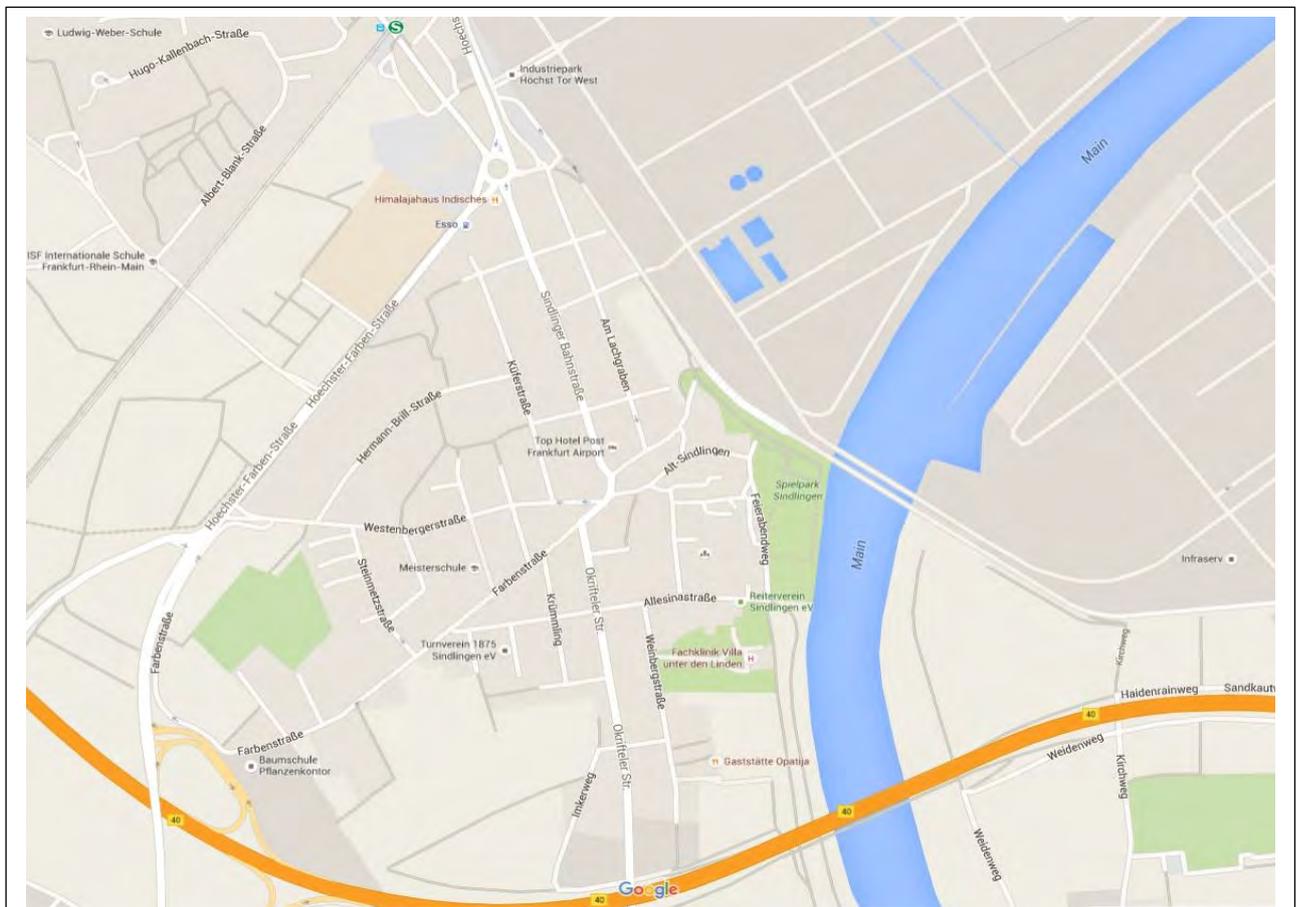


Dieter Frank

Sindlinger Heimat- und
Geschichtsverein e.V.



*Wandel in der Versorgungsstruktur
des Frankfurter Stadtteils
Sindlingen im 20. Jahrhundert*



Dieter Frank

Wandel in der Versorgungsstruktur
des Frankfurter Stadtteils Sindlingen
im 20. Jahrhundert

Diese Veröffentlichung wurde gefördert durch das Projekt „StadtteilHistoriker“, einer Initiative der Stiftung Polytechnische Gesellschaft in Zusammenarbeit mit der Gerda-Henkel-Stiftung und der Frankfurter Neuen Presse.

Für die Unterstützung dieses Projekts danke ich

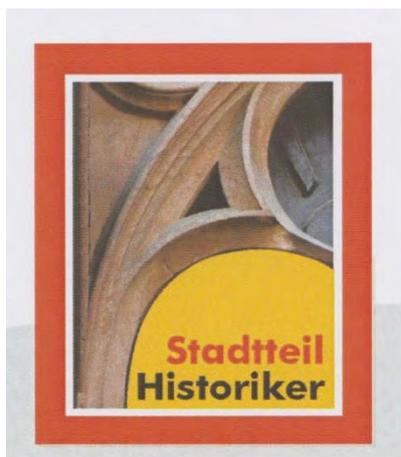
den Mitgliedern des Sindlinger Heimat- und Geschichtsvereins, insb. Hildegard Bott, Albrecht Fribolin, Irmela Gumb, Walter Heeg, Franz und Marianne Huthmacher, Margarete Karell, Margarete Merz, Christa und Karl Josef Neuser, Michael Rumpeltes, Wilhelm Schlecker, Brigitte und Lothar Staab, Karlheinz Tratt (+) und Hildegard Weigand.

