber war nicht entscheidend, lagen die Ziffern doch auch im Tiefpunkt der Krise immer noch über denen des Jahres 1925. Wesentlich wurde vielmehr, daß die unterschiedliche Leistungsfähigkeit der neuen Betriebsformen und gehobenen Fachgeschäfte einerseits, die der mittleren und kleinen Fachgeschäfte andererseits nun offen zu Tage trat und nicht mehr durch das allgemeine Wachstum der Branche gemildert wurde.<sup>67</sup> Zugleich führte die wachsende Arbeitslosigkeit im Produktionssektor dazu, daß die Zahl neu entstehender Alleinbetriebe deutlich anstieg und zu zusätzlicher und durchaus erfolgreicher Konkurrenz führte. Hilfe erwarteten sich breite Teile des Einzelhandels nun von der Politik, denn mit dem Ende der sozialdemo-

<sup>64</sup> WEGHMANN, 1938, 5 sprach für 1933 von einem Umsatzanteil von 22% für die neuen Betriebsformen. Da die Konsumvereine während der Krise besonders stark zurückgingen, dürfte der Anteil 1930/31 höher gelegen haben. Vgl. auch BATZER, 1965, 36, der für 1932 einen Anteil von 21,8% annahm.

<sup>65</sup> Grundlegend: GRÜNBAUM, 1928.

<sup>66</sup> Unter Einberechnung der Bevölkerungsentwicklung lauten die entsprechenden Ziffern -36,7% bzw. -17,5%. Aber auch dann lagen die Lebensmittelumsätze 1933 immer noch über denen des Jahres 1924.

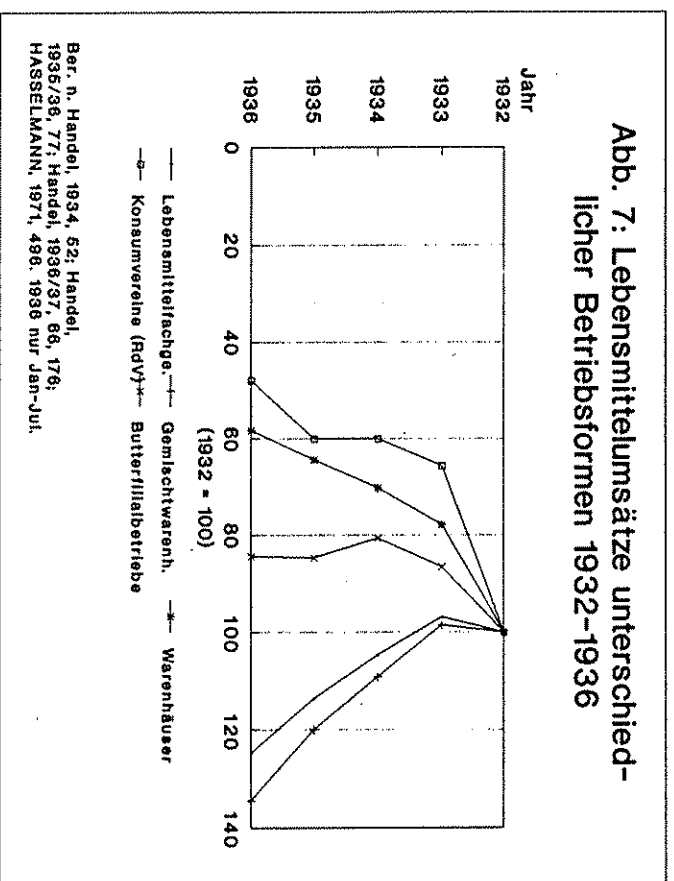
<sup>67</sup> Handel, 1929, 36-37.

kraisch geführten Regierung Müller trat im April 1929 eine Mitte-Rechts-Koalition unter Brüning in die Verantwortung, die auf die Unterstützung der schwindenden mittelständischen Basis angewiesen war. Als 1932 die Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels an der seit 1927 diskutierten Frage zusätzlicher Sondersteuern für Großbetriebe zerbrach, waren die Möglichkeiten erschöpft, innerhalb des Einzelhandels einen begrenzten Interessenausgleich herbeizuführen.<sup>68</sup> Die ökonomischen Probleme der Mehrzahl der kleinen und kleinsten Betriebe wurden nun in den politischen Raum getragen. Der Kampf gegen die Großbetriebe begann 1930 mit der Einführung einer Sondersteuer auf alle Betriebe mit mehr als einer Million Reichsmark Einzelhandelsumsatz, und 1932 begann endgültig eine Phase politischer Rahmenseetzungen, die durch die "Machtergreifung" der Koalition von Nationalsozialisten und rechtem Bürgertum 1933 nicht strukturell verändert, vielmehr entscheidend radikalisiert wurde.<sup>69</sup>

1932 wurde eine Einrichtungsperre für Einheitspreisgeschäfte eingeführt, diese 1933 auf alle Einzelhandelsbetriebe ausgedehnt. Die Sondersteuern auf Großbetriebe wurden verdoppelt, Ausverkäufe drastisch beschränkt, die Rabattgewährung der Großbetriebe, v.a. der Konsumvereine entscheidend begrenzt. Letztere wurden organisatorisch zerschlagen und eine Zwangsvereinigung der Hauptverbände unter nationalsozialistischer Leitung erzwungen. Seit 1934 gab es eine allgemeine Konzessionspflicht für alle Einzelhandelsbetriebe, die Großbetriebssteuern wurde weiter erhöht, der Automatenverkauf von Großbetrieben verboten.<sup>70</sup> Jüdische Besitzer von Warenhäusern wurden wegen unzureichende Entschädigungen enteignet, ebenso viele mittelständische Unternehmen. Besonders hart wurden die Konsumvereine getroffen. In der Krise hatten sie schon enorme Liquiditätsprobleme, da die Mitglieder in der Not ihre Sparkonten halbierten und die Eigenproduktionsbetriebe große Verluste verursachten. Aufgrund ihrer hohen volkswirtschaftlichen Bedeutung wurden sie zwar 1933 nicht komplett verboten, waren aber zahllosen Übergriffen und willkürlichen Verhaftungen ausgesetzt. 1935 wurde gesetzlich die Auflösung von 82 großen Genossenschaften beschlossen, 40% des Umsatzes so privatisiert bzw. in Auffanggesellschaften überführt. 1941 schließlich löste der NS-Staat die restlichen Genossenschaften auf und wies sie der Deutschen

Arbeitsfront zu.<sup>71</sup> Die Folgen dieser "Milderung des Wettbewerbs"<sup>72</sup> waren durchschlagend: Zu Beginn des Zeiten Weltkrieges 1939 lagen die neuen Betriebsformen wieder unter den Umsatzanteilen, die sie vor dem Ersten Weltkrieg inne gehabt hatten (Abb. 7).<sup>73</sup>

Abb. 7: Lebensmittelumsätze unterschiedlicher Betriebsformen 1932-1936



Es wäre allerdings verfehlt, aus diesem Kampf gegen die neuen Betriebsformen eine grundsätzliche Feindschaft des NS-Staates gegenüber einer rationalen Lebensmittelverteilung folgern zu wollen. Viele Kompromisse wurden eingegangen, um die Versorgung der Bevölkerung zu sichern, viele Verordnungen wurden nur halbherzig umgesetzt und es kann nicht die Rede davon sein, daß der NS-Staat eine dezidiert mittelständische Wirtschaftspolitik betrieben habe.<sup>74</sup> Ziel war es vielmehr, ein breites, dezentrales Netz von

<sup>71</sup> Vgl. Verbrauchergenossenschaften, 1935; HOERNIGK, 1936, 561-573; HASSELMANN, 1971, 456-508.

<sup>72</sup> Förderung, 1935, 14.

<sup>73</sup> Präzise Daten hierzu fehlen. Aber noch zwischen 1938 bis 1940 sank der Umsatz der Lebensmittelfilialen um 14%, während der der Fachgeschäfte um 20% stieg (TIBURTUS, 1949, 23); s. a. SALDERN, 1979, 58-67.

<sup>74</sup> Grundsätzliches hierzu bei SALDERN, 1979.

<sup>68</sup> Zerfall, 1932.

<sup>69</sup> BERNHARD, 1930; BAER, 1932; SALDERN, 1979.

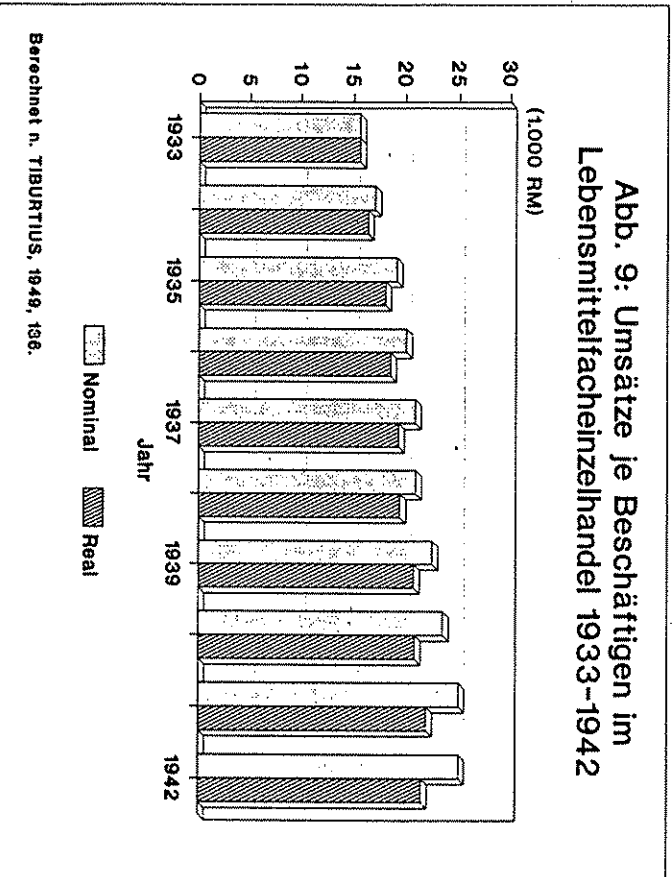
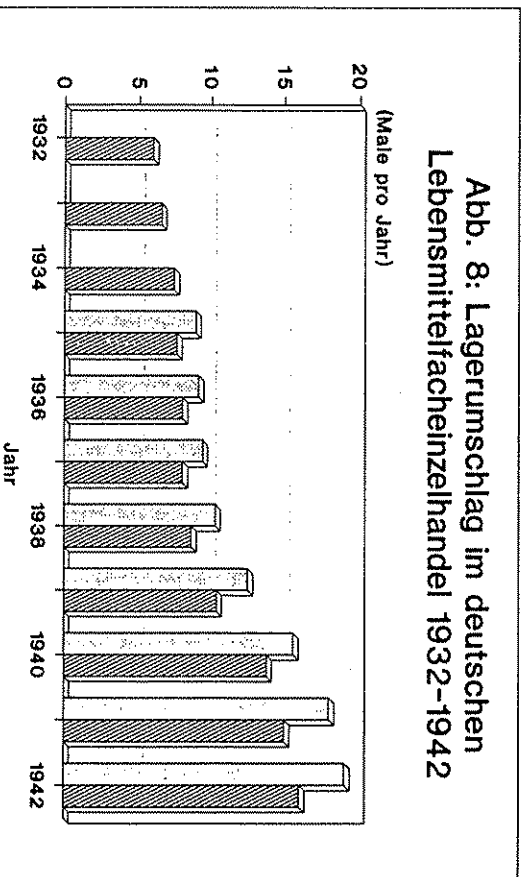
<sup>70</sup> Kurzer Überblick bei UHLIG, 1956, 207-208.

Lebensmittelgeschäften auf Basis lebensfähiger Einzelbetriebe zu errichten. Hatten die Kleinbetriebe daher auf Dauer aus dem gehängigten Marktgeschehen auszuscheiden, so mußte zugleich die betriebswirtschaftliche Basis der verbleibenden Geschäfte wesentlich verbessert werden. Dieses technische Ziel hatte dezidiert politische Hintergründe: Nur mit einem rationalisierten Distributionssystem schien 1. die für die innere "Stimmung" wichtige kontinuierliche Grundversorgung gewährleistet, 2. die Umstellungen innerhalb der deutschen Ernährungswirtschaft einfacher umgesetzt und 3. schließlich eine verbrauchernehe Handelsstruktur für einen möglichen Expansionskrieg gewährleistet werden.

Um dies zu erreichen, verband die Staatsführung Zugeständnisse an den Fachhandel mit neuartigen Zumutungen. So wurde anstelle der 1932 ca. 50% der Einzelhändler umfassenden Hauptgemeinschaft eine neue Zwangsorganisation, die Wirtschaftsprüfung Einzelhandel geschaffen, der Lebensmittelhandel 1935 in einer speziellen Fachgruppe Nahrungs- und Genussmittel organisiert.<sup>75</sup> Daneben gehörten die Händler sozialpolitisch der Deutschen Arbeitsfront und branchenspezifisch dem Reichsnährstand an. Damit war ein Netz korporativer, in sich heterogener Institutionen entstanden, welches zusammen mit weiteren NS-Organisationen erst die Möglichkeit effektiver Rationalisierung wie auch Umsetzung staatlicher Verordnungen bot.

Das Einzelhandelschutzgesetz v. 12.05.1933 schrieb die Zahl der Geschäfte fest und verbot Neueröffnungen, später wurden diese von Bedürfnisprüfungen und Sachkundenachweisen abhängig. Damit einher ging ein System korporativer Gegenseitigkeitsverträge zwischen Industrie/Landwirtschaft und Handel, welches staatlicherseits mit Preisbegrenzungen begleitet wurde. Produktion, Groß- und Einzelhandel wurden so begrenzt, aber doch feste Gewinnspannen zugewilligt, die durch korporativ gesetzte Höchst- und Mindestpreise gefestigt wurden.<sup>76</sup> Innerhalb dieses Rahmens versuchte man dann einheitliche, v.a. kostengünstige Werbung einzuführen und schritt zu einer politischen und betriebswirtschaftlichen Erziehung der Händler, wie auch zu umfangreichen Neuregelungen im Lehrlingswesen.<sup>77</sup>

Insgesamt verbesserten diese Maßnahmen v.a. seit 1935 die ökonomische Lage des Lebensmitteleinzelhandels. Auch der Preisstop 1936 wirkte sich aufgrund der günstigen Gesamtkonjunktur kaum negativ aus. Wesentliche



<sup>75</sup> Näheres bei ODER, 1937, 63-70.  
<sup>76</sup> TIBURTIUS, 1934, 288-292.  
<sup>77</sup> TIBURTIUS, 1935, 708-719.

