

LUDWIG BEREKOVEN

GESCHICHTE DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS

Deutscher Fachverlag

INHALT

VORWORT	9
A. WIRTSCHAFTLICHE FRÜHGESCHICHTE (VOR 1100)	
<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)	
<i>Historischer Hintergrund</i>	17
Zunft- und Gewerbesetzen – jedem das Seine	18
Handwerkshandel – Geschäfte fest im Griff	19
Städtischer Einzelhandel – Konkurrenz macht sich breit	19
C. ÜBERGANG ZUR NEUZEIT (1500–1850)	
<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) ...	
<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)	
<i>Historischer Hintergrund</i>	53
Volle Regale – leere Regale	53
Mittelständischer Einzelhandel – ein Kampf ums Überleben	54
Einheitspreisgeschäfte – erfolgreich, aber ungeliebt	56
	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>	<i>81</i>
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 Wettkampf	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
Kleinpreisgeschäfte – 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