

Buchtipps: Das Shein des Industriezeitalters

von Christoph von Schwanenflug



Werner Plumpe, Ralf Banken, Die wunderbare Welt des Hermann Tietz, Siedler-Verlag, München 2026, 752 Seiten, 58 Euro.

Warenhäuser. In ihrem Buch über das Warenhaus-Unternehmen Hermann Tietz (später Hertie) beschreiben die Historiker Werner Plumpe und Ralf Banken das Warenhaus als einen Ermöglicher des Massenkonsums. Dem traditionellen Ladenhandel war die Vertriebsform ein Dorn im Auge. „An den Warenhäusern konnte die Masse der kleinen Läden die eigene Rückständigkeit ablesen.“

In ihrem jüngsten Anschreiben an die Vermieter macht das Management von Galeria die „unregulierte Paketschwemme der chinesischen Billighändler wie Temu und Shein“ für die eigenen wirtschaftlichen Probleme verantwortlich (siehe „Galeria droht Vermietern mit Schließung“). Der BTE Handelsverband Textil Schuhe Lederwaren appellierte vor wenigen Tagen an die Bundesregierung und die EU, „umgehend wirksame und konsequente Maßnahmen gegen den massenhaften Import schadstoffbelasteter Billigware über asiatische Onlineplattformen wie Temu und Shein zu ergreifen“.

Wenn man das Hertie-Buch von Werner Plumpe und Ralf Banken liest, klingelt da was: Das Shein des Industriezeitalters war das Warenhaus! Sein Wettbewerbsvorsprung war so überwältigend, dass der traditionelle Ladenhandel nicht anders konnte, als diesen auf unlautere Methoden zurückzuführen. „An ihnen konnte die Masse der kleinen Läden die eigene Rückständigkeit ablesen“, schreiben Plumpe und Banken in ihrem Buch „Die wunderbare Welt von Hermann Tietz. Warenhaus und Massenkonsum in Deutschland in der Moderne“. Der „Mief der herkömmlichen Geschäfte“ sei dadurch verborgen worden, dass „man das Warenhaus dämonisierte“. Um das Jahr 1900 wurden die Warenhäuser mit einer Sondersteuer belegt. Ihren Aufstieg konnte das nicht aufhalten. 1914 lag ihr Anteil am Einzelhandelsumsatz im Deutschen Reich bei rund 5% – beeindruckend, wenn man bedenkt, dass die meisten deutschen Warenhäuser ihren Ursprung in kleinen Wäsche- und Kurzwarengeschäften hatten, die in den 1880er Jahren eröffneten.

Einer der Pioniere der Vertriebsform in Deutschland war Oskar Tietz. Er wurde 1858 in eine jüdische Familie geboren und eröffnete 1882 in Gera mit dem Geld seines Onkels Hermann Tietz sein erstes Geschäft. Es war der Nukleus für eine Unternehmung, die sich 1932 mit 13 Filialen (davon neun in Berlin) stolz den „größten Warenhaus-Konzern Europas im Eigenbesitz“ nannte. Während der NS-Zeit griff Georg Karg erfolgreich nach dem angeschlagenen Handelsriesen, der sich fortan Hertie nannte. Sein Sohn Hans-Georg Karg verkaufte Hertie 1993 an Karstadt und brachte das Kapital zusammen mit seiner Frau Adelheid Karg in eine Stiftung ein. Die Karg-Stiftung hat die Forschung von Plumpe und Banken finanziell unterstützt.

Ohne Warenhäuser kein Massenkonsum

Die Autoren sehen in ihrem Buch mehr als eine Unternehmensgeschichte. „Wir haben versucht, die Warenhäuser in ihrer Funktion für die Konsumgesellschaft der Moderne zu beschreiben“, sagte Plumpe bei der Präsentation des Buches auf einer Veranstaltung der „Gesellschaft für Unternehmensgeschichte“ im Historischen Museum der Stadt Frankfurt. Das Warenhaus sei notwendig gewesen, um die Produkte der Massenproduktion an den Mann bzw. vor allem die Frau zu bringen, die Hauptzielgruppe der Warenhäuser. Groß sei der Eingriff ins Stadtgefüge gewesen,

der für die Warenhäuser in Kauf genommen wurde. Nicht selten habe man erst wenige Jahre alte Wohn- und Geschäftshäuser abgerissen. „Die Warenhäuser wurden in funktionierende Innenstädte hineingebaut und ersetzen die bisherige Mischnutzung durch die Monofunktionalität des Warenvertriebs“, sagte Plumpe.

Oskar Tietz definierte die Erfolgsformel der Warenhäuser so: „Weit aus dem Rahmen des gewöhnlichen Geschäftswesens hinaus großen Volksmassen in bisher ungeahnter Weise ungekannte Konsumgebiete zu eröffnen, ungeahnte Produktionen der Industrie im weitesten Sinne zu ermöglichen, das ist das Grundprinzip der modernen Waren- und Kaufhäuser.“ Die Macher von Shein und Temu könnten ihren Ansatz nicht besser beschreiben.