Grundkennziffern, wie die Lagerumschlaggeschwindigkeit oder aber der Umsatz pro Beschäftigten stiegen deutlich und kontinuierlich an (Abb. 8/9). Auch die Rentabilität der Geschäfte erhöhte sich, mittlere Betriebe wiesen die relativ größten Steigerungsraten auf (Tab. 11):

Tab. 11: Gewinne im Kolonialwareneinzelhandel 1932 und 1937 (% v. Umsatz)<sup>78</sup>

Umsatz (RM)	1932		1935		1937	
	Zur Miete Grundstück	Eigenes Grundstück	Zur Miete Grundstück	Eigenes Grundstück	Zur Miete Grundstück	Eigenes Grundstück
bis 5.000	.	.	8,8	10,7	11,6	13,6
5.000-20.000	7,0	8,5	8,1	9,6	8,9	10,1
20.000-50.000	4,3	5,5	6,7	7,7	7,5	8,4
50.000-100.000	3,2	4,1	5,5	6,1	6,2	6,9
100.000-500.000	1,3	2,1	4,6	5,2	5,1	5,9
500.000-1.000.000	1,6	1,6	3,6	4,0	4,6	5,2

Die Kleinstgeschäfte profitierten vom allgemeinen Aufschwung des Lebensmittel Einzelhandels nur wenig. Die zugewiesenen Gewinn- und Handelsspannen waren für sie meist zu niedrig, die Preisvorschriften konnten vielfach nicht eingehalten werden. Viele Betriebe gaben daher ihre Tätigkeit auf, mehr noch vergrößerten und rationalisierten begrenzt ihr Geschäft (Vgl. Tab. 9). Zwischen 1933 und 1939 sank trotz einer um 6,2% gestiegenen Bevölkerung die Zahl der Lebensmittel Einzelhandelsbetriebe um 3,4%, während trotz der schwindenden Bedeutung der Großbetriebe die durchschnittliche Zahl beschäftigter Personen um 8,1% stieg. Konsolidierung gab es nur um den Preis gesteigerter Leistungsfähigkeit.

Diese glatten Ziffern haben jedoch ihre Grenzen: So ist beim Umsatz lediglich die nominale Entwicklung gesichert, während die Deflationierung mittels der offiziellen Ernährungsindexziffer mit Sicherheit ein zwischen 5% und 15% zu günstiges Bild zeichnet. Und zum anderen führten die staatlichen und korporativen Zwangsmaßnahmen dazu, daß sich auch während der 1930er Jahre eine Vielzahl grauer und schwarzer Märkte bildete, wo für Lebensmittel weit höhere Preise gezahlt wurden.<sup>79</sup> Dies galt insbesondere für Fleisch und Fettwaren, aber auch für viele Genussmittel. Die Abkehr von der Gewerbefreiheit führte zu einer Schattenwirtschaft, die das kollektive Gedächtnis fälschlich auf die Zeit nach dem 2. Weltkrieg begrenzt.

<sup>78</sup> Betriebsstruktur, 1935, 16-17; Umsatz, 1937, 442; Betriebsstruktur, 1940, 44-45;

<sup>79</sup> Gewinn einschließlich Kapitalverzinsung und Unternehmerlohn.

<sup>79</sup> HACHTMANN, 1988, 57.

Die Sortimente durften sich insgesamt leicht verbreitert haben, zugleich schwand die Tiefe (Tab. 12). Die Devisenknappheit führte viele Kaffee-, Tee- und Schokoladespezialgeschäfte dazu, ihre Sortimente deutlich zu verbreitern. Milch- und Milchproduktgeschäfte verkauften vermehrt auch andere Lebensmittel.<sup>80</sup> Ebenso wurden viele Waren heimischer Produktion besonders gefördert, beanspruchten neue Ersatzmittel und Surrogate einen breiteren Raum.<sup>81</sup> Verpackungen wurden aufgrund der Kosten weniger verwandt, lose Ware wurde wieder bedeutender.<sup>82</sup> Die Einführung von Kühlschränken in die Läden wurde korporativ gefördert, führte angesichts der geringen Kühlschränkdichte in den Haushalten aber nur bei Fisch zu begrenzten Verkaufserfolgen.<sup>83</sup> Auch die hohe Bedeutung, die dem Ausgleich der Tages-, Wochen- und Jahresschwankungen beigemessen wurde, dürfte zu einer Ausweitung des Warensortiments gerade im Non-Food-Bereich geführt haben.<sup>84</sup> Demgegenüber gewann das Handwerk, v.a. die Fleischer, wieder Marktanteile zurück.<sup>85</sup> Deutliche Fortschritte gab es bei der Typisierung und Sortenbildung, die durch Gegenseitigkeitsverträge der Wirtschaftsgruppen erzielt wurden.

Tab. 12: Warenanteile im Lebensmittelfacheinzelhandel 1934<sup>86</sup>

Warengruppe	Anteil (%)
Fettwaren/Eier	20-30
Zucker	10-17,5
Mühlenerzeugnisse/Teigwaren/Hülsenfrüchte	7-12
Kaffee/Tee/Surrogate	5-10
Frishobst/-genüsse/Kartoffeln/Süßfrüchte	3,2-7,6
Fleisch- und Wurstwaren	2-8
Weine/Spirituosen/Säfte	1-6
Tabakwaren	2-5
Süßwaren/Kakao	1-5
Salz/Essig/Sauerkohl/Mostrich/saure Gurken	1,7-3
Konserven/Marmeladen/Honig/getr. Früchte	0,7-4
Gewürze/Mandeln/Rosinen	0,4-2,1
Wasch- u. Reinigungsmittel/Leucht- u. Brennstoffe	7-12

<sup>80</sup> TIBURTIUS, 1942, 64.

<sup>81</sup> OHLENDORF, 1941, 404.

<sup>82</sup> Wirtschaftsgruppe, 1937, 54.

<sup>83</sup> HELLMANN, 1990, 108-117.

<sup>84</sup> OHLENDORF, 1941, 400-402.

<sup>85</sup> TIBURTIUS, 1949, 46.

<sup>86</sup> TIBURTIUS, 1937, 85.



Wandlungen ergaben sich auch im äußeren Erscheinungsbild der Geschäfte. Viele Einzelhändler betrieben verstärkt Gemeinschaftswerbung, die starker produkt- und themenbezogen war. Dabei wurde der Lebensmittel Einzelhandel v.a. seit dem Vierjahresplan 1936 in breitem Maße für die Verbrauchlenkung der Bevölkerung eingesetzt. Federführend wirkte er bei der "Kampf-dem-Verderb"-Bewegung mit, die sich eine rationelle Ausnutzung aller Nahrungsmittel zum Ziel gesetzt hatte. Er warb für den Verzehr von mehr Fisch, mehr Obst und Gemüse, für Marmelade anstelle von Schmalz und Butter. Und seine Schaufenster wurden Teil der Propagandamaschinerie des Nationalsozialismus.<sup>87</sup> Hier zeigt sich deutlich, wie die innerbetriebliche Rationalisierung während des Dritten Reiches in engem Zusammenhang mit Herrschaftssicherung und -legitimation zu sehen ist.<sup>88</sup> Spätestens seit 1936/37 stand die Förderung eines verbraucherorientierten, dezentralen und finanziell belastbaren Distributionssystems eindeutig unter dem Vorbehalt des Krieges. Im Krieg stieg die Bedeutung der kleinen Geschäfte, welche durch Kundenlisten einen festen Käuferstamm zugewiesen bekamen und von denen viele Kunden sich zugleich eine relative Bevorzugung in der Rationierungswirtschaft erhofften.<sup>89</sup> Überbetrieblich wurden geringere Rationalisierungserfolge erzielt. Hauptgrund hierfür war die strikte politische Orientierung an den Wirtschaftsstufen Produktion-Großhandel-Einzelhandel. Die Einkaufsgenossenschaften waren anfangs dem Regime nicht sonderlich erwünscht und ihr Wachstum wurde abgeschwächt.<sup>90</sup> Der Großhandel ging zugleich dazu über, mittels Einkaufsrufen bzw. freiwilligen Ketten eine Bündelung des Verkaufs vorzunehmen, wobei die Einzelhändler nur Einkaufsverpflichtungen auf Zeit übernahmen. Gab es 1934 bereits als Ausnahmeerscheinung fast 1.200 "Hamburger Kaffeelager", die von der Großhandelsfirma Thams & Garls beliefert wurden, so verbreiterte sich diese Bewegung während der 1930er Jahre deutlich, ohne daß aber genaue Zahlen bekannt wären.<sup>91</sup> Weitergehen

<sup>87</sup> Vgl. Wirtschaftsgruppe, 1937, 27, 55; ODER, 1937, 60-62.

<sup>88</sup> SCHADDER, 1942, 161-169.

<sup>89</sup> TIBURTIUS, 1949, 28.

<sup>90</sup> Deren Geschichte läßt sich bis in die 1870er Jahre zurückverfolgen. Vgl. WEGHMANN, 1938, 44-49.

<sup>91</sup> WEGHMANN, 1938, 49-50; TIBURTIUS, 1942, 570-571; TIBURTIUS, 1949, 54. Die vielfältigen Behauptungen, die freiwilligen Ketten seien reine Nachkriegsprodukte (etwa SEVERING, 1974, 35) sind falsch, man vergleiche nur den Aufstieg der Kette Müller-Augsburg.

den Chancen einer korporativen Zusammenarbeit wurden dagegen durch gegenseitige Blockaden der einzelnen Gruppen zunichte gemacht.

##### 5. Permanente Rationalisierung in Vertrieb und Verkauf: Lebensmittelhandel in der Bundesrepublik Deutschland 1949-1991

Der Krieg und die nachfolgende Besatzungszeit waren für den Lebensmittelhandel wiederum Jahre schwieriger Warenbeschaffung, war er doch wiederum Verteilungsstelle für die knappen, teils unzureichenden Rationen.<sup>92</sup> Die Nahrungsmittelhilfe der Alliierten bewahrte die deutsche Bevölkerung zwar vor einer Hungerkatastrophe, die mit der Verteilung des Mangels verbundenen Preissetzungen führten aber zu einem Bedeutungsgewinn der schwarzen Märkte, die trotz offiziellen Verbotes eine wichtige Versorgungsrolle ausfüllten.<sup>93</sup> Wie nach dem Ersten Weltkrieg gewannen direkte Beziehungen zwischen Landwirtschaft und Käufern wachsende Bedeutung. Und wie zu Beginn der Weimarer Republik waren es wiederum die neuen Betriebsformen, die in verstärktem Maße rationalisierten, um verlorene Marktanteile zurückzugewinnen. Der eigentliche Unterschied lag - abgesehen von den wesentlich günstigeren wirtschafts- und außenpolitischen Rahmendaten - in der veränderten und rationalisierungsbereiten Grundhaltung auch der mittleren Betriebe des Einzelhandels. Diese hatte ihre Wurzeln nicht primär im Wegfall vielfältiger staatlicher Restriktionen seit 1948/49, sondern war seit den frühen 1930er Jahren in wachsendem Maße ausgebildet worden.<sup>94</sup> Nur so sind die tiefgreifenden Veränderungen der 50er und 60er Jahre in ihrer Geschwindigkeit verständlich, Veränderungen die die 100jährige Dominanz des kleinen Ladengeschäftes durchbrachen und die Lebensmittelbranche zu dem am stärksten rationalisierten Sektor des Einzelhandels werden ließen.

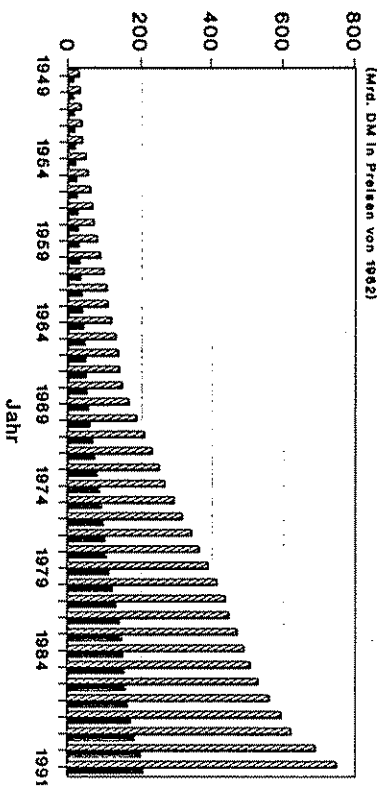
Schon die äußere Entwicklung war beeindruckend (Abb. 10/11). Die Umsätze des Lebensmitteleinzelhandels stiegen von 1949-1991 nominal um das mehr als 15, real um das 6,5fache. Auch unter Einbezug der Bevölkerungs-

<sup>92</sup> Vgl. NIESCHLAG, 1947, 814-815. Die Zerstörungen waren sehr unterschiedlich: Kiel wies etwa 80% zerstörte Geschäfte auf, München dagegen nur 32%.

<sup>93</sup> THIEDE, 1954.

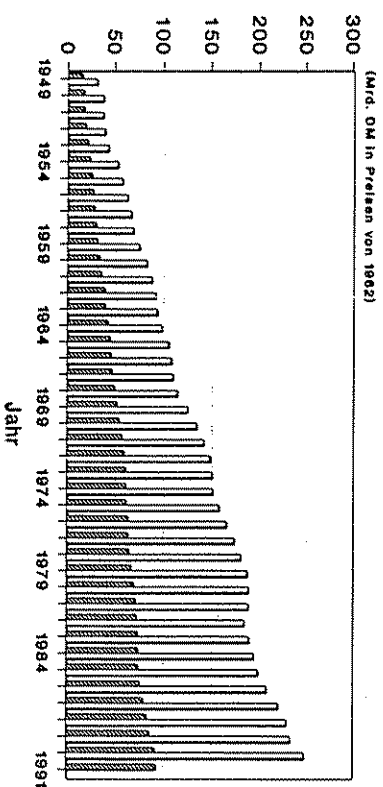
<sup>94</sup> Anders NIESCHLAG, 1962, 498-499. Zu beachten ist, daß die Bundesregierung viele Restriktionen wieder bzw. neu etablierte, etwa 1957 die Berufsausübung an persönliche Zuverlässigkeit und Sachkunde band. Letzteres wurde 1965 für verfassungswidrig erklärt. Die Einzelhandelspolitik der Adenauerzeit war mitreifeandensfreundlich und zielte nur unter diesem Vorbehalt auf Gewerbefreiheit.

