Cologne Economic History Paper

Universität zu Köln
Seminar für **Wirtschafts- und Sozialgeschichte**

03-2007

Ralf Banken

Die quantitative Entwicklung des bundesdeutschen Einzelhandels 1949-2000. Daten
/
The Quantitative Development of West German Retailing 1949-2000. Data



Cologne Economic History Paper
Ed.: Toni Pierenkemper/Alfred Reckendrees

Seminar für Wirtschafts- und Sozialgeschichte
Department of Economic and Social History
Universität zu Köln – D-50923 Köln
University of Cologne – D-50923 Cologne - Germany
pierenkemper@wiso.uni-koeln.de

Cologne Economic History Paper

Universität zu Köln
Seminar für **Wirtschafts- und Sozialgeschichte**

03-2007

Ralf Banken

Die quantitative Entwicklung des bundesdeutschen Einzelhandels 1949-2000. Daten
/
The Quantitative Development of West German Retailing 1949-2000. Data

Cologne Economic History Paper
Ed.: Toni Pierenkemper/Alfred Reckendrees

Seminar für Wirtschafts- und Sozialgeschichte
Department of Economic and Social History
Universität zu Köln – D-50923 Köln
University of Cologne – D-50923 Cologne - Germany
pierenkemper@wiso.uni-koeln.de

Ralf Banken

Die quantitative Entwicklung des bundesdeutschen Einzelhandels 1949-2000. Daten/ The Quantitative Development of West German Retailing 1949-2000. Data

1. Einführung/Introduction 3
2. Erklärung der Tabellen//Explanation of Data 4
3. Die bundesdeutsche Einzelhandelsentwicklung: Ergebnisse und Forschungsausblick 7
4. Tabellenanhang/Appendix: Data 9
   1. Der Umsatz im bundesdeutschen Einzelhandel nach der Umsatzsteuerstatistik in 1.000 DM, 1950-2004 9
   2. Der volkswirtschaftliche Anteil des Einzelhandels, 1950-2004 10
   3. Die Unternehmen im Einzelhandel nach Größenklassen, 1956-1997 11
   4. Die Zahl der Einzelhandelsunternehmen, 1950-2004 12
   5. Der Umsatz des Einzelhandels nach Angaben des HDE in DM, 1949-2004 13
   6. Die Verkaufsfläche im Einzelhandel in Mio. qm, 1962-2005 14
   7. Die Entwicklung wichtiger betriebswirtschaftlicher Kennzahlen im Einzelhandel, 1949-1999 15
   8. Der Umsatz im Einzelhandel nach Umsatzbereichen in Mrd. DM 1950-1994 16
   9. Der Umsatz im Einzelhandel nach Betriebs- und Vertriebsformen 1962-1980 (in Mrd. DM) 17
   10. Umsatzanteil verschiedener Betriebsformen im Einzelhandel in % 1980-2000 17
   11. Die Zahl der steuerpflichtigen Unternehmen 1962-1992 17
   12. Die Beschäftigung im Einzelhandel 1949-2001 18
   13. Verkaufsfläche und Umsatz nach Betriebsformen 1956-1987 19
   14. Die Sortimentsentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel 1958-1988 (Zahl der Artikel) 20
   15. Die Entwicklung der SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte u. SB-Discounter, 1966-1988 21
   16. Die Entwicklung der Lebensmitteldiscounter 1955-1997 22
   17. Der Umsatz im Einzelhandel nach Unternehmensbereichen in Mio. DM, 1962-1992 22
   18. Der Umsatz im Einzelhandel nach Betriebsformen im Mio DM 1962-1992 23
   19. Die Lebensmittelläden nach Betriebs- und Vertriebsformen (Zahl der Unternehmen) 1957-88 23
   20. Die Entwicklung von Aldi 1955-1997 24
   21. Zahl der Discounterfilialen 1979 und 1997 24
Literatur 24

Summary

Das working paper enthält Tabellen zur quantitativen Entwicklung des bundesdeutschen Einzelhandels von 1949 bis zum Jahr 2000 mitsamt einer detaillierten Beschreibung der Datenreihen. Die Daten spiegeln dabei gut die Entwicklung der bundesdeutschen Massenkonsumgesellschaft in diesem Zeitraum wieder.

