

Citation style

Logemann, Jan: Rezension über: Lydia Langer, Revolution im Einzelhandel. Die Einführung der Selbstbedienung in Lebensmittelgeschäften der Bundesrepublik Deutschland (1949-1973), Köln [u.a.]: Böhlau, 2013, in: Archiv für Sozialgeschichte, 2014, 06, DOI: 10.15463/rec.1189725778, heruntergeladen über Website



copyright

This article may be downloaded and/or used within the private copying exemption. Any further use without permission of the rights owner shall be subject to legal licences (§§ 44a-63a UrhG / German Copyright Act).

Lydia Langer, Revolution im Einzelhandel. Die Einführung der Selbstbedienung in Lebensmittelgeschäften der Bundesrepublik Deutschland (1949–1973) (Kölner Historische Abhandlungen, Bd. 51), Böhlau Verlag, Köln/Weimar etc. 2013, 448 S., geb., 54,90 €.

Revolution im Einzelhandel ist ein wichtiger Beitrag nicht nur zur Geschichte des westdeutschen Einzelhandels nach 1945, die bisher in der historischen Forschung eher wenig Beachtung gefunden hat, sondern auch für das stetig wachsende Feld der Konsumgeschichte. Als nuancierte Wissens- und Transfergeschichte konzipiert, leistet Lydia Langers Arbeit über die Einführung der Selbstbedienung im Lebensmittelhandel zudem auch einen vergleichenden Beitrag zur Diskussion um die vermeintliche „Amerikanisierung“ westdeutscher Konsumstrukturen nach dem Zweiten Weltkrieg. Der Fokus auf das Selfservice-Modell ist glücklich gewählt, da Selbstbedienung eine zentrale Scharnierfunktion für Rationalisierungs- und Umstrukturierungsprozesse in Handel und Konsum hatte.

Langer beschreibt in den ersten Abschnitten zunächst die Vorgeschichte ihrer „Revolution“ im Handel und bietet dabei gut lesbare Abrisse der deutschen und amerikanischen Einzelhandelsentwicklung bis zum Zweiten Weltkrieg, die von einer fundierten Kenntnis der deutschen und amerikanischen historischen Literatur zum Thema zeugen. Während sich in den USA die Selbstbedienung schon ab den 1920er Jahren und dann verstärkt infolge der Weltwirtschaftskrise durchsetzte, blieb der deutsche Einzelhandel in der Zwischenkriegszeit trotz zunehmendem Interesse an Rationalisierung dem Modell gegenüber noch verschlossen. Langers These einer Nachkriegsrevolution im Handel mag die Modernisierungsdynamiken im deutschen Einzelhandel seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert unterschätzen (und auch die Entwicklungen in der NS-Zeit kommen in ihrer Darstellung ein wenig zu kurz), doch fand die Selbstbedienung tatsächlich erst ab den 1950er Jahren wirkliche Verbreitung. Langer identifiziert 1957 als ein Wendejahr, was sich weitgehend mit den Ergebnissen der allgemeinen Forschung zu bundesdeutschen Konsumstrukturen deckt. Auch hier wird erst gegen Ende der 1950er Jahre der Durchbruch zu einer neuen Form des Massenkonsums konstatiert.

Es folgt ein umfangreiches Kapitel zur Rezeption amerikanischer Selbstbedienungsmethoden, das in vieler Hinsicht den analytischen Kern der Arbeit bildet. Langer zeichnet den Wissenstransfer durch Experten und den Austausch über Studienreisen und Reiseberichte, Fachmedien, Kongresse und Ausstellungen detailliert nach. Selfservice galt als Herzstück modernen, rationalisierten Einzelhandels und wurde gerade auch von amerikanischer Seite als kundenbezogenes Element einer auf Wahlfreiheit basierenden Konsumdemokratie im Kalten Krieg propagiert. Der starke Blick auf die USA als Referenzmodell, dies macht Langer aber sehr deutlich, stellte in keiner Weise eine einfache „Amerikanisierung“ des deutschen Handels dar. Der konsumgesellschaftliche Kontext wurde, gerade auch aufseiten des deutschen Einzelhandels, oft kritisch reflektiert. Den Zeitgenossen ging es eher um gezielte Adaptionen denn um simples Kopieren. Zunehmend bildete sich eine transnationale Expertenöffentlichkeit, die Handelsinnovationen diskutierte und der Fokus verschob sich besonders ab den 1960er Jahren zunehmend auf die europäische Ebene. Schweden, Großbritannien, die Niederlande und die Schweiz etwa wurden Ziele von Studienreisen als sich der Einzelhandel europäisierte und globalisierte.

Der eigentlichen Einführung von Selbstbedienungsformen in deutschen Lebensmittelgeschäften wendet sich die Studie erst im vierten Kapitel zu. Neben einzelnen Unternehmen wie zum Beispiel der Eklöh GmbH, spielten gerade Konsumgenossenschaften, größere Filialgesellschaften und Einkaufsgemeinschaften eine Pionierrolle. Zunächst gab es eine Reihe von Hindernissen, von hohen Kapitalanforderungen über Sorge vor Diebstählen bis zu traditionellen Vorstellungen von Verbraucherwünschen, die als sehr individualisiert und beratungsorientiert eingeschätzt wurden. Ein Netzwerk von Expertenorganisationen des Handels wie dem „Institut für Selbstbedienung“ verhalf dem Modell aber langfristig zum Durchbruch. Standen 1957 noch 1.379 Selbstbedienungsläden etwa 200.000 Bediengeschäfte gegenüber, wurden Anfang der 1970er Jahre schon rund 90% des Umsatzes in SB-Geschäften getätigt. Es ist schade, dass dieser dramatische Wandel der Vertriebsformen für den Leser nicht durch Abbildungen oder Ladenskizzen illustriert werden konnte. Über Zwischenformen wie den „Tempo-Laden“ lief die Entwicklung in den Nachkriegsjahrzehnten auf immer großräumigere Supermärkte hin. Allerdings kam es nicht zu einer Homogenisierung, sondern eher zu einer Pluralisierung der Betriebsformen, da kleinere SB-Geschäfte neben den Supermärkten mit ihrem expandierten Warenangebot weiter bestanden und Lebensmittelabteilungen in Warenhäusern, Discountgeschäfte sowie schließlich Verbrauchermärkte auf der grünen Wiese als neue Konkurrenz hinzukamen.