### Abb. 10: Umsätze des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland 1949-1991



Berechnet n. SEYFFERT, 1972, 253; SB, 1988, 33; Arbeitsbericht, 1991; DISCH, 1988, 50; Jahrbuch, 1982, 230.

### Abb. 11: Umsatzentwicklung des Lebensmittel Einzelhandels 1949-1991

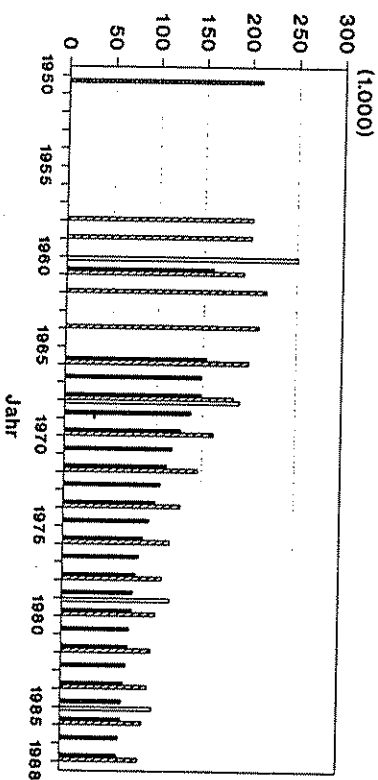


Berechnet n. SEYFFERT, 1972, 253; SB, 1988, 33; Arbeitsbericht, 1991; DISCH, 1988, 50; Jahrbuch, 1982, 230.

entwicklung verfünfachten sich die Umsätze real. Lediglich 1984 stagnierten sie, stiegen ansonsten kontinuierlich und stetig. Die relative Bedeutung des Lebensmittelsektors sank allerdings von 46,8% 1949 über 35,7% 1960 auf 1991 27,5% Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz - eine Folge neuer Branchen (z.B. Kfz) bzw. des allgemein wachsenden Konsums langlebiger Gebrauchsgüter.

In anderen Bahnen verlief die Entwicklung der Betriebszahlen (Abb. 12). Während 1948 bis 1952 die Zahl der Lebensmittelgeschäfte deutlich stieg, stagnierte sie dann auf diesem Niveau, um sei Ende der 1950er Jahre kontinuierlich zurückzugehen.<sup>95</sup> Aufgrund der nicht vergleichbaren, erst 1962 grundlegend neu geordneten Umsatzsteuerstatistik ist der Wandel in den 1950er Jahren nicht genau nachzuzeichnen. Sicher aber lag der entscheidende Rückgang der Betriebe in den 1960er bzw. frühen 1970er Jahren, allein zwischen 1962 und 1976 halbierte sich die Zahl der Geschäfte.<sup>96</sup>

### Abb. 12: Lebensmittelgeschäfte in der Bundesrepublik Deutschland 1950-1988



<sup>95</sup> Für 1949 bis 1955 liegen bei WARIN, 1958, 126-153, Handelskammerzahlen aus Nordrhein-Westfalen vor.

<sup>96</sup> Abb. 12 zusammengest. n. SB, 1988, 39; BATZER, 1992, 42; Arbeitsbericht, 1981, 127; BARENSTEIN, 1980, 54; Arbeitsbericht, 1963, 123; Arbeitsbericht, 1962, 122; Arbeitsbericht, 1960, 109; Handelszählung, 1986, 29, 32; Handelszählung, 1982, 37, 44; Handelszählung, 1973, 14; Handelszählung, 1965, 7; Arbeitsstätten, 1952, 124.

Abb. 13: Selbstbedienungsgeschäfte im  
Lebensmitteleinzelhandel 1949-1988



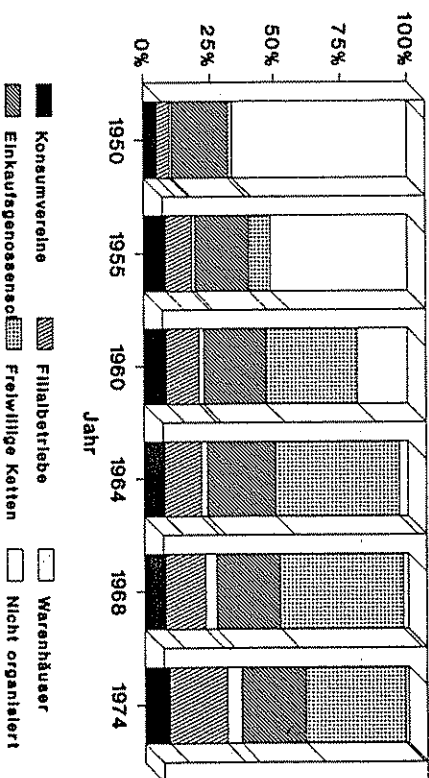
Quelle: SCHULZ-KLINGAUF, 1960, 328  
(Daten wurden korrigiert); SB, 1988, 39  
(ohne Aldi, Unorganisierte, Spezialab.).

Motor der Entwicklung waren abermals die neuen Betriebsformen, v.a. Massenfiliasten und Konsumvereine. Stärker als die mittleren Betriebe von den sich stark verteuernenden Personalkosten abhängig, setzten sie zuerst auf die v.a. aus den USA, aber auch aus der Schweiz und Schweden kommenden Anregungen zur durchgreifenden Rationalisierung des Betriebes und des Verkaufs.<sup>97</sup> Aufgrund ihrer Einkaufsmacht, aber auch ihrer Fähigkeit zentral abzapfen, waren sie die eigentlichen Wegbereiter der Selbstbedienung, deren Durchbruch im Facheinzelhandel erst 1957 gelang (Abb. 13). Da die Akzeptanz dieser Läden anfangs gering war, bauten die Konsumvereine seit 1952 zudem ein Netz von Tempo-Läden auf.<sup>98</sup>

<sup>97</sup> Vgl. die breite Debatte in Konsumgenossenschaftliche Rundschau 1947 und 1948; Studienreisen, 1951.

<sup>98</sup> Tempo-Läden verkaufen wie SB-Geschäfte abgepackte und ausgezeichnete Lebensmittel. Die vom Kunden gewünschten Waren wurden von der hinter der gläsernen Verkaufstheke bedienenden Verkäuferin in einen Korb gelegt, anschließend zu einer Registrierkasse gebracht. Vgl. PRIESS, 1952; BIESINGER, 1952; JEDICKE, 1953; Noch 1960 arbeiteten knapp 30% aller Konsumläden nach diesem System, der endgültige Bruch zugunsten der Selbstbedienung lag zwischen 1958 und 1959.

Abb. 14: Umsatzanteile im Lebens-  
mitteleinzelhandel 1950-1974



Quelle: BATZER, 1965, 37; BATZER u.a.,  
1971, 119; SB, 1975, 20.

Kostendegressionen konnten am besten über wachsende Umsatzziffern erzielt werden, dazu diente eine aggressive Preis- und Werbepolitik. Diese war möglich, weil man zum einen den Anteil nicht preisgebundener Eigenmarken deutlich erhöhte, zum anderen das bisherige Sortiment zuerst um Frischwaren, dann um Tiefkühlkost erweiterte. Insbesondere Obst, Gemüse und Fleisch waren frei kalkulierbare Artikel, die als preispolitische "Zugpferde" dienten.<sup>99</sup>

Zwei Entwicklungen sind besonders hervorzuheben: Zum einen gelang es den Konsumvereinen nicht, ihren Vorkriegsstand wiederzuerlangen, vielmehr verloren sie seit den 1960er Jahren Marktanteile (Abb. 14). Die allgemeine Intensivierung des Wettbewerbs ließ sie die Preisführerschaft an die Filialbetriebe verlieren. Einen entscheidenden Einschnitt bildete das "Gesetz zur Änderung von Vorschriften des Gesetzes betreffend die Erwerbs- und Wirtschaftsgenossenschaften und des Rabattgesetzes" vom 21. Juli 1954.<sup>100</sup> Zwar

<sup>99</sup> BATZER u.a., 1971, 123-141.

<sup>100</sup> Vgl. HASSELMANN, 1971, 623-635. Die Eigenfinanzierung sank von 1954 bis 1956 von 13,6 auf 5,2 Mio. DM.

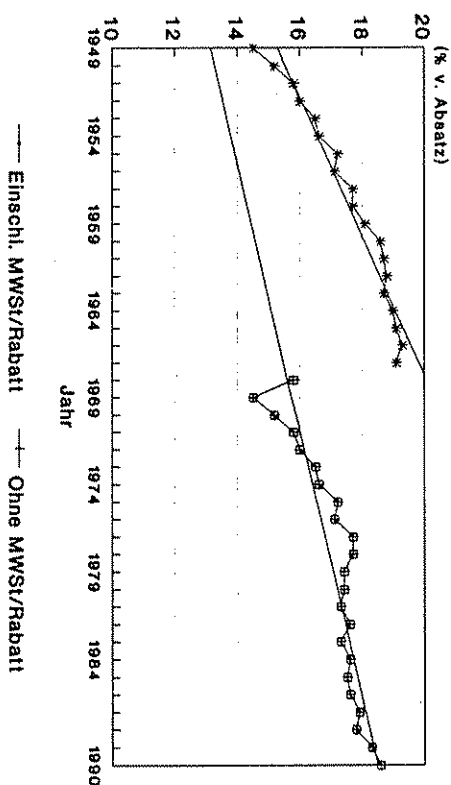
wurde dadurch der Verkauf an Nichtmitglieder erlaubt, zugleich aber wesentliche Elemente der NS-Gesetzgebung bekräftigt. Die Rückvergütung mußte wiederum auf 3% begrenzt werden, ebenso wurde verboten, daß die Konsumgenossenschaften Sparkassenfunktionen für ihre Mitglieder ausübten. Das versetzte der Selbstfinanzierung der Genossenschaften ein wesentliches Schlag, gerade als der Kapitalbedarf immer stärker wuchs. Zugleich gelang es ihnen nicht, ihre Organisationsstruktur stärker zu modernisieren, sich rechtzeitig von unrentablen Produktionsbetrieben zu trennen. Letztlich schwand auch die Bindekraft des gemeinwirtschaftlichen Gedankens, zumal mit der Selbstbedienung der persönliche Kontakt zur Genossenschaft immer mehr abnahm. Nach einigen Reorganisationsversuchen wurde 1969 schließlich die Coop-Gruppe gegründet, der jedoch nicht alle Genossenschaften beitraten. 1974 zur Aktiengesellschaft umgewandelt, unterschied sie sich nur noch graduell von den Massenfiliälbetrieben, bildet aber auch heute noch ein wichtiges Segment des bundesdeutschen Lebensmittel Einzelhandels.

Daneben verdeutlicht Abb. 14 eine entscheidende Wandlung innerhalb des Fach Einzelhandels. Neben die Einkaufsgenossenschaften traten verstärkt seit Mitte der 1950er Jahre die freiwilligen Gruppen bzw. Ketten.<sup>101</sup> Ihre Verbreitung wurde durch den vom Widererstarken der Großbetriebe besonders betroffenen Großhandel forciert, er griff hierbei aber auf Rationalisierungsvorgaben der 30er Jahre zurück. Nun konnte außerdem mit internationalen Gruppen zusammengearbeitet werden, vor allem die niederländischen SPAR, VIVO, Vége, CENITRA und T.I.P., die französische IFA und die Schweizer A & O repräsentierten bedeutende Ladenketten. Auf verbilligtem gemeinsamen Einkauf gründend, förderten die Zentralen gleichartige Ladenfronten und Werbung, führten neue Handelsmarken ein und erweiterten das Warensortiment deutlich. Die freiwilligen Gruppen bzw. Ketten banden bis Anfang der 1960er Jahre fast alle noch unorganisierten Händler. Seitdem standen sich auf dem bundesdeutschen Markt nicht mehr Händler, sondern nurmehr Gruppen gegenüber, die nun ihre Organisationen durch permanente Rationalisierung wettbewerbsfähig hielten.

Dieser Weg vom Individual- zum Gruppenwettbewerb wurde durch die erhöhten Investitionsleistungen, durch wachsende Kosten geebnet. Die Betriebshandelsspanne stieg trotz Rationalisierung stetig an (Abb. 15). Zugleich aber hofften viele Einzelhändler auf eine Verbesserung der eigenen Ge-

<sup>101</sup> DISCH, 1966, 130-141; ELL, 1968, 82-93.

Abb. 15: Betriebshandelsspanne im Lebensmittelfach Einzelhandel 1949-1990



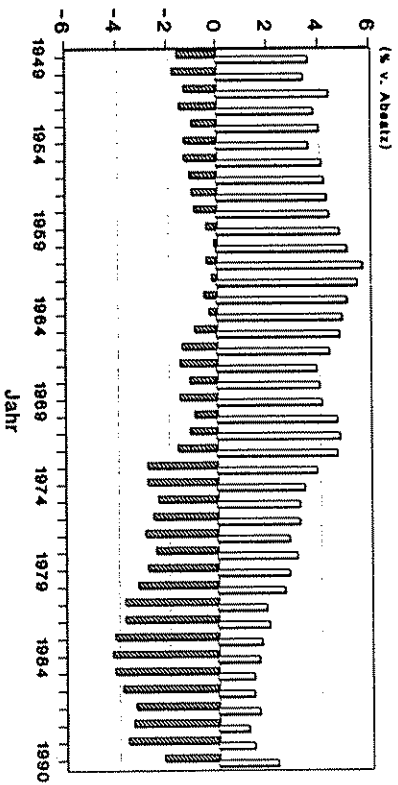
Quelle: Umsatz, 1992; Umsatz, 1973; Umsatz, 1992; PHILLIPS, 1980-1991.

winnssituation. Bis Ende der 1950er Jahre gelang dies auch, danach aber verringerten sich die Betriebsergebnisse aufgrund des immer intensiver werdenden Gruppenwettbewerbs und dem gleichzeitigen starken Umsatzwachstums der Einzelbetriebe. Für die Lebensmittelgeschäftliche ist bezeichnend, daß sie seit 1949 durchschnittlich mit betriebswirtschaftlichen Verlusten arbeiteten (Abb. 16).