This paper contains data on the quantitative development of the West German retailing from 1949 until 2000 and a detailed description of the data. The data show explicitly the development of the West German Mass Consumption Society in this period.

1. Einführung/Introduction

Ein feines Gespür für den langfristigen Entwicklungstrend des westdeutschen Einzelhandels bewies das Kölner Institut für Selbstbedienung, als es 1968 die neue und heute führende Fachzeitschrift für Selbstbedienung mit dem Namen „Dynamik im Handel“ bedachte. Denn dieser Wirtschaftszweig erlebte seit der Währungsreform nicht nur eine Vervielfachung des Umsatzes mit einem bis heute wachsenden Warenangebot, sondern auch die Marktstrukturen wandelten sich radikal. Heute prägen nicht mehr Tante-Emma-Läden, inhabergeführte Fachgeschäfte und betulicher Wettbewerb das Bild der Branche, sondern preisaggressive Discounter, SB-Warenhäuser, Filialketten, Fachmärkte und Großkonzerne, die sich seit den 1960er Jahren im Zuge einer anhaltenden Unternehmenskonzentration durchsetzten. Eine massive Rationalisierung ermöglichte den rasant steigenden Warenumschlag und die Sortimentsausweitung der Geschäfte. Die Dynamik des Einzelhandels und sein Strukturwandel sind Kennzeichen für die Entwicklung der bundesdeutschen Gesellschaft in eine Massenkonsumgesellschaft.

Doch obgleich der Einzelhandel zusammen mit den industriellen Herstellern und der Reaktion der Konsumenten die Herausbildung der heutigen Konsumgesellschaft entscheidend mitprägte, hat die Forschung die langfristige Entwicklung dieses wichtigen Wirtschaftszweigs bisher nur kursorisch untersucht.[1] Dies überrascht, stellt doch gerade der Einzelhandel ein Untersuchungsfeld dar, in dem sich die Entstehung des Massenkonsums gleichsam spiegelt. Aufgrund ihrer starken Orientierung auf die industrielle Produktion haben sich bislang weder die Wirtschafts- noch die Unternehmensgeschichte intensiv dem Einzelhandel nach 1945 zugewendet. Auch die neuere Konsumgeschichte schenkte diesem Wirtschaftszweig keine größere Aufmerksamkeit, sieht man von wenigen Ausnahmen ab. So sind einzig die Einführung der Selbstbedienung und die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in den 50er Jahren genauer in den Blick genommen worden.[2] Nicht einmal die großen Warenhaus- und Versandhandelsunternehmen bildeten für die Zeit nach 1945 bisher einen Gegenstand historischer Analysen, obgleich sich zahlreiche Handelsunternehmen in diesem Zeitraum aus kleinsten Anfängen zu den größten deutschen Unternehmen entwickelten.[3] Überblicksdarstellungen über die Geschichte des Einzelhandels liegen nur von betriebswirtschaftlichen und wirtschaftsgeographischen Autoren vor; sie beschränken sich jedoch weitgehend aufs Deskriptive.[4] Quantitative Analysen der langfristigen Entwicklung des Einzelhandels und der Einzelhandelsmärkte existieren allenfalls ansatzweise für den Lebensmittelhandel; doch überwiegend werden lediglich kurze Zeiträume behandelt. Außerdem ist der Handel mit Nichtlebensmitteln bislang kaum untersucht worden.

