



Warenhäuser

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entwickelte sich im Gefolge von Industrialisierung und Massenproduktion eine grundlegende Veränderung und Erweiterung der Konsumgewohnheiten. Die Verstädterung wuchs, und immer mehr Menschen wurden von den Möglichkeiten der Selbstversorgung abgeschnitten. Handwerklich-manufaktuelle Produktionsbedingungen wurden verdrängt und die Waren des alltäglichen Gebrauchs zunehmend maschinell hergestellt. Vor allem für die Bevölkerung der Großstädte wurden neue Einrichtungen für die Versorgung sowie für die Verteilung der Waren notwendig. In Europa wurden um 1860 die ersten Warenhäuser gegründet, wobei Paris zur "Hauptstadt der Warenhäuser" avancierte. In seinem auf dem Vorbild des ersten Pariser Warenhauses "Au Bon Marché" basierenden Roman "Au Bonheur des Dames" ("Das Paradies der Damen") schilderte der Schriftsteller Emile Zola eindrucksvoll die revolutionären Organisationsprinzipien des Warenhauses, aber auch das Elend der Angestellten und die Verdrängung der kleinen Ladenbesitzer im Einzugsgebiet der Warenhäuser, die mit den niedrigen Preisen der dort in großer Stückzahl verkauften Industrieprodukte nicht mehr Schritt zu halten vermochten. Eine Vielzahl von Großmärkten, Schlachthöfen und Warenhäusern entstanden in den europäischen Großstädten, da die traditionellen Märkte und Markthallen dem Massenbedarf immer weniger gewachsen waren.

In Deutschland wurden um die Jahrhundertwende große luxuriöse Warenhauspaläste gebaut, die das Einkaufen zu einem Erlebnis machten. Das von dem Architekten Alfred Messel (1853-1909) am Leipziger Platz in Berlin entworfene und 1894 eröffnete Warenhaus Wertheim war das größte Europas, und ein Besuch galt nicht immer dem Einkauf, sondern nahm häufig Formen eines Familienausflugs an. Außer dem Warenhaus Wertheim entstanden in Berlin das ebenfalls sehr prachtvoll gestaltete Warenhaus Tietz am Alexanderplatz (1904), das "Kaufhaus des Westens" am Kurfürstendamm (1907) und das Warenhaus Karstadt am Hermannplatz (1929). Als Massenumschlagsplätze strukturierten diese "Flaggschiffe" der Warenhauskonzerne auch die Verkehrsflüsse in den Städten, wurden gleichermaßen zu

notwendigen Versorgungseinrichtungen der Bevölkerung wie zu Attraktionen des Fremdenverkehrs.

Obwohl Warenhäuser im Kaiserreich noch eher einer bürgerlichen, besser gestellten Käuferschaft vorbehalten waren, vollzog sich zu Beginn der Weimarer Republik rasch eine "Demokratisierung des Konsums". Neben den großen Warenhäusern, die sich durch repräsentative Fassaden und Treppenhäuser, großzügige Lichthöfe, Glaskuppeln, Dachgärten und durch eine luxuriöse Ausstattung auszeichneten, wurden kleinere Warenhäuser in den Einkaufszentren der Stadtteile errichtet, die nahezu den gesamte Kosmos von Gebrauchsgütern unter einem Dach anboten und diese stärker an den häufig über wenig Einkommen verfügenden Käuferschichten des Einzugsgebiets ausrichteten. Industriell gefertigte Massenprodukte konnten für breitere Schichten hergestellt werden. Die vorher wenigen Wohlhabenden vorbehaltenen Luxusgüter wurden zu preiswerten Serienprodukten, und auch seltene Importgüter waren nun in großen Mengen für immer mehr Käufer erschwinglich.

In den zwanziger Jahren vergrößerte sich mit zunehmender Rationalisierung und Automatisierung in Produktion und Distribution der Preisvorteil der Warenhausprodukte zusehends. Gegen die Konzentration der Warenhausunternehmen mit zahlreichen Filialen - in Deutschland vor allem Karstadt, Leonhard Tietz (Kaufhof) und Hermann Tietz (Hertie) - konnten sich kleine Läden in den Stadtzentren oft nur mit einem sehr begrenzten und spezialisierten Angebot halten. Unter den neuen Produktions- und Distributionsbedingungen setzten sich auch neue Verkaufsprinzipien durch: Warenhäuser boten mehr Kulanz, offerierten Umtausch- oder Rückgaberecht und führten neue Formen der Werbung wie Lichtreklame, Zeitungsannoncen oder die so genannten Weißen Wochen wie Sommer- und Winter-Schlussverkäufe ein. Das Verhältnis der traditionell oft noch im Haus der Ladenbesitzer wohnenden und deren Familie zugehörig fühlenden Gehilfen versachlichte sich: Die Verkäufer und Verkäuferinnen der Warenhäuser waren Angestellte mit festen Arbeitszeiten und "Sonntagsruhe", die unter Berücksichtigung von Wohnungs- und Verpflegungsgeld eine eigene Wohnung bewohnten.

Klaus Strohmeyer (10. Juni 2003)
aus: Deutsches Historisches Museum (www.dhm.de), abgerufen am 24.10.2015)

A. *Besprechen Sie diese Fragen in der Klasse.*

1. Welche Ursachen liegen der Verstädterung zugrunde?
2. Zu welchen Zeiten kam es in Ihrem Heimatland zu dem Phänomen der Landflucht?

B. Beantworten Sie diese Fragen zum Text:

1. Inwieweit veränderte die Verstädterung die Einkaufsgewohnheiten?
2. Wie kam es zum Entstehen der großen Warenhäuser?
3. Warum wurden die Kaufhäuser „Warenhauspaläste“ genannt?
4. Welche Vorteile brachten sie den Konsumenten?
5. Welche sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen erfolgten nach der Etablierung der Warenhäuser?
6. Welchen Einfluss hatten sie auf das Leben in der Stadt?
7. Was ist mit dem Ausdruck „Demokratisierung des Konsums“ gemeint?
8. Welche neuen Verkaufs- und Marketingprinzipien setzten sich durch das Entstehen von großen Kaufhäusern durch?
9. Auf welche Weise änderte sich der soziale Status von Verkäuferinnen und Verkäufern nach dem Entstehen der Großkaufhäuser?

C. Bearbeiten Sie folgende Fragen.

1. Recherchieren Sie den Werdegang der Kaufhausdynastie Wertheim bis in die Gegenwart und bereiten Sie eine Präsentation vor.
Gehen Sie auch auf die letzten Lebensjahre Georg Wertheims ein und berücksichtigen Sie folgende Punkte:
 - sein Verhältnis zu seiner Frau
 - seine Beziehung zu seinen Verwandten
 - sein Verhältnis zu seinen Mitarbeitern
 - der Einfluss der politischen Veränderungen auf sein Leben
2. Schildern Sie die Konsumgewohnheiten in Ihrem Heimatland.
3. Stellen Sie Veränderungen durch Industrialisierung und Massenproduktion in der Gesellschaft und Entwicklung Ihres Heimatlandes dar.
4. Nehmen Sie Stellung zu den Konsumgewohnheiten der heutigen Zeit in Ihrem Heimatland und vergleichen Sie sie mit der allgemeinen Entwicklung in den Industrieländern.