Dabei schnitten die kleinen und mittleren Betriebe des Fach Einzelhandels mit 2 bis 5 Beschäftigten deutlich schlechter ab als die größeren Betriebe mit 6 bis 20 beschäftigten Personen (Abb. 17). Hier lag die betriebswirtschaftliche Ursache für den starken Rückgang der Betriebszahlen.

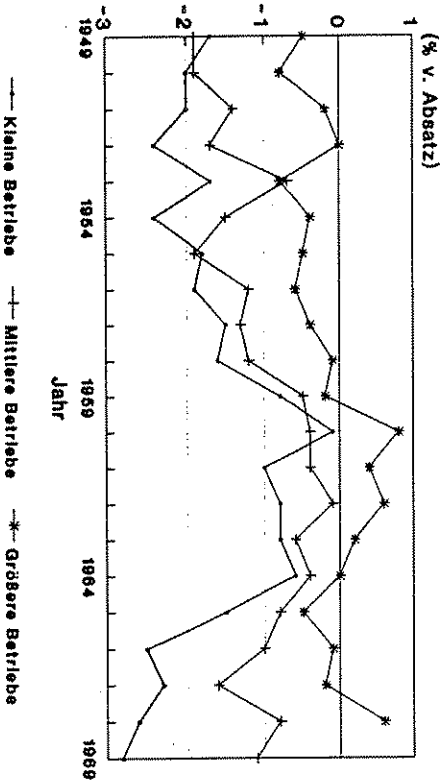
Die Gruppenbildung im Lebensmitteleinzelhandel war Grundlage und Hintergrund des starken Rückgangs der Betriebszahlen seit Anfang der 1960er Jahre. Die Einkaufsgenossenschaften und freiwilligen Gruppen/Ketten führten ihre Mitglieder zu einem insgesamt höheren Leistungslevel, verschlechterten damit aber zugleich die Chancen außerhalb dieser Gruppen existieren zu können. Damit gewannen sie zugleich die Möglichkeit, verstärkt regelnd auf ihre Mitglieder einwirken zu können, die so ihre Selbständigkeit mehr und mehr verloren. Der Fach Einzelhandel wurde nicht durch die Groß-

Abb. 16: Betriebsergebnisse im Lebensmittelfacheinzelhandel 1949-1990



Berechnet n. Umsatz, 1962; Umsatz, 1973; Umsatz, 1982; PHILIPP, 1980-1991.

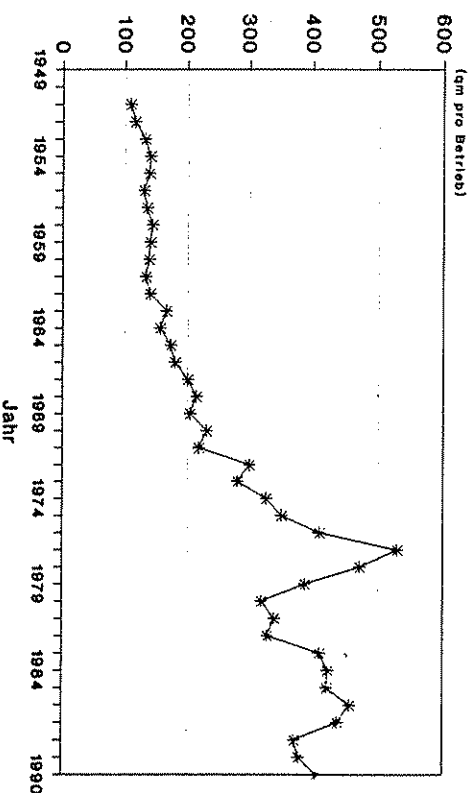
Abb. 17: Betriebswirtschaftliches Betriebsergebnis nach Größenklassen



Quelle: Produktivitätsentwicklung, 1973, 72.

betriebe geschluckt, sondern schuf selbst die Formen, in der die eigenen Organisationen das massenhafte Sterben der kleinen Nachbarschaftsläden forcierten, um die leistungsfähigeren Betriebe wettbewerbsfähig zu machen. Deutliches Attribut für die wachsende Leistungsfähigkeit war die auch im Fachhandel steil steigende Verkaufsfläche (Abb. 18).

Abb. 18: Durchschnittliche Verkaufsfläche im Lebensmittelfacheinzelhandel



Berechnet n. Umsatz, 1962; Umsatz, 1973; Umsatz, 1982; PHILIPP, 1980-1991.

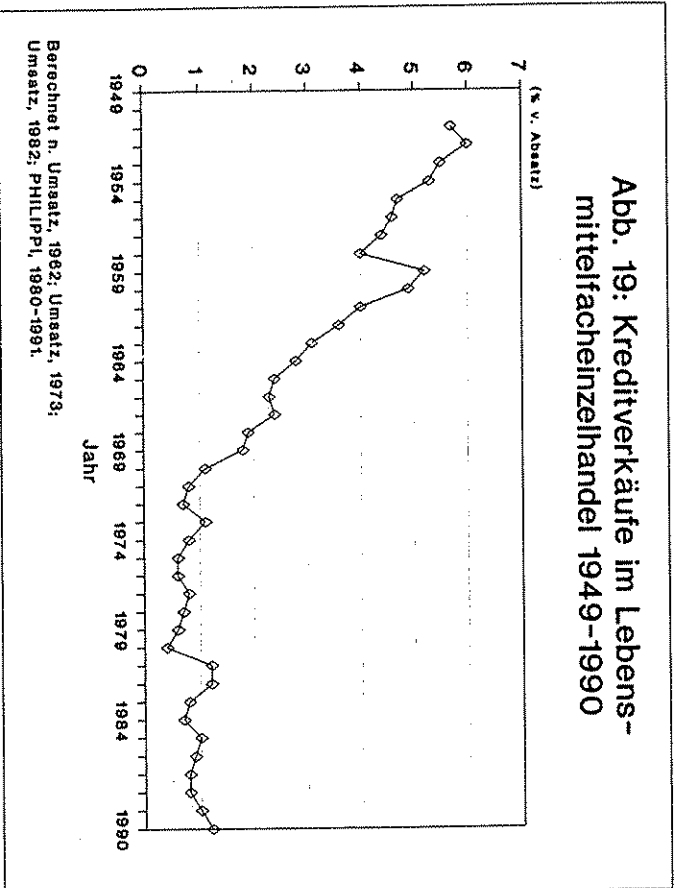
Mit der Leistungssteigerung der Fachgeschäfte begann endgültig in den 1960er Jahren eine Universalisierung der neuen Betriebsformen. An die Stelle der Scheidung nach Organisations- und Einkaufsstrukturen trat immer mehr die nach Sortimenten, nach Verkaufsfläche, nach Breite, Qualität und Tiefe des Angebots. Der bundesdeutsche Markt war zu diesem Zeitpunkt grundsätzlich gesättigt, nicht mehr Mangelware, sondern Überfluß wurde angeboten.<sup>102</sup> Zwingend entschied hier der nackte Preis: Die Discounter setzten seit Ende der 1950er Jahre Maßstäbe für eine billige Grundversorgung, während

<sup>102</sup> MAYER, 1976, 204.

mit den frühen 1970er Jahren in anderen Segmenten des Lebensmittel Einzelhandels deutliche Trading-Up-Bemühungen zu erkennen sind.<sup>103</sup>

Diese Entwicklung wäre ohne den Konsumenten nicht möglich gewesen. Auch er veränderte sein Einkaufsverhalten und unterstützte damit die tiefgreifende Rationalisierung im Lebensmittel Einzelhandel. Erstens gelang es bis Ende der 1960er Jahre die Barzahlung auch praktisch zu verwirklichen. Entscheidend dürfte hierfür die strikte Rechenhaftigkeit der Selbstbedienungsläden gewesen sein. Anfang der 1970er Jahre verschwand dann auch die Raibatmarke (Abb. 19).<sup>104</sup>

Abb. 19: Kreditverkäufe im Lebensmittel Einzelhandel 1949-1990



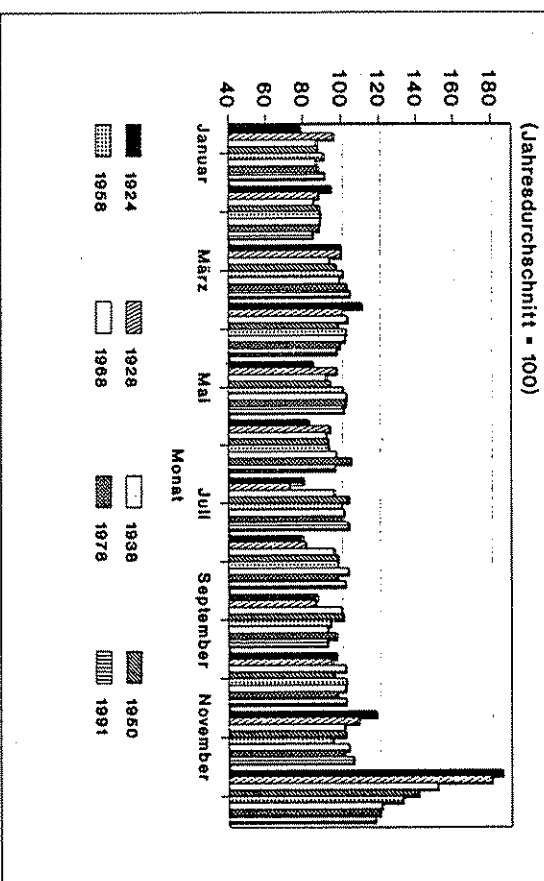
Zweitiens schiffen sich die wöchentlichen und jährlichen Schwankungen deutlich ab. Während der Woche lag dies sowohl an der wachsenden Haltbarkeit der Lebensmittel, der Abkehr von der wöchentlichen Lohnzahlung und insbesondere an der strikten Ladenschlußregelung des Jahres 1956, die die Öffnungszeiten insgesamt und v.a. am Samstag deutlich begrenzte. Dagegen dürfte die zunehmende Gleichförmigkeit der monatlichen Umsätze auf die

<sup>103</sup> WILD, (1963); TIETZ, 1965; Speisekammer, 1974. Vgl. allg. GIERL, 1991.

<sup>104</sup> Tod, 1974.

starke allgemeine Wohstandsmehrung zurückzuführen sein. Der Festcharakter von Weihnachten wurde immer stärker abgeschliffen, die tägliche Ernährung näherte sich immer stärker der des früheren Festes (Abb. 20).<sup>105</sup>

Abb. 20: Monatliche Umsatzschwankungen im Lebensmittel Einzelhandel 1924-1991



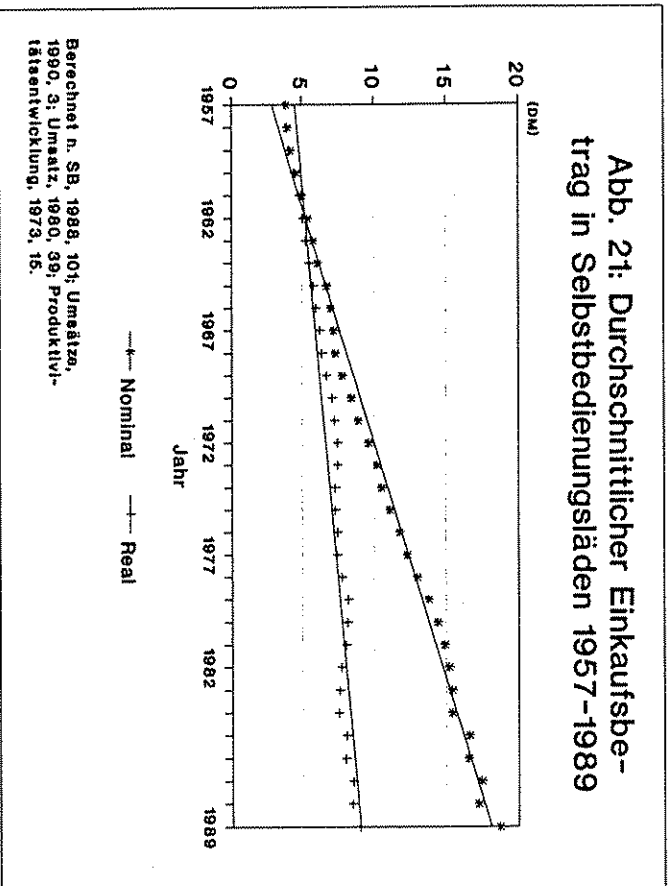
Und drittens verdoppelte sich der durchschnittliche Kaufbetrag real zwischen 1957 und 1989. Selbstbedienung und länger haltbare Waren waren hierfür ebenso verantwortlich wie die insgesamt erhöhte Kaukraft (Abb. 21).

Die veränderten Einkaufsgewohnheiten wurden vom Lebensmittel Einzelhandel bewußt unterstützt, waren Teil des allgemeineren Wandels vom Kunden zum Konsumenten. Die alltägliche Kommunikation an der Ladentheke wich einer bisher unbekannteren Kommerzialisierung der Mensch-Mensch-Beziehungen, Waren und Käufer emanzipierten sich von persönlichen Ele-

<sup>105</sup> Abb. 20 ber. n. KEISER/RUBERG, 1930, 81; Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung 11, 1938, Nr. 46, 2. Beil. bzw. 12, 1939, Nr. 35/36, 2. Beil.; Jahrbuch, 1952, 230; Arbeitsbericht, 1961, 123; Wirtschaft und Statistik 1969, 220\* bzw. 1979, 249\*; Beschäftigte und Umsatz im Einzelhandel (Mebzahlen), Februar 1991 bzw. April, Juni, August, Oktober, Dezember und Jahr 1991, Wiesbaden 1991 bzw. 1992, (FS 6, R. 3.1), 6, 9. Vgl. SCHENK, 1966.

menten.<sup>106</sup> Der Erlebnisgehalt des Einkaufens schwand in den 1950er und 1960er Jahren aufgrund einer immer stärker werdenden Fixierung auf das verkaufte Produkt. Die verstärkte Betonung des Erlebnishandels seit den 70er Jahren ist demgegenüber der Versuch, diesem Prozeß mit einer ausgeglicherten Palette von Spezialleistungen entgegenzuwirken. Erlebnishandel ist großbetriebliches Substrat für die verschwundene persönliche Kommunikation im kleinen Nachbarschaftsladen.