Ohne Zweifel ist das Fehlen langfristiger quantitativer Studien für einen längeren Zeitraum, die den strukturellen Wandel des Einzelhandels (Marktanbieter, Betriebsformen, Umsatzstrukturen inklusive einzelner Warenbereiche) beleuchten, auch auf die schwierige Datenlage zurückzuführen. Denn aufgrund der mehrfachen Änderung der Erhebungsgrundlagen des Statistischen Bundesamts, erfordert bereits die Erstellung einer Datenreihe über den Gesamtumsatz des Einzelhandels für die Zeit der Bundesrepublik (1949 bis 2000, z.T. 2004) einen erheblichen Aufwand.[5] Der Aufsatz „Schneller Strukturwandel trotz institutioneller Stabilität. Die Entwicklung des deutschen Einzelhandels und die Entstehung des Massenkonsums 1949-2000“ (Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2007/II)[6], den dieses working paper mit detailliertem

1 Eine Ausnahme ist die grundlegende Studie von Spiekermann, *Basis* (1999).

2 Vgl. Banken, *Strukturwandel* (2007) und die übrigen Beiträge in diesem Band des Jahrbuchs für Wirtschaftsgeschichte.

3 Meistens handelt es sich um populärwissenschaftliche Darstellungen oder Festschriften, eine Ausnahme ist *Reichel*, *Eisenbahner-Konsumverein* (2003).

4 Siehe z.B.: Berekoven, *Geschichte* (1970).

5 Weil die Originaldaten des Bundesamtes die Entwicklung erheblich verzerren, ist vor allem eine Standardisierung der Angaben erforderlich.

6 Banken, *Strukturwandel* (2007), 39-67.

Zahlenmaterial ergänzt, basiert auf einem völlig neu konstruierten Datensatz, der statistisches Material des Statistischen Bundesamtes (Umsatzsteuerstatistik), des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (Umsatzentwicklung einzelner Warenbereiche, Handelsspannen etc.) und der wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsliteratur (Betriebsformen u. a.) zusammenfasst, vergleichbar macht und lange Zeitreihen rekonstruiert. Der genannte Aufsatz untersucht in seinem ersten Teil die Geschichte und den Strukturwandel des bundesdeutschen Einzelhandels seit 1949 insbesondere mittels quantitativ auswertbarer Parameter wie die Zahl der Unternehmen, die Betriebsformen, die Entwicklung des Umsatzes u.a. mehr.

In der Veröffentlichung im JbWG musste aufgrund des Umfangs der Datenbasis auf die Dokumentation zahlreicher Datenreihen verzichtet werden, die dem Beitrag zugrundeliegenden Tabellen werden hier zusammen mit dem Schluss des Aufsatzes (3.) veröffentlicht, dies ermöglicht es dem Leser auch, die Daten für den eigenen Gebrauch direkt zu übernehmen.

Zudem bietet diese gesonderte Veröffentlichung den Vorteil, dass die einzelnen Datenreihen ausführlich dokumentiert werden können, mussten doch zahlreiche Datenreihen aufgrund der schwierige Quellenlage entweder aus verschiedenen Quellen zusammengestellt oder aufgrund unterschiedlicher Bemessungsgrundlagen standardisiert werden.

2. Erklärung der Tabellen//Explanation of Data

Bereits die Erstellung einer Reihe für die Umsatzentwicklung des gesamten Einzelhandels von 1950 bis 2000 ist schwierig, da das Statistische Bundesamt mehrmals seine Erhebungsgrundlagen geändert hat. Schon für diesen Kernindikator einer wirtschaftsgeschichtlichen Analyse war eine arbeitsintensive nachträgliche Standardisierung erforderlich, da die Originaldaten des Bundesamtes aufgrund der statistischen Brüche die eigentliche Entwicklung erheblich verzerren. Ähnliches gilt für andere Basisindikatoren (Unternehmenszahl, Beschäftigte etc.). Es ist daher wenig verwunderlich, dass die bisherigen Analysen des bundesdeutschen Einzelhandels weitgehend auf eine Quantifizierung verzichten und auf die Präsentation einzelner Daten und kurzer Zeitreihen aus der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur ausweichen.

