

Call for Papers

«Verdammt zu Größe und Wachstum»? Strukturwandel im Einzelhandel seit den 1950er Jahren

am Donnerstag, den 8. Oktober 2020 und Freitag, den 9. Oktober 2020,
Draiflessen Collection gGmbH, Georgstraße 18, 49497 Mettingen

Im April 2018 berichtete die Süddeutsche Zeitung auf ihrer «Seite Drei» über eine «ziemlich ungemütliche Branche» – den Möbeleinzelhandel. Neben einer geradezu klischeehaft aufgemachten David-und-Goliath-Geschichte von service-orientiertem und familiengeführtem Kleinunternehmen auf der einen und auf den billigen Preis setzendem (allerdings ebenfalls als Familienunternehmen geführtem) Großeinzelhändler auf der anderen Seite suchte der Autor auch die historischen Ursprünge des gegenwärtigen Möbeleinzelhandels zu ergründen. Ende der 1950er Jahre entschlossen sich Möbelschreiner dazu, nicht mehr nur selbstproduzierte und auf Kundenwunsch hin angefertigte Schränke, Tische und Stühle zu verkaufen, sondern stärker Einzelhandelsfunktionen zu übernehmen, Möbel ein-, um sie später wieder verkaufen zu können. Aus dem der Schreinerei angegliederten «kleinen Laden» Ende der 1950er Jahre wurde Mitte der 1970er Jahre ein Möbelhaus mit 15 000m² Verkaufsfläche – «gigantisch für damalige Verhältnisse», nichts aber im Vergleich zu dem, was in den kommenden Jahren folgen sollte.

Die schiere Größe ist jedoch nicht alles, was die Geschichte des Einzelhandels relevant macht. Im Schnittbereich zwischen Produktion und Konsumption bietet eine kultur- und gesellschaftsgeschichtlich untermauerte unternehmenshistorische Perspektive auf den Einzelhandel Einblicke in einen zunehmend an Bedeutung gewinnenden und selbstbewusster auftretenden Zweig der Wirtschaft. Erst kürzlich zeigte die Auseinandersetzung zwischen Nestlé und Edeka um die Einkaufskonditionen, die der Einzelhändler letztlich für sich entscheiden konnte, die gewachsene Marktmacht des Handels im Vergleich zur Industrie. Ähnliche Konflikte zwischen Herstellern und Händlern lassen sich auch für die Vergangenheit annehmen. Im Heimwerkerbereich fand sich z.B. Vergleichbares in einer mit harten Bandagen geführten Auseinandersetzung zwischen Baumarktbetreibern und Produzenten von Sanitärarmaturen in den 1980er Jahren.

Ein genauerer Blick auf die Geschichte des Einzelhandels in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts und im beginnenden 21. Jahrhundert macht deutlich, dass der häufig als Alleinerklärung verwandte Begriff der «Amerikanisierung» zwar teilweise zutreffend ist, dass er aber dennoch noch lange nicht ausreicht, um lokale und nationale Dynamiken zu erklären. Auch wenn die Entwicklungen scheinbar amerikanischen Mustern gefolgt sind, so lassen sich doch nationale Aushandlungsprozesse und Anpassungsleistungen beobachten, wie sie die historische Amerikanisierungsforschung auch ganz allgemein annimmt. Gerade deshalb verspricht auch eine transnational vergleichende Geschichte der Entwicklungen im Einzelhandel neue Erkenntnisse.

Während für den Lebensmitteleinzelhandel inzwischen schon einige fundierte geschichtswissenschaftliche Studien vorliegen, ist der Non-Food-Bereich noch weitaus weniger gut erforscht. Obwohl der Anteil des Einkommens, der für Lebensmittel aufgewendet wird bzw. werden muss, seit den späten 1950er Jahren sank (wie die einschlägige konsumhistorische Literatur belegt), also immer mehr langlebige (und kostspielige) Konsumgüter angeschafft wurden, bleibt bislang der damit befasste Einzelhandel unternehmenshistorisch trotz erster Ansätze noch immer

unterbelichtet. Dabei machte die den Einzelhandel ins Blickfeld nehmende betriebswirtschaftswissenschaftliche Forschung gerade auch in diesem Bereich die «Revolution im Einzelhandel» aus und untersuchte (und empfahl) innovative Konzepte wie die «Bedarfsbündelung». Dennoch steht die geschichtswissenschaftliche Auseinandersetzungen mit diesen Konzepten und insbesondere ihrer unternehmensinternen Anwendungen noch am Beginn.

An diesem Punkt will die Tagung ansetzen und branchenübergreifend den Strukturwandel in den Blick nehmen. Wie füllte der Einzelhandel die ihm schon Anfang des 20. Jahrhunderts zugeschriebene «Überbrückungsfunktion» (Oberparleitner) zwischen Industrie und KonsumentInnen in unterschiedlichen Kontexten jeweils aus? Welche Elemente bedingten den Erfolg bestimmter Unternehmen, welche ihren Misserfolg? Wer waren die entscheidenden Akteure in dieser Entwicklung? Wie wandelte sich Funktion, Selbstverständnis und Wahrnehmung des Einzelhandels in diesem Zeitraum? Wie reagierte der bis weit ins 20. Jahrhundert mittelständisch und durch Familienunternehmen geprägte Einzelhandel auf die Herausforderungen großer Einzelhandelsketten und wie veränderten sich dadurch die ökonomischen Strukturen im Einzelhandel?

Mögliche Themen für Beiträge sind deshalb das Verhältnis von Einzelhandel zu Industrie und von Einzelhandel zu KonsumentInnen, der Wandel des Einkaufsverhaltens, die Beziehungen zwischen Einzelhandel und (vor-)städtischem Raum (Stichwort: «Grüne Wiese») und ganz allgemein der Format- und Strukturwandel im Einzelhandel (Filialisierung, Franchise-Systeme etc.). Diesen Fragen und Themen sollen an konkreten Beispielen unterschiedlicher Branchen nachgegangen werden. Beispiele dafür sind z.B. Kleidung und Schuhe, Drogerieartikel, Heimwerkerbedarf, Unterhaltungselektronik, Sport- und Freizeitartikel u.a.m. Gerade die enge Verknüpfung von Einzelhandelsunternehmen und der Gesellschaft, in der sie agieren, lassen nicht nur interessante unternehmenshistorische Erkenntnisse, sondern auch darüberhinausgehende gesellschaftsgeschichtlich relevante Befunde erwarten.

Vorschläge zu Vorträgen, inklusive einer kurzen Angabe zu Ihrer Person (zusammen etwa eine Textseite) schicken Sie bitte als pdf-Dokument per E-Mail bis zum **10. Januar 2020** an Dr. Andrea Schneider-Braunberger von der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. (ahschneider@unternehmensgeschichte.de) oder an Dr. Jonathan Voges, Leibniz Universität Hannover (jonathan.voges@hist.uni-hannover.de).

Für Fragen stehen Ihnen auch die Organisatoren der Tagung Prof. Dr. Cornelia Rauh (cornelia.rauh@hist.uni-hannover.de) und Prof. Dr. Christian Kleinschmidt (christian.kleinschmidt@staff.uni-marburg.de) zu Verfügung.