Abb. 21: Durchschnittlicher Einkaufsbeitrag in Selbstbedienungsläden 1957-1989



Vorreiter der Entwicklung waren auch hier die neuen Betriebsformen. Unterschieden sich deren einheitliche Ladenfronten schon vom üblichen Einzelhandelsgeschäft, so veränderten sie seit Ende der 1940er Jahre immer stärker auch den Innenraum des Ladens. Bevor die Bedienungstheke fiel, veränderte sich vielfach schon die Warenanordnung. Anstelle der uneinsichtigen, warenversteckenden Regalfächer traten offene Regale, Sichtverkauf wurde so auch im Bedienungsladen möglich. Der Ladentisch wurde von den vielfach dominierenden Aufbauten und Werbeflächen befreit und stärker auf

<sup>106</sup> NIESCHLAG, 1955, 200.

seine ursprüngliche Bedienungsfunktion zurückgeführt.<sup>107</sup> Anstelle der reinen Holztheken nutzten die neuen Betriebsformen schon Anfang der 1950er Jahre vermehrt Kombinationen aus Holz, Metall und Glas, denn diese waren flexibler und unterstützten wesentlich den Übergang zum Sichtverkauf.<sup>108</sup> Schau- fenster und Dekorationen wurden so verändert, daß es möglich wurde, auch von außen in den Laden zu blicken, bevor es dann seit Ende der 1950er Jahre üblich wurde, Sonderangebote durch Bekleben der Scheiben hervorzuheben.<sup>109</sup> Geräte wie Registrierkassen und Kühlschränke hatte es zwar schon vereinzelt seit der Weimarer Republik gegeben, ihre Bedeutung stieg aber erst in den frühen 1950er Jahren deutlich an. Der Übergang zum Sichtverkauf führte schon vor der Durchsetzung der Selbstbedienung zu verstärkten Bemühungen um verkaufsfertige Verpackungen, den hohen Kosten zum Trotz. Es ist bezeichnend für die geringe Nachfragemacht des Handels vor Beginn der Gruppenbildung, daß damals der Einzelhandel dezentral, teils mittels Packautomaten abpackte, während der entscheidende Durchbruch in der Nahrungsmittelindustrie erst Anfang der 1960er Jahre gelang.<sup>110</sup>

Die entscheidende Veränderung brachte jedoch die Selbstbedienung.<sup>111</sup> Mit ihr wurde der Konsument tätig, trat somit aktiv an die Stelle der bisherigen Verkaufskräfte. Offene Regale, Verkaufsgondeln und in wachsendem Maße Kühlrührn/-möbel wurden im gesamten Laden verteilt, die Bedienungstheke hielt sich lediglich als Kassentisch. Teile des Raumes wurden periodisch hervorgehoben und durch Sonderangebote Blickpunkte geschaffen.<sup>112</sup> Zugleich nahm man Abschied von geraden Preisen. Lebensmittelkauf wurde so scheinbar eigenbestimmter, Auswahl sicht- und greifbar, Kaufzwang faktisch abgeschafft. Waren wurden gruppiert, Vielfalt so demonstriert. Allerdings ließen die neuen Verkaufsmöbel, Kassen und Verpackungen die fixen Kosten deutlich steigen.<sup>113</sup> Rentabilität war nur mit größerem Umsatz möglich, der wiederum entweder eine Begrenzung auf wenige gut gehende Waren oder aber eine Sortiments- und damit eine Raumerweiterung erforderte (Abb. 22). Für beide Prozesse bildeten die 1960er Jahre die entscheidende Phase, seit

<sup>107</sup> KLEIN, 1947; KLOSE, 1948.

<sup>108</sup> TIBURTIUS, 1962, 2.

<sup>109</sup> VOß, 1947, 206.

<sup>110</sup> SCHUCHT, 1956, 29. Die Kosten für Verpackung betragen zwischen 4% und 28% des Verkaufspreises (ebd., 23, A. 37), gegenüber durchschnittlich 5,9% 1990.

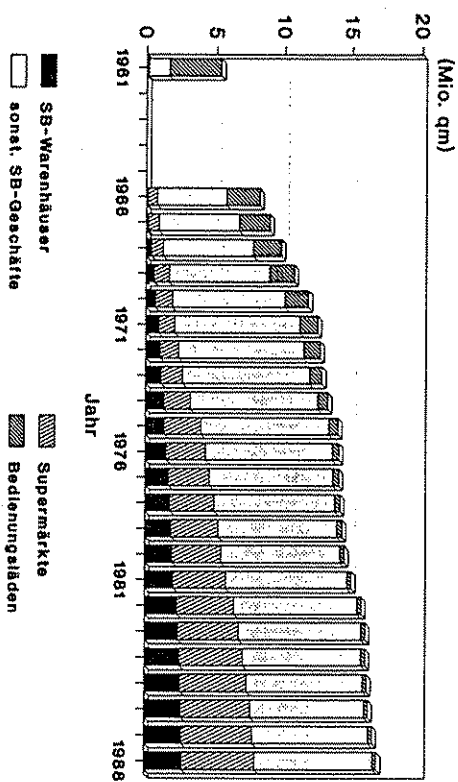
<sup>111</sup> SCHREITERER, 1955.

<sup>112</sup> BIESINGER, 1952, 51.

<sup>113</sup> SCHUCHT, 1956, 28-32.

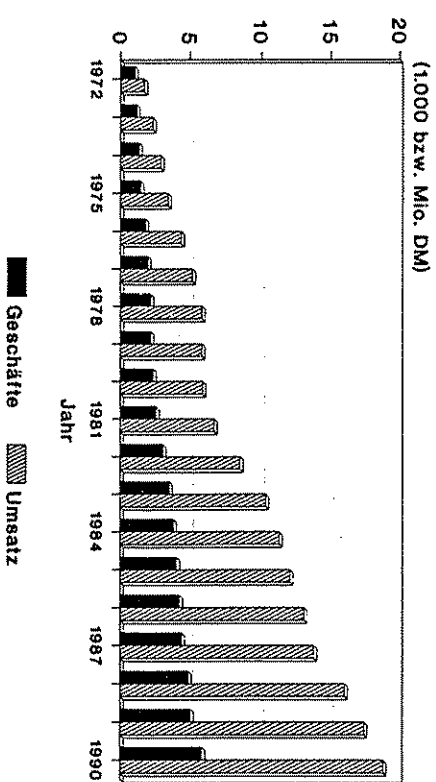


Abb. 22: Verkaufsfächen unterschiedlicher Vertriebsformen 1961-1988



Quelle: SB, 1988, 40-41.

Abb. 23: Lebensmittelcounter in der Bundesrepublik Deutschland 1972-1990



Quelle: Nonfood, 1991, 4 (Ohne Aldi, 1990: ca. 2.200 Geschäfte, 21,5 Mrd. DM Umsatz)

den 1970er Jahren verbunden verstärkt Fachdiscounter schließlich Raumerweiterung und begrenztes, aber preiswertes Sortiment (Abb. 23).

Das Sortiment veränderte sich in den 1950er Jahren stark, in den 1960er Jahren dann grundlegend.<sup>114</sup> An die Stelle der zur Zeit des Nationalsozialismus noch unterstützten umfangreichen Spezialisierung des Lebensmittelhandels trat nun ein zunehmender Trend zum Vollsortiment. Die Spezialbetriebe schlossen sich diesem Trend an, schieden ansonsten entweder aus dem Wettbewerb aus oder versuchten durch tiefere und qualitativ höherwertige Sortimente Trading-Up-Strategien.<sup>115</sup> Die Lebensmittelgeschäfte dagegen nahmen in immer stärkerem Maße Frischwaren in ihr Sortiment auf und erhöhten deutlich die Zahl ihrer Artikel. Der Marktanteil des Nahrungsmittelhandwerks sank leicht, während in den 1950er Jahren der Schrumpfungprozess des eigenständigen ambulanten Lebensmittelhandels begann. In Berlin nahm der ambulante Handel zwischen 1953 und 1962 um 16% ab, 1981 waren nur noch 47,5% der Stände vorhanden (Tab. 13).<sup>116</sup>

Tab. 13: Markthandel in West-Berlin 1953-1962<sup>117</sup>

Jahr	1953	1956	1962
Verfügbare Stände	13.640 (100)	13.367 (98)	11.458 (84)
Wochenmärkte	11.539 (100)	11.266 (98)	9.819 (85)
Markthallen	2.101 (100)	2.101 (100)	1.639 (78)
Besetzte Stände mit			
Kartoffeln, Obst, Gemüse	2.515 (100)	2.679 (107)	2.666 (106)
Fleisch, Wild, Geflügel	683 (100)	786 (115)	813 (119)
Butter, Käse, Eier	815 (100)	619 (76)	636 (78)
Kolonial-, Backwaren	963 (100)	816 (85)	520 (54)
Fisch u. -waren	826 (100)	727 (88)	512 (62)
Sonstigen Waren	3.916 (100)	3.605 (92)	3.016 (77)
Gesamt	9.718 (100)	9.232 (95)	8.163 (84)

Frischwaren wie Fleisch, Obst, Gemüse, Käse, Milch und Brot wurden allerdings noch lange Zeit an offenen Bedienungstheken verkauft. Durch zunehmende Verpackung wurden auch diese Produkte bis Ende der 1960er

<sup>114</sup> Wie gering die Veränderungen zwischen 1952 und 1953 waren, beleuchtet am

Beispiel Kölns: Bedienung, 1954, 14.

<sup>115</sup> Lebensmittelfachgeschäfte, 1959, 397.

<sup>116</sup> RUCHTY, 1982, 384-385.

<sup>117</sup> Entwicklung, 1964.

Jahre grundsätzlich selbstbedienungsfähig, wobei die Einführung von Einwegflaschen für Milch 1957 sicher einen (irr)wegweisenden Bruch bildete.<sup>118</sup> Zusammen mit der neuen Produktpalette der Tiefkühlkost markieren sie die eigentliche Abkehr vom Kolonialwarengeschäft der Vorkriegszeit (Tab. 14).

Tab. 14: Sortimentseränderungen in SB-Geschäften/Supermärkten 1954-1991<sup>119</sup>

Jahr	1954	1963	1969	1974	1988	1991
Fischwaren	444	390	723 (57,0)	668 (46,5)	1.243 (51,2)	1.188 (48,5)
- Fleisch, -waren	258	125	234 (21,1)	165 (16,6)	313 (20,4)	337 (19,8)
- Obst, Gemüse	0	30	61 (12,2)	78 (9,6)	117 (11,0)	88 (11,2)
- Brot, Backwaren	96	108	119 (5,1)	132 (4,3)	248 (3,8)	172 (2,4)
- Molkeerprodukte	90	127	309 (18,6)	297 (16,0)	565 (16,0)	592 (15,1)
Übrige Lebensmittel	793	1.055	1.582 (35,0)	1.850 (38,9)	3.093 (37,9)	3.443 (40,7)
- Tiefkühlkost/Eis	23	41	90 (1,5)	145 (3,9)	301 (4,1)	285 (3,7)
- Konserven	93	137	311 (11,2)	297 (5,0)	429 (3,3)	431 (3,1)
- Getränke/Genußm.	161	272	401 (14,2)	785 (23,8)	780 (19,2)	865 (20,2)
- Trockensortiment	516	605	780 (8,1)	623 (6,2)	1.583 (11,3)	1.882 (13,7)
Non-Food-Artikel	146	182	462 (8,0)	927 (14,6)	1.674 (10,9)	1.989 (10,8)
Gesamt	1.383	1.577	2.767 (100)	3.445 (100)	6.010 (100)	6.620 (100)

Bemerkenswert ist, daß sich die Struktur der heutigen Lebensmittelsortimente trotz neuartiger Konsummuster seit Anfang der 1970er Jahre nur graduell verändert hat. Der seit Ende der 1950er Jahre immer stärker werdende Trend nach Convenience-Produkten veränderte das Trockensortiment allerdings tiefer, als es die Artikelzahlen andeuten.<sup>120</sup> Die immense Verbreiterung und Vertiefung der Sortimente ermöglichte zugleich eine relative Emanzipation von einzelnen Produkten, insbesondere von Markenartikeln. Deren Bedeutung wurde durch die von den Handelsgruppen immens forcierte Handelsmarkenpolitik wesentlich verändert (Tab. 15).

<sup>118</sup> Weg, 1957.

<sup>119</sup> Sortimentspolitik, 1962, 28; Hoffmann-Studie, 1963; Sortiments-Entwicklung, 1970, 14; Warengruppe, 1974, 22; GRÖNER, 1991. Aufgeführt sind jeweils die Anzahl der Artikel bzw. deren Umsatzanteile.

<sup>120</sup> Hausarbeit, 1959.

Tab. 15: Umsatzanteile von Markenartikeln und Handelsmarken im Lebensmittel Einzelhandel 1954-1967<sup>121</sup>

Jahr	Markenartikel	Handelsmarken
1954	24%	9%
1956	25%	12%
1958	27%	17%
1967	34%	25%

Der wachsende Handelsmarkenanteil - 1968 gab es etwa 10.000-12.000 Eigenmarken im Lebensmittelsektor - ist zum einen Ausdruck des wachsenden Preiswettbewerbs, denn bis 1968 galt zumindest de jure die vertikale Preisbindung für Markenartikel. Handelsmarken konnten dagegen frei kalkuliert werden und waren ein wesentliches Element der Kundenprofilierung, der Differenzierung im Wettbewerb. "Man war bestrebt, die Verbraucher von Markentreue auf Händlertreue umzulenken".<sup>122</sup> Zum anderen verdeutlicht die Entwicklung die sich seit Mitte der 1950er Jahre grundlegend wandelnden Beziehungen zwischen Handel und Nahrungsmittelindustrie. Anfangs mußten Lücken im Sortiment der Markenartikelhersteller gestopft werden, galt es ferner verpackte Ware in verkaufsfähigem Zustand anzubieten, was viele Hersteller nur unzureichend vermochten. Mittels einer immer stärker werdenden Nachfragemacht gelang es den Handelsgruppen seit Beginn der 1960er Jahre in zunehmendem Maße Einfluß auf die landwirtschaftliche Produktion und die Nahrungsmittelindustrie zu nehmen. Handelsmarken dienten während der 1960er Jahre besonders dazu, die Markenartikelproduzenten preispolitisch unter Druck zu setzen. Kooperation mit Marktmacht auf Seiten des Handels war die übliche Folge.<sup>123</sup> Die wenigen offenen Konflikte - wie etwa im Bereich der Schokoladenindustrie - führten zu existenziellen Krisen bei den Herstellern.<sup>124</sup>

Sinnfälliger Ausdruck dieses eindeutigen Machtgewinns des Handels war der mit dem Fall der Preisbindung 1968 verbundene Funktionswandel der Handelsmarken. Während der Preiswettbewerb nun v.a. mit Frischwaren und Markenartikeln geführt wurde, gliederte man die Eigenmarken mehr und mehr aus dem Preiswettbewerb aus, dienten sie zunehmend als Kalkulations-

<sup>121</sup> BATZER u.a., 1971, 99.