Alternative Datenreihen stehen nur in geringem Ausmaß zur Verfügung, und aufgrund der großen Bedeutung der amtlichen Daten sollen diese im Folgenden näher erläutert werden. Das Statistische Bundesamt erfasst die Entwicklung des Einzelhandels in verschiedenen Erhebungen. Zum einen werden wichtige Daten (Umsatz, Unternehmenszahl, Größenklassen u. a.) des Einzelhandels in der Umsatzsteuerstatistik kontinuierlich im Ein- bzw. Zwei-Jahres-Rythmus erfaßt. Daneben existiert auch eine eigene Fachreihe „Handel“, in der neben dem Großhandel und der Handelsvermittlung auch der Einzelhandel für die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung statistisch erfasst wird. Schließlich erfolgen in Abstand mehrerer Jahre (1960, 1968, 1979, 1985, 1993) ausführliche Betriebszählungen des Handels und Gaststättengewerbes, in dem zahlreiche Strukturmerkmale (Investitionen, Verkaufsfläche etc.) zusätzlich erhoben werden.

Für alle drei Reihen gilt, dass die Erhebungsgrundlagen im Zeitverlauf immer wieder – und z. t. gravierend – verändert wurden, so dass die Vergleichbarkeit umfangreiche Standardisierungen voraussetzt. Aus Gründen des Arbeitsaufwands wurde auf eine Auswertung der Betriebszählungen verzichtet. Die Auswertung zahlreicher Strukturmerkmale für wenige Stichjahre hätte zwar ein plastischeres Bild des Branchenwandels ermöglicht, doch bietet die Umsatzsteuer- und Fachstatistik „Handel“ kontinuierliche Jahreserhebungen, mit dem Vorteil, den Strukturwandel temporär deutlich präziser erfassen zu können, zumal sich auch der zitierte Aufsatz über die langfristige Entwicklung des Einzelhandels von 1949 bis 2000 auf wenige Indikatoren beschränken musste.

Die Wahl der zu standardisierenden Datenreihe fiel schließlich auf die Umsatzsteuerstatistik. Diese waren zum einen leichter zu erfassen, zum anderen enthalten sie die von den Finanzämtern gemeldeten Werte

des real getätigten Umsatzes bzw. der steuerpflichtigen Unternehmen. Die Fachstatistik dagegen errechnet auf Basis einer Stichprobe von 20.000 Unternehmen, die hierfür die entsprechenden Angaben an das Statistische Bundesamt liefern, die benötigten Daten. Die Umsatzsteuerstatistik hat lediglich den Nachteil, dass die nicht steuerpflichtigen Unternehmen im Einzelhandel nicht in die Zahlen mit eingehen. Da diese weniger als 0,1% des Gesamtumsatzes ausmachen, sind sie vernachlässigenswert. Insgesamt ergab eine Kontrollrechnung, dass die Unterschiede zwischen den Umsatzdaten der Fach- und der Umsatzsteuerstatistik ohne größere Bedeutung sind, da sie immer nur wenige Prozent betragen.

Einzig für die Zahl der Unternehmen ergaben sich größere Unterschiede, da die Fachstatistik erheblich geringere Werte angibt. Wahrscheinlich wird die Gruppe der zahlreichen Kleinstfirmen mit einem sehr kleinen Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels (< 0,1%) als marginale Größe nicht für die Berechnung der Wertschöpfung des Einzelhandels benötigt.