Während die USA auch bei Discountern (jedoch weniger im Lebensmittelbereich) ein wichtiger Referenzpunkt in der deutschen Diskussion blieben, kam es nicht zu einer Konvergenz der Einzelhandelsstrukturen in beiden Ländern. Langer macht dies deutlich, jedoch wäre es für den Leser wünschenswert gewesen, die Diskussion des Wissenstransfers im dritten Kapitel häufiger und direkter mit der folgenden Einzelhandelsentwicklung zu verknüpfen und auch der Vergleich gerät hier aus dem Blick der Autorin. Wie adaptierten Unternehmen den transnationalen Wissenstransfer direkt vor Ort und wie stellten sich die Unterschiede im Einzelhandel am Ende ihres Untersuchungszeitraums konkret dar? Deutlich wird hingegen, dass die Einführung der Selbstbedienung hier wie dort unternehmerische Konzentrationsprozesse im Handel förderte. Die Sorge vor der steigenden Marktmacht der Großunternehmen diskutiert Langer exemplarisch am Versuch der nordamerikanischen Weston Group in den 1960er Jahren auf dem bundesdeutschen Lebensmittelmarkt Fuß zu fassen. Kapitalstärke, Preiswettbewerb und der Großeinkauf als Familienerlebnis stellten kleinere, unabhängige Geschäfte vor eine zunehmend große Herausforderung. Jedoch stellte sich diese Situation in verschiedenen Einzelhandelsbranchen unterschiedlich dar – Warenhäuser, Versandhandel oder Einkaufszentren traten hier etwa als Innovatoren auf, für deren Erfolg das von Langer diskutierte Modell „Selbstbedienung“ an sich weniger zentral war.

Der Lebensmitteleinzelhandel war nicht repräsentativ für den gesamten Handel, zeigte jedoch wichtige allgemeine Entwicklungen auf. In deutlich kürzeren, abschließenden Kapiteln erörtert Langer die breiteren Auswirkungen des Selbstbedienungsmodells für die Konsumgesellschaft. Dazu gehörte zum einen der Wandel in der Einzelhandelsarbeit, die zunehmend von Teilzeit- und Aushilfskräften geprägt war. Der traditionelle „Verkäufer“ wich immer stärker einer direkten Beziehung zwischen Kunde und Ware. Diese prononciertere Kundenorientierung des Handels fand ihren Ausdruck in der steigenden Bedeutung von Marktforschung, Produktpräsentation sowie in der Verpackung und der Werbung. Bei den Kunden traf die Selbstbedienung auf weitgehende Zustimmung, doch ob die neue Rolle des wählenden Kunden tatsächlich seiner „Emanzipation“ gleichkam, wie Langer dies suggeriert, ist mit Blick auf die zuvor diskutierten psychologischen Lenkungsmechanismen fraglich. Im Gesamtgewicht der Arbeit hätten solche Aspekte durchaus stärker gewürdigt werden können. Die „supply-chains“ der Supermärkte von der Agrarwirtschaft bis zur Konsumgüterindustrie spielen in dieser Untersuchung kaum eine Rolle. Die Bedeutung der Diskussionen über eine geschlossene Kühlkette vom Produzenten bis zum Endverbraucher für den

Wandel von Nahrungsmittelvertrieb- und Konsum bleibt nahezu unerwähnt. Das auf Bedarfsweckung zielende „consumer engineering“ im Marketing- und Produktdesign etwa der Markenartikelhersteller und deren Auseinandersetzung mit der wachsenden Marktmacht des Einzelhandels – als ein wesentliches Ergebnis der Rationalisierung- und Konzentrationsprozesse – finden ebenfalls nur am Rande Beachtung. Zentrale wirtschaftliche Prozesse einer sich wandelnden Konsumgesellschaft geraten durch die wissenschaftsgeschichtliche Perspektive der Arbeit etwas in den Hintergrund. Der Wandel im Konsum, der sich an der Einführung der Selbstbedienung nachzeichnen lässt, ging doch weit über den Einzelhandel hinaus.

Dies soll die Leistung von Langers Arbeit nicht schmälern, sondern eher weiteren Forschungsbedarf in diesem Feld aufzeigen. Insgesamt ist „Revolution im Einzelhandel“ eine fundierte Studie, die auf breiter Quellenbasis einen wichtigen Beitrag zur Einzelhandels- und Konsumgeschichte der Nachkriegszeit leistet.

Jan Logemann, Washington

Zitierempfehlung:

Jan Logemann: Rezension von: Lydia Langer, Revolution im Einzelhandel. Die Einführung der Selbstbedienung in Lebensmittelgeschäften der Bundesrepublik Deutschland (1949–1973) (Kölner Historische Abhandlungen, Bd. 51), Böhlau Verlag, Köln/Weimar etc. 2013, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 54, 2014, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81567>> [12.6.2014].