<sup>122</sup> LAUMER, 1970, 41.

<sup>123</sup> ENDRESS, 1972.

<sup>124</sup> Vgl. BATZER u.a., 1971, 150-159.

stütze für das gesamte Sortiment.<sup>125</sup> Preiswettbewerb in großem Umfang fand hier erst mit dem Aufkommen der No-name-Produkte Anfang der 1980er Jahre wieder statt, womit v.a. die Tengelmann-Gruppe auf die wachsende Bedeutung der Nahrungsmitteldiscounter reagierte. Die Marktmacht des Lebensmittelhandels nahm mit der wachsenden Konzentration v.a. in den 1980er Jahren wesentlich zu und wird einzig durch den Gruppenwettbewerb gemildert.<sup>126</sup>

## 6. Ausblick

Betrachtet man zusammenfassend die Entwicklung des deutschen Lebensmittelhandels im 20. Jahrhundert, so lautet das Fazit kurz und bündig: "Der Gedanke der Rationalisierung greift in den Handel über."<sup>127</sup> Historisch stets mit dem Odium des Rückständigen behaftet, entwickelte sich dieser Wirtschaftssektor zu einem der effizientesten und dynamischen Branchen der bundesdeutschen Wirtschaft. Die immense Geschwindigkeit, mit der der ostdeutsche Markt seit 1990 integriert wurde,<sup>128</sup> verdeutlicht dies ebenso wie die wachsenden Investitionen bundesdeutscher Unternehmen im europäischen Ausland. Es dürfte realistisch sein, daß die eigentlichen Gewinner des europäischen Binnenmarktes bundesdeutsche Unternehmen sein werden.<sup>129</sup> Die aufgrund des harten Wettbewerbs vergleichsweise geringen Renditen schützen den deutschen Markt besser als alle zwischenstaatlichen Beschränkungen. V.a. Frankreich, Großbritannien und Spanien dürften trotz ihrer heterogenen Märkte zunehmend deutsche Investitionen anziehen.<sup>130</sup>

Allerdings stößt innerhalb der Bundesrepublik die seit den 1950er Jahren dominante "Ökonomisierung der Distribution"<sup>131</sup> zunehmend an innere Grenzen. Anzeichen hierfür war schon das relative Scheitern automatisierten Verkaufens. Verkaufsautomaten überschritten ihren Zenit in den 1960er Jahren, zeitgleich scheiterten Bemühungen etwa von SPAR und Migros vollautomati-

<sup>125</sup> LAUMER, 1970, 43.

<sup>126</sup> Deutlich wird dies v.a. aus Stellungnahmen der betroffenen Hersteller, etwa Realitäten, 1985, 571-572. Vgl. auch Konzentration, 1985, 81-97 sowie Konträr dazu MATSCHUCK/VIETH, 1989.

<sup>127</sup> Zanft, 1928, 1044.

<sup>128</sup> TÄGER, 1991.

<sup>129</sup> BÖCKER, 1990, 16-17.

<sup>130</sup> HAUPT, 1990.

<sup>131</sup> REDWITZ, 1990, 259.

sierte Selbstbedienungsgeschäfte zu etablieren.<sup>132</sup> Die Konzentration auf Fragen der Sortimentbildung, der Ladenausgestaltung, Einkaufsmacht und Profilierung gegenüber dem Mitkonkurrenten führte letztlich dazu, die Kunden zu einer bisher nicht gekannten Rechenhaftigkeit bei Lebensmitteln zu erziehen. Auch darin gründet der deutlich schwindende Anteil des Handels insgesamt, des Lebensmittelhandels speziell am gesamten privaten Verbrauch. Die seit Anfang der 1970er Jahre v.a. in den Verbrauchermärkten und Shopping-Centern sichtbare stärkere Betonung von Erlebniselementen wurde erst seit Mitte der 1980er Jahre in breitem Maße aufgegriffen. Während der Versorgungshandel vom rein funktionalen Discountprinzip beherrscht wird, setzt die Mehrzahl der größeren Geschäfte auf den sog. Erlebnishandel.<sup>133</sup> "Schlemmerparadiese" werden geschaffen, die für hohe Preise Luxusprodukte und Spezialitäten anbieten. Auch profitabile Biokost ist hier zu nennen. Distributions- und Dienstleistungsfunktionen werden integriert, vorgefertigte, verzehrfertige Produkte verstärkt angeboten.<sup>134</sup> Vorreiter dieser Entwicklung waren aller Universalisierung zum Trotz die Lebensmittelabteilungen der Warenhäuser.

Es bleibt abzuwarten, ob diese wachsende Polarisierung des Handels überproportionales Wachstum erzielen wird. Die zunehmende Bedeutung kundennahen Verkaufs mittels Verkaufswagen läßt auch andere Szenarien möglich erscheinen. Unterschätzt werden sicherlich auch die aktuellen Probleme des Lebensmitteleinzelhandels.<sup>135</sup> So hat die Konzentration auf relativ wenige Konsumzentren u.a. dazu geführt, daß zumindest seit Mitte der 1980er Jahre die Grundversorgung v.a. älterer, nichtmobiler Personen vielfach nicht mehr gewährleistet ist, während auch die Zufriedenheit städtischer Bewohner mit der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte deutlich sinkt.<sup>136</sup> Angesichts der zunehmenden Probleme des Individualverkehrs verbinden sich die Perspektiven des Handels notgedrungen mit der einer ökologisch sinnvollen und zukunftsöffnenden Politik. Verpackungen werden zunehmend als Kostentraktor bewußt, Pfandsysteme werden an Bedeutung gewinnen müssen.<sup>137</sup> Trading-Up-Strategien werden für den Lebensmitteleinzelhandel wichtiger wer-

<sup>132</sup> Automaten, 1962; Brot, 1965; Warenautomaten, 1966; Automat, 1965; Registrieren, 1965.

<sup>133</sup> Zum Investitionsverhalten vgl. STÄDLER/KRONJÄGER, 1991.

<sup>134</sup> REICHARDT, 1991.

<sup>135</sup> Lebensmittelverkauf, 1985; MÜLLER, 1991.

<sup>136</sup> WÖLK, 1985; KOOB, 1992, 18-19.

<sup>137</sup> FRIEDERICI, 1992.

den, aber nur wenn es gelingt, die ökonomischen Chancen konsequenter ökologischer Vertriebspolitik adäquat zu erfassen.<sup>138</sup> Die von der Polarisierungsthese immer wieder betonte Kundennähe wird lebens- und nicht produktnah sein müssen, will der Lebensmittel Einzelhandel seine einzigartige Aufwärtsentwicklung der letzten vierzig Jahre erfolgreich fortsetzen.

## 7. Quellen- und Literaturverzeichnis

12. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels 1959, Köln 1960.
13. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels 1960, Köln 1961.
15. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels 1962, Köln 1963.
33. Arbeitsbericht der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels 1980, Köln 1981.
44. Arbeitsbericht 1991 des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels, Köln 1992.
- Die nichtlandwirtschaftlichen Arbeitsstätten in der Bundesrepublik Deutschland nach der Zählung vom 13.9.1950, H. 1, Stuttgart/Köln 1952 (Statistik der Bundesrepublik Deutschland, Bd. 45,1).
- Automaten für Nachtschwärmer, Rationeller Handel 8, 1965, Nr. 4, 31.
- Automaten im Lebensmittel-Einzelhandel, Der Verbraucher 16, 1962, 180-182.
- BAER, Kurt St.: Der Kampf gegen Großbetriebe des Einzelhandels und die Volkswirtschaft, Jena 1932 (Münchener Volkswirtschaftliche Studien NF, H. 16).
- BARRENSTEIN, Peter F.: Der mittelständische Einzelhandel in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklung, Entwicklungsdeterminanten und gesamtwirtschaftliche Funktionen, Frankfurt a.M. 1980.
- BATZER, Erich: Starker Wandlungsprozess im Lebensmittelhandel, Wirtschaftskontunktur 17, 1965, 33-41.
- BATZER, Erich: Der Strukturwandel im Einzelhandel der Bundesrepublik Deutschland, in: DEERS-/LAUMER, Helmuth/SUZUKI, Takeshi (Hg.): Absatzwirtschaft in Japan und Deutschland. Strukturen - Wettbewerb - Politik, Berlin/München 1992 (Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Nr. 131), 37-68.
- BATZER, Erich u.a.: Marktstrukturen und Wettbewerbsverhältnisse im Einzelhandel, Berlin (W)/München 1971.
- Die Bedeutung der Einzelhandelsbetriebsformen für den Lebensmittelkauf durch Köhler Haushaltungen, Köln 1954 (Mitteilungen des Instituts für Handelssforschung an der Universität zu Köln, Sdrh. 5).

<sup>138</sup> Positives Beispiel dürfte die Tengelmann-Kaiser-Gruppe sein, während der Fachdiscounter Aldi der Prototyp konsequenter Entwicklung in die falsche Richtung zu sein scheint.

Bekanntmachung zur Fernhaltung unzuverlässiger Personen vom Handel. Vom 23. September 1915, Reichsgesetzblatt 1915, 603-605.

BENNING, Bernhard/NIESCHLAG, Robert: Umsatz, Lagerhaltung und Kosten im deutschen Einzelhandel 1924 bis 1932, Berlin 1933 (Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung, Sdrh. 32).

BEREKOVEN, Ludwig: Geschichte des deutschen Einzelhandels, Frankfurt a.M. 31987.

BERNHARD, Georg: Auferstehung der "Warenhaussteuer", Magazin der Wirtschaft NF 6, 1930, 739-742.

Gewerbliche Betriebsstatistik, Abt. I, Berlin 1909 (Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 213).

Betriebsstruktur und Besteuerung im Einzelhandel und im Handwerk. Eine Sammlung von Richtzahlen, T. I: Einzelhandel, Berlin 1935 (Einzelschriften zur Statistik des Deutschen Reichs, Nr. 301).

Betriebsstruktur und Kostengestaltung in wichtigen Gewerbebezügen. Eine Sammlung von Richtzahlen, T. II: Einzelhandel, Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, Berlin 1940 (Einzelschriften zur Statistik des Deutschen Reichs, Nr. 41).

Gewerbliche Betriebszählung. Die gewerblichen Betriebe und Unternehmungen im Deutschen Reich, Berlin 1930 (Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 413).

Gewerbliche Betriebszählung. Das Gewerbe im Deutschen Reich. Textband, Berlin 1937 (Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 466).

BIESINGER, Josef: Sind Selbstbedienungsläden schon überall angebracht?, Der Verbraucher 6, 1952, 50-52.

BÖCKER, Franz: Einzelhandel im Jahre 2000. Europa und Japan sind gerüstet, dynamik im handel 1990, Nr. 2, 10-17.

Brot und Bier vor Fleisch und Fisch. Erfolgsartikel des Automatenverkaufs, Rationeller Handel 8, 1965, Nr. 8, 10-13.

CONRAD, [Johannes]: Einfluß des Detailhandels auf die Preise und etwaige Mittel gegen eine ungesunde Preisbildung, in: Verhandlungen der am 28. und 29. September 1888 in Frankfurt a.M. abgehaltenen Generalversammlung des Vereins für Socialpolitik, Leipzig 1889 (Schriften des Vereins für Socialpolitik, Bd. 38), 113-154.

DENECKE, Dietrich/SHAW, Gareth: Traditional retail systems in Germany, in: BENSON, John/SHAW, Gareth (Hg.): The evolution of retail systems, c. 1800-1914, Leicester/London/New York 1992, 76-86.

DISCH, Wolfgang K.A.: Der Groß- und Einzelhandel in der Bundesrepublik, Köln/Opladen 1966 (Absatzwirtschaft, Bd. 2).

Edeka. 75 Jahre immer in Aktion 1907-1982, o.O.o.J. (Hamburg 1982).

Der Einzelhandel. Ergebnisse der nichtlandwirtschaftlichen Arbeitsstättenzählung 1939, Wirtschaft und Statistik 22, 1942, 265-271.

Der Einzelhandel mit Lebensmitteln, Kolonialwaren und Drogen, Berlin 1929 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe, Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 5).

- Die Einkaufsgenossenschaften des Handwerks und des Einzelhandels, Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung 8, 1935, 17-18.
- EIL, Max: Die Nachfragekonzentration im Nahrungsmittelhandel. Ausmaß, Organisation und Auswirkungen, Berlin (W)/München 1968.
- EMMINGHAUS, A.: Hauswirtschaftliche Zeitfragen, Berlin 1869 (Sammlung gemeinverständlicher Vorträge, H. 84).
- ENDRESS, Ruth: Marktmacht oder Marktohnmacht des Handels?, Rationalisierung 23, 1972, 271-272.
- Die Entwicklung des Markthandels, dargestellt am Beispiel Westberlins, FfH-Mitteilungen NF 5, 1964, Nr. 3, 1-5.
- Die Ergebnisse der Deutschen Gewerbezahlung vom 1. Dezember 1875, Berlin 1879 (Statistik des Deutschen Reichs, Bd. 34, T. 1).
- Weitere Ergebnisse der Volks-, Berufs- und Betriebszahlung 1925. Das Handelsgewerbe nach den Ergebnissen der gewerblichen Betriebszahlung von 1925, Wirtschaft und Statistik 7, 1927, 350-355.
- FAUCHERRE, Henry: Die Händler-Rabatsparvereine. Studie über die praktischen Probleme der Mittelstandsbewegung, Jena 1912.
- Feinkosthandel, Berlin 1929 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe, Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 4).
- Förderung des Mittelstands, Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung 8, 1935, Sdmr. v. 16.02, 13-15.
- FRIDERICI, Deiker: ...nie war sie so wertvoll wie heute. Veränderte Rolle der Verpackung aus Sicht von Industrie und Handel, dynamik im handel 1992, Nr. 2, 26-29.
- FRIEDEL, Heinrich: Die Genossenschaften im Einzelhandel, RSwiss. Diss. München o.J. (1918).
- GARTMAYR, Eduard: Nicht für den Gewinn allein. Die Geschichte des deutschen Einzelhandels, Frankfurt a.M. 1964.
- GEITHE, Hans: Wirkungen der Lebensmittelzwangswirtschaft der Kriegs- und Nachkriegszeit auf den Lebensmitteleinzelhandel, Swiss. Diss. Halle-Wittenberg, Halle 1925.
- GELLATELY, Robert: Zur Entstehungsgeschichte der Massenkonsumgesellschaft Deutschlands: Der Kleinhandelsmarkt, 1871-1914, in: HÜTTER, Joachim/MEYERS, Reinhard/PAPENFUSS, Dietrich (Hg.): Tradition und Neugewinn. Internationale Forschungen zur deutschen Geschichte im 20. Jahrhundert, Köln u.a. 1975, 467-480.
- GIERL, Herbert: Polarisierung des Handels, Jahrbuch für Absatz- und Verbrauchsforschung 37, 1991, 299-327.
- GRONER, Bruno: Bedeutung des Trockensortiments wächst. Teil I der Sortimentserhebung, dynamik im handel 1991, Nr. 9, 9-16.
- Großhandel mit Lebensmitteln und Kolonialwaren, Berlin 1930 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe, Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 12).