Das Problem der Brüche durch die mehrfache Neuordnung der Wirtschaftssystematik besteht auch für die Umsatzsteuerstatistik. Eine einheitliche Wirtschaftssystematik wurde erstmals 1961 eingeführt, in der sämtliche Wirtschaftszweige der bundesdeutschen Wirtschaft nach einem Nummerschema in Unter- und Oberkategorien geordnet wurden. Der Einzelhandel erhielt zusammen mit dem Großhandel und der Handelsvermittlung die Nr. 4. Er selbst besaß die Kennziffer 43 (Einzelhandel mit Waren verschiedener Art) und war weiter nach Hauptwarenbereichen des Einzelhandels unterteilt, z. B. „431 Einzelhandel mit Nahrungs- und Genußmitteln“, „432 Einzelhandel mit Bekleidung, Wäsche, Ausstattungs- und Sportartikeln sowie mit Schuhen“ oder „435 Einzelhandel mit Papierwaren und Druckerzeugnissen“. Auch diese Hauptbereiche waren untergliedert, etwa „439 Einzelhandel mit sonstigen Waren“ mit „4390 Einzelhandel mit Sämereien, Blumen-, Futter- und Düngemitteln“, „4391 Einzelhandel mit lebenden Tieren sowie mit zoologischem Bedarf“ usw. Für diese Unter- und Obergliederungen finden sich in den zweijährlichen Umsatzsteuerstatistiken Daten über den Umsatz und die Zahl der Unternehmen.

Die grundsätzliche Systematik der bundesdeutschen Umsatzsteuerstatistik

Nr.	Hauptkategorie	1. Untergliederung	2. Untergliederung	3. Untergliederung
4	Handel			
43	„	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art		
439	„	„	Einzelhandel mit sonstigen Waren	
4391	„	„	„	Einzelhandel mit lebenden Tieren sowie mit zoologischem Bedarf

Bei den Neugliederungen der Wirtschaftssystematik 1979, 1993 und 2003 wurden die jeweiligen Systematiken nicht unerheblich verändert. Zum einen wurden innerhalb der Kategorie Einzelhandel Verschiebungen vorgenommen. So wurde beispielsweise 1979 die Kategorie „430 Einzelhandel mit Waren verschiedener Art“ mit den Unterkategorien „4300 Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Bekleidung, Textilien, Hausrat und Wohnbedarf“ bzw. „4304 Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genußmittel“, in denen Unternehmen ohne einen klaren Warenschwerpunkt (Kaufhäuser) gebucht wurden, aufgelöst und die Umsätze in denjenigen Kategorien gezählt, in denen diese Unternehmen ihr Hauptgeschäft (mehr als 50% des Umsatzes) besaßen. Neben dieser gravierenden Änderung wurden zahlreiche kleinere Änderungen in den Unterkategorien vorgenommen. So gehörten beispielsweise Spielwaren nicht mehr zum „434 Einzelhandel mit elektrotechnischen, feinme-

chanischen und optischen Erzeugnissen, Schmuck, Leder, Galanterie- und Spielwaren sowie mit Musikinstrumenten“, sondern diese Kategorie hieß nun „434 Einzelhandel mit elektrotechnischen Erzeugnissen, a.n.g. Haushaltsgroßgeräten“ und Spielwaren zählten zu „439 Einzelhandel mit sonstigen Waren, Waren verschiedener Art“.

Neben den Umgruppierungen sind auch die Veränderungen der Gesamtkategorie Einzelhandel von Bedeutung. Während die Daten für den Einzelhandel nach der Systematik von 1961 noch keine „Tankstellen mit Absatz in fremden Namen“ – d.h. in Kommission der großen Ölfirmen (Aral, Shell etc.) – enthielt, war dies ab 1979 der Fall. Ab 1993 enthielten die originären Daten des Einzelhandels aufgrund der neuen Wirtschaftssystematik nicht mehr den „Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen, Motorrädern und deren Zubehör“, dafür aber den Umsatz von „Reparaturgütern“. Um insbesondere die durch den bedeutenden Umfang des KfZ-Handels sich ergebenden Verzerrungen auszuschalten, wurde mehrere Standardisierung vorgenommen. Die Daten der Tabelle 1 zeigen daher den jeweils in der Wirtschaftsstatistik und Systematik definierten Einzelhandel inklusive des KfZ- und Krädereinzelhandels sowie den gesamten Einzelhandelsumsatz aller öffentlichen Tankstellen; nicht aber die Reparatur von Gebrauchtgütern.

