

LUDWIG BEREKOVEN

GESCHICHTE DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS

Deutscher Fachverlag

INHALT

VORWORT	9
A. WIRTSCHAFTLICHE FRÜHGESCHICHTE (VOR 1100)	13
<i>Historischer Hintergrund</i>	13
Am Anfang stand die Selbstversorgung	13
Handwerke breiten sich aus	13
Hausiererei im Schatten des Fernhandels	14
B. MITTELALTERLICHE STADTWIRTSCHAFT (1100–1500)	17
<i>Historischer Hintergrund</i>	17
Zunft- und Gewerbewesen – jedem das Seine	18
Handwerkshandel – Geschäfte fest im Griff	19
Städtischer Einzelhandel – Konkurrenz macht sich breit	19
C. ÜBERGANG ZUR NEUZEIT (1500–1850)	23
<i>Historischer Hintergrund</i>	23
Handwerk – die Arbeitsteilung nimmt zu	24
Stationärer Einzelhandel – Fachgeschäfte in den Städten	25
Ambulanter Handel – Rückgrat der Versorgung	26
D. ZEITALTER DER INDUSTRIALISIERUNG (1850–I. WELTKRIEG) ...	27
<i>Historischer Hintergrund</i>	27
Handwerk – Massensterben auf Massenmärkten	28
Entfaltung des Fachhandels – die Spezialisierung nimmt zu	28
Warenhäuser – Tempel des Konsums	30
Kaufhäuser – kleiner, aber feiner	39
Versandhandel – die Post macht's möglich	39
Konsumgenossenschaften – Kampf nach allen Seiten	41
Filialbetriebe – eine Idee setzt sich durch	45
Einkaufsgenossenschaften – Hilfe zur Selbsthilfe	48
E. VOM ERSTEN BIS ZUM ENDE DES ZWEITEN WELTKRIEGS (1914–1948)	53
<i>Historischer Hintergrund</i>	53
Volle Regale – leere Regale	54
Mittelständischer Einzelhandel – ein Kampf ums Überleben	56
Einheitspreisgeschäfte – erfolgreich, aber ungeliebt	59

Warenhäuser – Glanz und Elend	62
Versandhandel – Aufstieg in schlechten Zeiten	66
Konsumgenossenschaften – vereint und doch zerschlagen	68
Filialbetriebe – unerwünscht, doch resistent	74
Einkaufsgenossenschaften – alle suchen ein Dach	78

F. VON DER WÄHRUNGSREFORM (1948) BIS IN DIE

ACHTZIGER JAHRE	81
<i>Historischer Hintergrund</i>	81

I. DIE FÜNFZIGER JAHRE	84
Schwieriger Start ins Wirtschaftswunder	84
Universalversender – Erfolge am laufenden Band	86
Filialbetriebe – alte Konzepte, neue Konzepte	86
Konsumgenossenschaften – befreit, vereint, bedrängt	88
Einkaufsgenossenschaften bekommen Konkurrenz	90
Selbstbedienung – die stille Revolution	91
Beziehungskäufe – Vorboten des Discounts	92
Cash and carry – ein neuer Großhandelstyp	93
Getränke-Heimdienste – »erst trinken, dann zahlen«	94
Buchklubs – Lesestoff im Abonnement	95
Rückblick	96

II. DIE SECHZIGER JAHRE	97
Der Wettbewerb wird spürbarer	97
Warenhäuser – erfolgreich wie einst	98
Versandhäuser – immer neue Angebote	99
Lebensmittelhandel – mehr push, mehr pull	100
Discounter – Tiefstpreise auf Dauer	101
Verbrauchermärkte – die Welle rollt	102
Konsumgenossenschaften – neue Konzepte gesucht	104
Einkaufsgenossenschaften – Strukturschwächen werden sichtbar	109
Einkaufszentren – Boom auf grüner Wiese	110
C&C – stürmisches Wachstum	111
Tankstellen – gefährlicher Wettlauf	112
Vermarktungskonzepte und -versuche	112
Rückblick	113

III. DIE SIEBZIGER JAHRE	115
Umschwung in Wirtschaft und Gesellschaft	115
Fortfall der vertikalen Preisbindung	117

No-Names – eine aufregende Idee	118
Stopp den Jumbos	120
Drogeriemärkte – Frontalangriff auf eine Branche	121
Baumärkte – neues Konzept schafft neuen Markt	122
Mitnahmemöbel – ein Geschäft mit Pfiff	124
Weinverkauf – fast wie beim Winzer	125
Fachdiscounter – der Erfolg macht Schule	126
Franchising – Know-how gefragt	127
Konzentrationsprozesse – Spiel ohne Grenzen	129
Der Weg ins Ausland – steinig und ungewohnt	132
Partievermarktung – zum Kaffee das Surfbrett	133
Warenhäuser – die Käufer bleiben aus	134
Klepreisgeschäfte – Mangel an Profil	136
SB-Warenhäuser – Grenzen des Wachstums	136
Konsumgenossenschaften – Reform der Reformen	138
Versandhandel – das Geschäft wird schwerer	140
Tiefkühlheimdienst – von der Marktlücke zum Massenmarkt	145
Direktvertrieb – gut beraten, zu Hause gekauft	146
Tankstellen – Kampf um jeden Liter	147
Sonderformen – Automatenverkauf und Catalog Showroom	148
Einzelhandelswerbung – die Viermilliarden-Verlockung	149
Rückblick	150

EXKURS: DER EINZELHANDEL IN DER DDR	152
---	-----

IV. DIE ACHTZIGER JAHRE	155
Wirtschaftsaufschwung – noch ohne Einzelhandel	155
Preiskämpfe – viele mit dem Rücken zur Wand	156
Discountierende Filialisten – Gewinner in stagnierenden Märkten	157

V. ZUKUNFTSASPEKTE	160
Versorgungshandel bald ausgereizt?	160
Trading-up im Mittelfeld – mit welchen Konzepten?	161
Erlebnishandel – Was fasziniert die Wohlstandsbürger?	162
Markengeschäfte – Werden Herstellerträume wahr?	164
Perspektiven – Billiger, näher, permanenter zum Kunden?	164

LITERATURVERZEICHNIS	167
----------------------------	-----

ÜBER DEN AUTOR	173
----------------------	-----

VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN

Markt in der kaiserlichen Reichsstadt Nürnberg	33
Der Bilderhändler	34
Der »Materialist«	35
Einzelhandel, Handwerkshandel und Handwerk um 1900	36
Nostalgische Fassade einer Parfümerie	36
Handschuh-Fabrikfiliale in Nürnberg um 1900	69
Das Haus von Leonhard Tietz erbaut 1912	69
Lichthof im Warenhauspalast L. Tietz	70
Anzeigenbeispiele aus den Fliegenden Blättern	71
Kaiser's Kaffee-Geschäfte von 1916 und 1933	72
Filialien der Tabakwarenhandlung E. Wolsdorff 1907 und 1913	105
Tengelmann – Notladen 1944	106
Hortens »Bau der 100 Tage«	106
Quelle-Kataloge aus den 50er Jahren	107
Nostalgischer Lebensmittelladen	107
Supermarkt im Bungalowstil der 60er Jahre (Außenansicht)	108
SB-Supermarkt von 1958	108
»Lieferung frei Haus«	141
Massa-Einkaufszentrum in Alzey	142
Rewe-Lebensmittelgeschäft	143
BP-autoshop ab 1965	143
Ikea-Möbelhaus Neubau Eching von 1986	144