- GRÜNBAUM, Heinz: Die Umsatzschwankungen des Einzelhandels als Problem der Betriebspolitik, Berlin 1928 (Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung, Sdth. 10).
- GRÜNBAUM, Heinz: Statistik im Nahrungsmittelinzelhandel, in: Gegenwartfragen des Einzelhandels, Bd. II, Berlin-Wilmersdorf 1929, 45-53.
- GRÜNFIELD, Heinrich: Die Rationalisierung des Einzelhandels, in: Die Bedeutung der Rationalisierung für das Deutsche Wirtschaftsleben, Berlin 1928, 295-317.
- HACHTMANN, Rüdiger: Lebenshaltungskosten und Reallohn während des "Dritten Reiches", Vierteljahrsschrift für Wirtschafts- und Sozialgeschichte 75, 1988, 32-73.
- Handel, Vierteljahrshette zur Konjunkturforschung 4, 1929, T. B, H. 4, 34-37.
- Handel, Vierteljahrshette zur Konjunkturforschung 8, 1933, T. B, 40-41.
- Handel, Vierteljahrshette zur Konjunkturforschung 9, 1934, T. B, 49-52.
- Handel, Vierteljahrshette zur Konjunkturforschung NF 10, 1935/36, 75-78.
- Handel, Vierteljahrshette zur Konjunkturforschung NF 11, 1936/37, 65-67, 176-178.
- Handels- und Gasstättenzahlung 1960, I, Einzelhandel, H. 1, Stuttgart/Mainz 1965.
- Handels- und Gasstättenzahlung 1968, II, Einzelhandel, H. 1, Stuttgart/Mainz 1973.
- Handels- und Gasstättenzahlung 1979, H. 2, Stuttgart/Mainz 1982.
- Handels- und Gasstättenzahlung 1985, H. 1, Stuttgart/Mainz 1986.
- HASSE, E.: Messen und Märkte, Statistisches Jahrbuch deutscher Städte 2, 1892, 101-116.
- HASSE, E.: Markthalten, Statistisches Jahrbuch deutscher Städte 8, 1900, 337-352.
- HASSELMANN, Elfrwin]: Die Übersetzung des Einzelhandels und ihre Wirkungen, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 28, 1931, 639-640.
- HASSELMANN, Erwin: Geschichte der deutschen Konsumgenossenschaften, Frankfurt a.M. 1971.
- HAUPT, Hans: Der Binnenhandel in der Dynamik der europäischen Märkte, Handelsforschung 1990, 45-55.
- Hauptzahlen, der deutsche Handelsstatistik für 1881/1882, Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik 41, 1883, 562-571.
- Schwere Hausarbeit - "schnelle" Küche. Was Hausfrauen dazu meinen, Der Verbraucher 13, 1959, 735.
- HELLER, Marie: Kleingewerbe, Kleinhandel und die grossstädtische Grundrente. Nach einer statistischen Privatuntersuchung für Berlin, Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft 59, 1903, 391-425.
- HELLMANN, Ulrich: Künstliche Kälte. Die Geschichte der Kühlung im Haushalt, Gießen 1990 (Werkbund-Archiv, Bd. 21).
- HERRMANN, Wilhelm: Die Rationalisierung im Lebensmittel Einzelhandel, in: Die Bedeutung der Rationalisierung für das Deutsche Wirtschaftsleben, Berlin 1928, 359-410.
- HINRICHSSEN, Torkild: Magdalene Dufkes Laden. Ein ländliches Gemischwarengeschäft aus Allenwerder, Sammler-Journal 21, 1992, 588-594.
- HIRSCH, Julius: Die Filialbetriebe im Detailhandel (Unter hauptsächlichster Berücksichtigung der kapitalistischen Massenfialbetriebe in Deutschland und Belgien), Bonn 1913 (Kölner Studien zum Staats- und Wirtschaftsleben, H. 1).

- HIRSCH, Julius: Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Binnenhandelspolitik. 2. völlig neu bearb. Aufl. Tübingen 1925 (Grundriß der Sozialökonomik, Abt. V, T. II).
- HIRSCH, Julius: Entwicklungstendenzen des modernen Handels. Magazin der Wirtschaft NF 2, 1926, 656-660.
- HIRSCH, Julius: Die Bedeutung des Warenhauses in der Volkswirtschaft, in: Probleme des Warenhauses. Beiträge zur Geschichte und Erkenntnis der Entwicklung des Warenhauses in Deutschland, Berlin 1928, 59-76.
- HIRSCH, Julius: Der geschlossene Warenweg, in: Die Bedeutung der Rationalisierung für das deutsche Wirtschaftsleben, Berlin 1928, 427-460. (= 1928a)
- HIRSCH, Julius: Die Kosten im Handel, in: Die Grundlagen der Handels-Enquete. Ergebnisse der Fragebogen-Erhebungen im Einzelhandel und Großhandel, Berlin 1929 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe: Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 1), 28-78.
- HOERNIGK, Rudolf: Die deutschen Verbraucher-genossenschaften, Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik 143, 1936, 553-573.
- Die Hoffmann-Studie. Eine Sortimentsanalyse der FTH in zehn Verkaufsstellen eines Berliner Lebensmittel-Filialunternehmens, FTH-Mitteilungen NF 4, 1963, Nr. 11, 1-3.
- Das rationalisierte Huhn, Die Umschau 35, 1931, 90-92.
- Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1952, Stuttgart/Köln 1952.
- Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich 52, 1933, Berlin 1933.
- Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich 56, 1937, Berlin 1937.
- Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich 59, 1941/42, Berlin 1942.
- JASPER, Karbenhard: Die Lage des Lebensmittelhandels zur Zeit der industriellen Urbanisierung (1870 bis 1914) unter besonderer Berücksichtigung der kleinen Nachbarschaftsgeschäfte, dargestellt am Beispiel der Stadt Köln, Scripta Mercaturae 11, 1977, 57-76.
- JEDICKE, Wulfried: Was halten die Verbraucher von der Selbstbedienung? Ergebnisse einer Verbraucherbefragung, Der Verbraucher 7, 1953, 429-432.
- Kalkulation und Preis im Einzelhandel, Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung 3, 1930, 69-71.
- KEISER, Günther/BENNING, Bernhard: Kapitalbildung und Investitionen in der deutschen Volkswirtschaft 1924 bis 1928, Berlin 1931 (Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung, S. 22).
- KEISER, Günther/RUBERG, Carl: Umsatz und Lagerhaltung im deutschen Einzelhandel seit 1924, Berlin 1930 (Vierteljahrshefte zur Konjunkturforschung, S. 14).
- KLEIN, Fritz: Neue Methoden der Warenverteilung, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 1947, 168-169.
- KLOSE, Gerhard: Wie sollen unsere neuen Verteilungsstellen aussehen?, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 1948, 159.

- KÖHN, Dorinde/NIEMANN, Charlotte: Konsumvereine als Konkurrenten des Kleinhandels in Bremen vor 1914, in: Beiträge zur Geschichte Bremens, H. 4: Gesellschaft, T. 1: Der Bremer Kleinhandel um 1900, Bremen 1982, 257-283.
- Die Konzentration im Lebensmittelhandel. Sondergutachten der Monopolkommission gemäß §24b Abs. 5 Satz 4 GWB, Baden-Baden 1985 (Sondergutachten der Monopolkommission, Bd. 14).
- KOOP, Fritz: Macht der Kommune. Mutmaßliche Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, dynamik im handel 1992, Nr. 3, 13-19.
- KROPPF, H.F.J.: Vom Ramschladen zum bewundernten, modernen Warenhaus. Nach den Erinnerungen aus den Jahren 1908-1918, Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung 9, 1963, 358-380.
- Ladenhandel und ambulanter Handel mit Obst und Gemüse, Berlin 1929 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe: Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß) 9. Arbeitsgruppe (Handel), Bd. 7).
- LAMPE, Adolf: Der Einzelhandel in der Volkswirtschaft, Berlin 1930 (Wirtschaftsprobleme der Gegenwart, Bd. 11/12).
- LANDWERS, Richard: Die Lage des Kleinhandels und die Gründung der Rabatt-Sparvereine und Einkaufs-Genossenschaften der Händler, Phil. Diss. Heidelberg 1905.
- LAUMER, Helmut: Der Markenmarketertrieb in den Ländern der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und seine Auswirkungen auf den Wettbewerb, Berlin (W)/München 1970 (Schriftenreihe des Ifo-Instituts für Wirtschaftsforschung, Nr. 72).
- Sterben Lebensmittelgeschäfte und Lebensmittelhandwerk aus?, Der Verbraucher 13, 1959, 396-397.
- Der Lebensmittel-Kleinhandel im Zeichen der Kriegswirtschaft, Deutsche Handels-Rundschau 1918, 259-261.
- Mobiler Lebensmittelverkauf, SB-Artikel 18, 1985, Nr. 3, 36-37.
- LOEWENTHAL, Wilhelm: Die Ausgaben-Versicherung. Einer der mächtigsten Hebel zur Einführung des Barverkaufs und Förderung des allgemeinen Wohlstandes, Berlin 1877.
- LÜBER, Carl (di. BAUMERT, Paul): Grundfragen der deutschen Absatzwirtschaft, in: Probleme des deutschen Wirtschaftslebens. Erstrebtes und Erreichtes, Berlin/Leipzig 1937, 243-343.
- MARBACH, Fritz: Eine neue Methode des Lebensmittelverkaufs. Das schweizerische Migros-System, Magazin der Wirtschaft NF 6, 1930, 840-844.
- Massenfilialunternehmungen im Einzelhandel mit Lebensmitteln und Kolonialwaren, Berlin 1929 (Verhandlungen und Berichte des Unterausschusses für Gewerbe: Industrie, Handel und Handwerk (III. Unterausschuß), Bd. 2).
- MATAJA, Viktor: Die Bedeutung der Reklame, Magazin der Wirtschaft NF 5, 1929, 1241-1243.
- MATSCHECK, Hans-Joachim/VIETH, Reinhard: Die Konzentration im Lebensmittelhandel. Entwicklung, Ursachen und Folgen, Handelsforschung 1989, 135-151.



- MAYER, Paul W.: Der Wettbewerb im Lebensmittelhandel und die Konsequenzen für Handel, Verbraucher, Lieferanten und Gesellschaft - ein Diskussionsbeitrag, Jahrbuch für Absatz- und Verbrauchsforschung 22, 1976, 201-229.
- Das "Migros"-System, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 29, 1932, 540-541.
- MÜLLER, Angelika: Wenn der Eismann zweimal klingelt... Tiefkühl-Heimdienstebauen Marktposition weiter aus, dynamik im handel 1991, Nr. 9, 117-119.
- MÜLLER, Karl: Die Übersetzung des Einzelhandels, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 29, 1932, 507-508.
- NIESCHLAG, Robert: Die Versandgeschäfte in Deutschland. Ihre volkswirtschaftlichen Funktionen und betriebswirtschaftlichen Gestaltungen, Berlin 21936 (Institut für Konjunkturforschung, Sdrh. 39).
- NIESCHLAG, Robert: Der Weg des deutschen Binnenhandels. Eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung, Europa-Archiv 2, 1947, 811-817, 881-886.
- NIESCHLAG, Robert: Was geht im Handel vor?, Die Gegenwart 10, 1955, 219-221.
- NIESCHLAG, Robert: Strukturwandlungen im Handel, in: KÖNIG, Heinz (Hg.): Wandlungen der Wirtschaftsstruktur in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin (W) 1962 (Schriften des Vereins für Socialpolitik NF, Bd. 26), 493-524.
- Mein Nonfood statt Frische. Teil III der DHI-Sortimentserhebung 1991: Lebensmittel-Dicountmärkte forcieren traditionelle Sortimentsbreite, dynamik im handel 1991, Nr. 12, 2-6.
- ODER, Wolfgang: Der Lebensmittel Einzelhandel in der heutigen deutschen Wirtschaft, Swiss. Diss. München 1937.
- OHLENDORF, Otto: Handel als Berufsstand und Leistungsraum. Eine Entgegnung, Jahrbuch für Gesetzgebung, Volkswirtschaft und Verwaltung im Deutschen Reich 65, 1941, 385-413.
- PHILIPPI, Hans: Bericht über die Ergebnisse des Betriebsvergleichs des Einzelhandels im Jahre 1979-1990, Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln 32-43, 1980-1991, passim (jeweils Nr. 11).
- PRIESS, Bernhard: Erprobte Schnellbedienung, Der Verbraucher 6, 1952, 513-515.
- Die Produktivitäts- und Rentabilitätsentwicklung der Einzelhandelsfachgeschäfte in den Jahren 1949 bis 1969, Göttingen 1973 (Schriften zur Handelsforschung, Nr. 49).
- An den Realitäten vorbei. Stellungnahme des Markenverbandes und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie gegenüber dem Bundesministerium für Wirtschaft zum Sondergutachten der Monopolkommission "Die Konzentration im Lebensmittelhandel", Markenartikel 47, 1985, 566-575.
- REIDWITZ, Gunter: Handelsentwicklung, Wertewandel, Perspektiven für die Handelslandschaft, in: SZALLIES, Rüdiger/WISWEDE, Günter (Hg.): Wertewandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing, Landsberg a. Lech 1990, 257-282.
- Das Registrieren überläßt man den Kunden. Ein neuer Versuch der Migros, Rationeller Handel 8, 1965, Nr. 12, 16-17.
- REICHARDT, Raimund M.: Einzelhandel - quo vadis? Entwicklungen, die vor der Jahrtausendwende abgeschlossen sein werden, Marketing-Journal 1991, 196-206.