Von großer Bedeutung ist, dass auch diese Daten für den Einzelhandel noch nicht den Verkauf aller Waren an den Konsumenten, d. h. den wirklichen Verkauf an den Letztkunden darstellen, sondern nur den Umsatz des institutionellen Einzelhandels. Neben diesem eigentlichen Einzelhandel verkauften u.a. auch das Handwerk und die industriellen Hersteller Waren an die Verbraucher. Erst diese Verkäufe ergeben zusammen mit den Umsätzen des institutionellen Einzelhandels den funktionalen Einzelhandel. Allerdings besaß über den gesamten untersuchten Zeitraum nur der Handel des Handwerks eine größere Bedeutung, zum allergrößten Teil erfolgte die Versorgung der Verbraucher jedoch durch den institutionellen Einzelhandel. Deshalb und weil es wegen der Datenlage schwierig ist, die Handelsumsätze der anderen Wirtschaftsbereiche zu eruieren, ist im Aufsatz die Umsatzentwicklung – und die Zahl der Unternehmen – immer mit der des institutionellen Einzelhandels gleichgesetzt worden.

Eine Standardisierung der Unterkategorien des Einzelhandel, d.h. standardisierte lange Reihen für jeden der etwa 20-30 Hauptwarenbereiche des Einzelhandels ab 1949 zu erstellen[7], – so wünschenswert diese auch ist – war aufgrund des immensen Aufwandes nicht zu leisten. Der Arbeitsumfang hierfür erforderdert ein mehrjähriges Projekt, steigt doch die Bearbeitung für die einzelnen Teilbereiche erheblich an, da das Bundesamt die untersten Warenbereiche sehr viel häufiger in neue Kategorien einordnete.

So ist es aufgrund der häufigen Umkategorisierung der untersten Gliederungspunkte nicht einmal möglich, die wichtigsten Hauptkategorien (Nahrung, Textil, Möbel u. Hausrat, etc.) zu vereinheitlichen, weil es hierfür erforderlich ist, sämtliche der untersten Kategorien datenmäßig für jedes Zähljahr zu erfassen und nach einem standardisierten Schema durch eine Addition dieser untersten Gliederungswerte die jeweils höheren Kategorien neu zu errechnen, um anschließend durch eine weitere Addition die Hauptkategorien zu erhalten. Nur auf diese Weise ist es möglich, die jeweiligen Originaldaten verschiedenen Hauptkategorien, die sich in der Bezeichnung durchaus ähneln, völlig vergleichbar zu machen.

Als Behelf wurde für den vorliegenden Zweck zusätzlich zu den Originaldaten der Umsatzstatistik des Statistischen Bundesamtes auf Daten der Hauptgemeinschaft des deutschen Einzelhandels (HDE) zurückgegriffen, die diese auf Basis der Fachstatistik für ihre Zwecke aufbereitet hat und jährlich veröffentlichte. Diese Datenreihe weist für mehrere Hauptwarenbereiche und größere Zeiträume der Untersuchungsperiode Kontinuität auf, jedoch geht aus den Statistiken des jährlichen Arbeitsberichtes nicht klar hervor, in

7 Zudem versperrt die außerordentliche Vielfalt der einzelnen Warenbereiche und ihre durchaus desperate Entwicklung eine einfache Analyse und Thesenbildung. Dies bietet allerdings für ein längerfristigeres Projekt den Vorteil für viele untergeordnete Bereiche viele kleinteilige Daten recherchieren zu können.

welcher Form die Daten des Bundesamts vom HDE verändert wurden.[8]

Die Arbeitsberichte des HDE enthalten über die Angaben der Umsatzentwicklung und Zahl der Unternehmen hinaus zahlreiche weitere statistische Datenreihen, die im Rahmen des Aufsatzes verwandt wurden, z. B. über Handelsspannen, Vertriebsformen, Lagerbestände, Warenumlauf oder Mietkosten. Zwar ist die genaue Definition und Herkunft dieser Angaben nicht immer klar – größtenteils wurden sie wohl vom Verband oder in seinem Auftrag von Wirtschaftsinstituten erhoben –, doch bilden sie ein wertvolles Material für diese Untersuchung des Einzelhandels, das die amtliche Statistik durch zahlreiche betriebswirtschaftliche Kerndaten ergänzt. Sie sind jedoch mit Vorsicht zu verwenden, da sie auch der Interessenpolitik des HDE dienten.

Schließlich wurden auch der wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsliteratur mehrere Datenreihen entnommen, z. B. für den Handel des Handwerks, das Aufkommen neuerer Betriebsformen (Discounter, SB-Warenhäuser) oder den Versandhandelsumsatz, die ebenfalls die Reihen des Statistischen Bundesamtes und des HDE ergänzen.

3. Die bundesdeutsche Einzelhandelsentwicklung: Ergebnisse und Forschungsausblick

Die Daten zur Zahl der Unternehmen, zum Wachstum des Umsatzes und zu den Betriebs- und Unternehmensformen des Einzelhandels zeigen, dass sich dessen Struktur, die 1948 noch weitgehend der Vorkriegszeit entsprochen hatte, ab Anfang der 60er Jahre stark veränderte. Im Jahrzehnt zuvor waren neben den meist selbständigen und kleinen Einzelhandelsgeschäften die alten Warenhauskonzerne, Kleinpreisgeschäfte und Konsumgenossenschaften wieder entstanden. Neue Elemente in der traditionellen Struktur des Einzelhandels bildeten regionale Filialisten und die ab 1957 zunehmende Selbstbedienung im Lebensmittelhandel.

Die Restauration der institutionellen, wenig verbraucherfreundlichen Rahmenbedingungen mit Rabattgesetz, Zugabeverordnung und Ladenschlussgesetz behinderte vermutlich einerseits einen schnelleren Strukturwandel des Einzelhandels. Andererseits schuf sie Ausgangsbedingungen, die die Kapitalkraft der Unternehmen erhöhten; dies betrifft insbesondere die vertikale Preisbindung der Markenwaren, die hochwertige Güter zugunsten hoher Gewinnspannen für die Industrie und den Einzelhandel „künstlich“ verteuerte. Die Verbraucher haben auf diese Weise zweifach zum industriellen Wiederaufbau (und zum Ausbau des Einzelhandels) beigetragen, durch die hinter dem gesamtwirtschaftlichen Wachstum zurückbleibenden Löhne und durch hohe Verbraucherpreise. Diese besonderen Nachkriegsbedingungen schwächten sich immer mehr ab. Für den Einzelhandel wirkte sich dies als Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt aus. Ersichtlich ist diese Entwicklung auch an der schleichend abnehmenden Wirksamkeit der Preisbindung der zweiten Hand, als zahlreiche Discountgeschäfte die Herstellerpreise systematisch unterboten. Für viele Konsumprodukte lässt sich in dieser Zeit auch eine Sättigung feststellen, die nur durch eine veränderte Preisstruktur und das Erschließen neuer Käuferschichten überwunden werden konnte. Viele Hersteller gaben daher ihre Preisbindungen auf. Im Einzelhandel setzten sich neue Verkaufsformen durch, die – wie in der Produktion – sich Skalenerträge nutzbar machten. Dies betraf zunächst die Supermärkte des Lebensmittelhandels und Lebensmitteldiscounter, bald aber auch Verbrauchermärkte oder SB-Warencenter, die sich in den wenigen Jahren bis 1970 mit größeren Sortimenten und einer günstigen Preisstruktur schnell etablierten. In allen Bereichen, zuerst und vor allem aber im Lebensmitteleinzelhandel, verstärkte das Aufkommen regionaler Filialketten den Wettbewerb weiter. Auf der Verbraucherseite entwickelte sich dabei ein stark preisorientiertes Verhalten, das den Strukturwandel

8 Mehrere Hinweise in Fußnoten in den Arbeitsberichten machen jedoch deutlich, dass die Probleme der amtlichen Daten im HDE bekannt waren und diese bearbeitet wurden.

wiederum beschleunigte.