- REITHINGER, A.: Vermehrung oder Uebersetzung des Handels?, Magazin der Wirtschaft NF 5, 1929, 339-343.
- ROMPE, Franz: Märkte und Markthallen, Statistisches Jahrbuch deutscher Städte 28, 1933, 392-418.
- RUCHTY, Otto: Wochenmärkte 1981, Statistisches Jahrbuch deutscher Gemeinden 69, 1982, 382-405.
- SÄUBERLICH, Kurt: Filialen im Detailhandel, Phil. Diss. Leipzig 1913.
- SALDERN, Adelheid v.: Mittelstand im "Dritten Reich". Handwerker - Einzelhändler - Bauern, Frankfurt a.M./New York 1979.
- SB in Zahlen. Ausgabe 1974/75, Köln 1975.
- SB in Zahlen. Ausgabe 1988, Köln 1988.
- SCHAEDER, Reinhard: Um die Zukunft des deutschen Handels. Eine Klarstellung, Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich 66, 1942, 159-188.
- SCHENK, Hans-Otto: Die monatlichen Umsatzzschwankungen im Einzelhandel, FTH-Mitteilungen NF 7, 1966, Nr. 8/9, 1-5.
- SCHMIDT, Eugen: Der deutsche Detailhandel und seine Organisation, RSwiss. Diss. Würzburg o.J. (1920).
- SCHREITERER, Gerhard: Rationelle Verkaufsformen im Einzelhandel, Rationalisierung 6, 1955, 153-157.
- SCHUCHT, Fritz: Die Umstellung von Einzelkäufen des Lebensmittelhandels auf Selbstbedienung, Köln/Opladen 1956 (Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Sdrh. 8).
- SCHULZ-KLINGAUF, Hans-Viktor: Selbstbedienung. Der neue Weg zum Kunden, Düsseldorf 1960.
- SEVERING, Karl-Heinz: Die Entwicklung der freiwilligen Handelsketten, selbstbedienung und supermarket 1974, H. 3, 35-38.
- SEYFFERT, Rudolf: Die Bedeutung der Einzelhandelsbetriebsformen für den Lebensmittelverkauf durch Kölner Haushaltungen. Ein Beitrag zur Statistik der Konsumtionsmarktversorgung, Die Betriebswirtschaft 26, 1933, 117-122.
- SEYFFERT, Rudolf: Wirtschaftslehre des Handels, 5. neubearb. Aufl., hg. v. Edmund SUNDHOF, Opladen 1972.
- SEYFFERT, Rudolf/KOSIOL, Erich/NORDSIECK, Fritz: Statistik und Organisation im Einzelhandelsbetrieb, Die Betriebswirtschaft 25, 1932, 77-96.
- SHAW, Gareth: Large-scale retailing in Germany and the development of new retail organisations, in: BENSON, John/SHAW, Gareth (Hg.): The evolution of retail systems, c. 1800-1914, Leicester/London/New York 1992, 166-185.
- SIERAKOWSKY, Heinrich: Entwicklung im Kleinhandel, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 24, 1927, 695-696.
- Explosive Sortiments-Entwicklung. Ergebnisse der 7. ISB-Sortimentserhebung in SB-Filialen der Konsumgenossenschaften und Filialbetriebe, dynamik im handel 1970, Nr. 5, 3-15.
- Sortimentspolitik, Köln/Opladen 1962 (Mitteilungen des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Sdrh. 15).



- Speisekammer - ein kulinarisches Experiment von coop Wilhelmshaven, Der Verbraucher 1974, H. 20, 13-15.
- SPIEKERMANN, Uwe: Milchkleinhandel im Wandel. Eine Fallstudie zu München 1840-1913, Scripta Mercaturae 27, 1993, 91-145.
- SPIEKERMANN, Uwe: Warenhaussteuer in Deutschland. Mittelstandsbewegung, Kapitalismus und Rechtsstaat im späten Kaiserreich, Frankfurt u.a. 1994.
- SPIEKERMANN, Uwe: Medium der Solidarität. Die Werbung der Konsumgenossenschaften 1903-1933, in: BORSCHHEID, Peter/WISCHERMANN, Clemens (Hg.): Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts. Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg, Stuttgart 1995 (Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 13), 150-189.
- STÄDLER, Arno/KRONJÄGER, Elke: Einzelhandelsinvestitionen: Boom ohnegleichen, Ifo-Schnelldienst 43, 1990, Nr. 21, 3-8.
- Studienreisen nach USA, Rationalisierung 2, 1951, 267.
- SUHR, Otto: Die summen Verkäufer. Automatenherstellung und automatischer Verkauf in Deutschland, Die Wirtschaftskurve 16, 1937, 40-52.
- TÄGER, Uwe: Der Handel in den neuen Bundesländern. Handels- und wettbewerbsspolitische Anmerkungen zum Prozeß der Neustrukturierung, Ifo-Schnelldienst 44, 1991, Nr. 16/17, 29-34.
- THIEDE, G.: Die Ernährungshilfe für Westdeutschland von 1945/46 bis 1952/53, Berichte über Landwirtschaft NF 32, 1954, 237-264.
- TIBURTIUS, Joachim: Marktordnende Arbeiten im Einzelhandel, Die Betriebswirtschaft 27, 1934, 257-262, 288-295.
- TIBURTIUS, Joachim: Der Deutsche Einzelhandel im Wirtschaftsverlauf und in der Wirtschaftspolitik von 1925-35, Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik 142, 1935, 562-596, 693-719.
- TIBURTIUS, Joachim: Die Bildung der Warenkreise im Groß- und im Einzelhandel und ihre betriebswirtschaftlichen Ziele, in: Absatzforschung und Absatzpraxis in Deutschland, Stuttgart 1937 (Schriftenreihe der Forschungsstelle für den Handel beim Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit NF, Nr. 2), 74-96.
- TIBURTIUS, Joachim: Die Handelsleistung unter staatlichen und korporativen Einwirkungen, Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich 65, 1942, 559-598.
- TIBURTIUS, Joachim: Lage und Leistungen des deutschen Handels in ihrer Bedeutung für die Gegenwart, Berlin/München 1949.
- TIBURTIUS, Joachim: Die Revolution im Deutschen Einzelhandel, FfH-Mitteilungen NF 3, 1962, Nr. 8/9, 1-4.
- TIETZ, Bruno: Ladenöffnungszeiten im Einzelhandel, Handelsforschung 1987, 3-25.
- TIETZ, Bruno: Der Diskonteinzelhandel in der Bundesrepublik, FfH-Mitteilungen NF 6, 1965, Nr. 11, 2-5.
- TIETZ, Georg: Die Entwicklung der Löhne und der Lebenshaltungskosten seit Eröffnung der Invalidenversicherung, Bundesarbeitsblatt 1954, 623-624.
- Der Tod der Rabatmarkte, Der Verbraucher 1974, H. 17, 10.
- UHLIG, Heinrich: Die Warenhäuser im Dritten Reich, Köln/Opladen 1956.

- Umsätze weiterhin im Auswärtstrend. Jahresauswertung 1989 von filialisstrukturierten SB-Geschäften und co op (BV 80), dynamik im handel 1990, H. 10, 2-8.
- Umsatz, Betriebsausgaben und Gewinn im Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Wirtschaft und Statistik 17, 1937, 441-442.
- Umsatz, Kosten, Spannen und Gewinn des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland in dem Jahrzehnt 1949 bis 1958, Köln/Opladen 1962 (Schriften zur Handelsforschung, Nr. 22).
- Umsatz, Kosten, Spannen und Gewinn des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland in dem Jahrzehnt 1959 bis 1968, Köln/Opladen 1970 (Schriften zur Handelsforschung, Nr. 44).
- Umsatz, Kosten, Spannen und Gewinn des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland in dem Jahrzehnt 1969 bis 1978, Köln/Opladen 1982 (Schriften zur Handelsforschung, Nr. 63).
- Die Umsatzgestaltung im Verteilungsgroßhandel und im Einzelhandel Deutschlands in den Jahren 1924 bis 1931, Vierteljahrshefte zur Statistik des Deutschen Reichs 40, 1931, IV 43-IV 51.
- Die Verbrauchergenossenschaften, Wochenbericht des Institut für Konjunkturforschung 8, 1935, 125-126.
- Die Versagungen und Untersagungen des Handels mit Gegenständen des täglichen Bedarfs in Württemberg seit 1916, Mitteilungen des würt. Statistischen Landesausschusses 1921, 77-80.
- VOR, Gerda: Eine Diskussion über neue Warenverteilungsmethoden, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 1947, 205-206.
- Welche Warengruppe erzielt den höchsten Umsatz. Sortimentserhebung des Instituts für Selbstbedienung in SB-Läden und Supermärkten der Filialbetriebe und des Selbständigen Einzelhandels, T. 1, dynamik im handel 1974, Nr. 9, 20-28.
- Warenverkaufsautomaten im Lebensmittelhandel. Eine repräsentative (?) Studie im Kölner Raum, Rationeller Handel 9, 1966, Nr. 4, 10-18.
- WATRIN, Christian: Der Befähigungsnachweis in Handwerk und Einzelhandel unter besonderer Berücksichtigung der Entwicklung in der Bundesrepublik, WiSoWiss. Diss. Köln 1958.
- Ein Weg - keine Rückgabe (Zur Einführung der Einwegflasche), Verbraucher-Politische-Korrespondenz 4, 1957, Nr. 25, 4-5.
- WEGHMANN, Arnold Maria: Die Strukturwandlungen des Lebensmittelhandels. Eine aus der Praxis heraus entstandene wissenschaftliche Untersuchung, Swiss. Diss. Halle-Wittenberg, Stuttgart 1938.
- WEIGEL, Paul: Wochenmärkte, Straßen- und Hausierhandel, Markthallen, Statistisches Jahrbuch deutscher Städte 22, 1927, 383-414.
- WEIN, Josef: Die Verbandsbildung im Einzelhandel. Mittelstandsbewegung, Organisationen der Großbetriebe, Fachverbände, Genossenschaften und Spitzenverband, Berlin (W) 1968 (Untersuchungen über Gruppen und Verbände, Bd. 8).
- WIEGEL, Walter: Der Einzelhandel in der modernen deutschen Wirtschaft unter besonderer Berücksichtigung seiner Gemeinschaftsbildungen, WiSoWiss. Diss. Göttingen 1931.

- WILD, Rolf: Das Diskonhaus in Deutschland, in: Das Diskonhaus. Eine neue Revolution im Einzelhandel?, Düsseldorf/Wien o.J. (1963), 105-116.
- Wirtschaftsgruppe Einzelhandel. Übersicht über Aufgaben und Arbeiten Mai 1936 bis Juni 1937, Berlin 1937.
- Wirtschaftszahlen 1925 bis 1931, Berlin 1932.
- WÖLK, Andrea: Die Versorgung mit Lebensmitteln nach Haushaltstypen in der Bundesrepublik Deutschland, FH-Mitteilungen NF 26, 1985, H. 10, 1-6.
- Der Zerfall der Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels, Konsumgenossenschaftliche Rundschau 29, 1932, 918.
- Zunft und Konkurrenz im Einzelhandel, Magazin der Wirtschaft NF 4, 1928, 1042-1045.

## **Rationalisation as a permanent task !**

### **The German retail food trade in the twentieth century**

#### **Summary**

Hardly any branch of the economy has been appraised so completely contrarily in the past 100 years as the retail food trade. At the end of the nineteenth century still regarded as backward and making goods more expensive, it is nowadays considered one of the most dynamic branches. The cause for this transformation is a far-reaching rationalisation with numerous new forms of operation and distribution. This present study endeavours to trace this long-term, by no means continuous transition by means of precise data and a clear chronology. In the course of this, it does not just concentrate on the figures on employees, operations and sales, but also on the changes in the ranges of goods, business premises and fittings which were also co-decisive in this branch of business. The transformations in the retail food trade are analysed against the background of state economic policy, which changed several times, but above all as a result of the competition between the medium-sized specialised retail trade and the "new" operating forms of department stores, mass branch businesses and consumer cooperatives. Only through its universalisation has the retail trade won the power of demand which makes it the dominant factor today in the supply of food in the Federal Republic of Germany.

## **La rationalisation comme tâche permanente.**

### **Le petit commerce allemand de l'alimentation au 20ième siècle**

#### **Résumé**

Il n'y a pratiquement aucune branche économique qui n'ait été jugée au cours des cent dernières années de manière aussi contradictoire que le petit commerce de l'alimentation. Alors qu'à la fin du 19ième siècle on le considérait comme onéreux et arriéré, il est considéré aujourd'hui comme l'une des branches les plus dynamiques. Ce changement est dû à une profonde rationalisation avec de nouvelles formes d'entreprise et de distribution. La présente étude essaie de reconstituer cette transition de longue durée qui ne s'est pas faite de manière continue grâce à des données précises et à une chronologie claire. L'auteur ne concentre pas seulement son attention sur les nombres des employés, des entreprises et des chiffres d'affaires mais aussi sur les changements - décisifs pour la rationalisation intérieure de cette branche économique - d'assortiments, de locaux commerciaux et d'équipements. L'auteur analyse les transformations du petit commerce alimentaire sur fond de politique économique d'état qui changea plusieurs fois; mais surtout en tant que produit de la compétition entre les moyennes entreprises du commerce de détail spécialisé et les "nouvelles" formes d'entreprise des grands magasins, de la distribution de masse et des coopératives. Ce n'est que grâce à leur généralisation que le petit commerce depuis les années 1960 obtint le pouvoir de la demande qui en fait aujourd'hui le facteur dominant dans l'approvisionnement en denrées alimentaires de la République fédérale d'Allemagne.