Im Non-Food-Bereich vollzog sich der Strukturwandel langsamer und weniger ausgeprägt. Hier setzte erst in den 70er Jahren mit der neu aufkommenden Betriebsform der Fachmärkte für einzelne Warensegmente (Drogerien, Baumärkte etc.) eine stärkere Filialisierung und Betriebskonzentration ein. Auch die Unternehmenskonzentration nahm in den 70er Jahren durch Fusionen und die Bildung von Handelsgemeinschaften (u.ä. Formen) in vielen Bereichen des Einzelhandels stark zu, insbesondere im Lebensmittelbereich, wo zudem immer mehr kleine Geschäfte nicht mehr wettbewerbsfähig waren. Die konjunkturellen Absatzschwierigkeiten ab 1974 verstärkten diesen Prozess, der durch Produktivitätssteigerungen und Kostensenkungen (Geschäftsflächen) bewältigt werden sollte und den Wettbewerb erheblich intensivierte. In den 80er und 90er Jahren setzte sich die Konzentration, die Filialisierung und das Discountprinzip weiter fort, wobei häufig zuerst im Lebensmittelbereich erprobte Betriebsmodelle auf andere Einzelhandelsbereiche übertragen wurden. Die selbständig betriebenen Einzelhandelsfachgeschäfte gerieten schließlich in den 90er Jahren durch Filialbetriebe und Fachmärkte unter immer stärkeren Druck, dem sie nur durch Ausweichen in „Nischen“ standhalten konnten.

Insgesamt bildete sich bis 1980 innerhalb von kaum zwanzig Jahren eine erkennbare, neue Struktur des bundesdeutschen Einzelhandels aus. Die neuen Betriebsformen und die international hohe Einzelhandelsdichte heizten seitdem den Preiskampf an. Aus einem betulichen Wettbewerb entstand trotz des eher hemmenden Gesetzesrahmens zwischen 1960 und Ende der 70er Jahre einer der am schärfsten umkämpften Konsumermärkte Europas.

Die wechselseitige Beeinflussung von Handel und Verbrauchern ist nicht einmal ansatzweise untersucht. Sie verspricht aber interessante Einsichten, nicht nur für eine eingehende Analyse der Entwicklung des Einzelhandels und der Handelsunternehmen, sondern auch des Konsumverhaltens der Bevölkerung, das durch eine Vielzahl von Faktoren mit geprägt wird und Rückwirkungen auf den Einzelhandel besitzt, wie etwa die Motorisierung für das Aufkommen der Geschäfte auf der „grünen Wiese“. Solche Untersuchung erfordern integrierte Forschungsansätze. Will man beispielsweise die Herausbildung des Konsumententypus des „Schnäppchenjägers“ oder des „hybriden Verbrauchers“ erklären, der zugleich bei Aldi und Armani kauft, so wird man sowohl der Entwicklung des Einzelhandels wie der „Käuferpsychologie“ Rechnung tragen und dazu ein methodisch integratives Konzept der Wirtschafts-, Konsum- und Kulturgeschichte entwickeln müssen. Mit diesem Aufsatz wurde versucht zu zeigen, dass eine quantifizierende Analyse des Handels und der Warenumsätze ein wesentlicher Bestandteil einer solchen Konsumgeschichte sein wird. Freilich sind die meisten Bereiche des Einzelhandels, einzelner Warenmärkte oder der Handelsunternehmen und ihrer Absatzpolitik noch kaum untersucht worden. Die Erforschung des modernen Konsums sollte sich zudem über die Werbung hinaus weiteren Feldern zuwenden und unter anderem das reale Konsumverhalten untersuchen. So sind hierfür auch die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen, etwa der wachsende Dienstleistungskonsum, die staatliche Bauleitpolitik oder die in vielen Jahren sehr geringen Lohnsteigerungen, die die Konsumenten aufgrund ihrer weiter wachsenden Konsumwünsche stets preisorientiert einkaufen ließ.