Außerdem bin dem Stadtarchivar von Eschborn, Herrn Gerhard Raiss, dankbar, der mir seit Jahren Einblick in die verfilmten Ausgaben des „Höchster Kreisblatts“ ermöglichte.

Auch all den Familienangehörigen, die uns aus alten Unterlagen Dokumente, Informationen und Texte zukommen ließen, spreche ich meinen Dank aus.

Weiterhin danke ich meiner Ehefrau Petra für das Korrekturlesen und meinem Sohn Alexander für die technischen Hilfen zur Erstellung der Texte.

Alle Bildrechte liegen beim Sindlinger Heimat- und Geschichtsverein e.V. oder bei den genannten Autoren bzw. Eigentümern.



Text und Gestaltung: Dieter Frank 2016

Umschlag vorne: Abbildung Stadtplan Frankfurt, Teilansicht Sindlingen, hrsg. Vom Stadtvermessungsamt Frankfurt a.M.

Herstellung: Colour Connection GmbH Frankfurt am Main

Inhaltsverzeichnis

5	Vorwort
7	Einleitung
9	Teil I: Die Analyse der Versorgungsstrukturen
9	<i>Die Entwicklung des Einzelhandels auf nationaler Ebene</i>
9	Der Zeitraum 19. und frühes 20. Jahrhundert
9	Die Kauf- und Warenhäuser
11	Die Gründung von Genossenschaften
12	Die Gründung von Filialbetrieben
13	Die Nachkriegszeit
23	<i>Sindlingen im Spiegel der Statistik</i>
23	Wirtschaftliche Kennziffern des Stadtteils
28	Die Veränderung bzw. Entwicklung der Versorgungsstruktur im 20. Jahrhundert
29	Lebensmittel-Einzelhandel im Wandel nach 1945
33	Lebensmittelgeschäfte der 50er-Jahre in Sindlingen
40	Die Entwicklung der Lebensmittelhandwerker (Bäcker/Metzger)
53	Schreibwaren/Drogerien
55	Erstes Fazit: Gefährdung der Nahversorgung in Sindlingen?
57	<i>Weitere Segmente der Versorgungsstruktur in Sindlingen</i>
57	Haushaltswaren/Möbel/Elektro- und Unterhaltungstechnik
58	Schuhmacher
60	Friseure
62	Schreiner/Maler/Polsterer
63	Spengler/Schlosser/Küfer
65	Baugeschäft/Maurer/Dachdecker/Fliesenleger
66	Foto/Optik/Uhren/Brennstoffe
67	Speditionen/Fahrschulen
68	Gaststätten

70 Schluss (2. Fazit)

77 Teil II: Die Dokumentation der Sindlinger Versorgungseinrichtungen – nach Straßen geordnet

- 79 Allesinastraße
- 105 Alt Sindlingen
- 112 Am Lachgraben
- 123 Farbenstraße
- 157 Feierabendweg
- 161 Goldgewann
- 163 Grimoldweg
- 164 Gustavsallee
- 168 Hakengasse
- 171 Herbert-von-Meister Straße
- 176 Höchster Farbenstraße
- 182 Horles
- 184 Huthmacherstraße
- 198 Johann-Sittig-Straße
- 203 Krümmling
- 211 Küferstraße
- 217 Lehm kautstraße
- 220 Okrifteler Straße
- 251 Pfingstbornstraße
- 258 Ranzengasse
- 264 Schreinerstraße
- 266 Sindlinger Bahnstraße
- 324 Weinbergstraße
- 339 Westenbergerstraße
- 352 Zehnthofgasse
- 362 Zur Friedenseiche

Vorwort

Dass Sindlingen sich ändert, das ist sicher eine Binsenweisheit. Davon bleibt kein Stadtteil ausgenommen, auch die Innenstädte sind davon permanent betroffen: Man vergleiche nur einmal die heutige „Zeil“ mit der „Zeil“ vor 50 Jahren. Und doch ist es so, dass sich das öffentliche Hauptaugenmerk auf diese Top-Lagen konzentriert. Wie kann das innerstädtische Geschäftszentrum attraktiv werden bzw. bleiben? Die Randgebiete geraten dabei häufig in Vergessenheit. Aber gerade dort liegen die Wohngebiete. Da sind dann – im Anblick der aktuellen Lage - eher skeptische Töne zu vernehmen: „Früher war das Einkaufen schöner“, oder „Was kriegt man denn heute noch in Sindlingen“?

Diese z.T. verklärende Einschätzung der lokalen Einkaufsmöglichkeiten brachte mich auf die Idee, der Geschichte der Versorgung einmal näher nachzugehen. Im Kreis des Sindlinger Heimat- und Geschichtsvereins fanden sich einige Mitstreiter, die sich auf die entsprechende Spurensuche begaben. Dabei stellten wir schnell fest, dass wir das Projekt fast zu spät begonnen habe. Viele ehemalige Geschäfte sind fast spurlos verschwunden, auch Angehörige sind meist nicht mehr aufzufinden, weil sie nicht mehr im Stadtteil wohnen. So waren wir häufig auf Erinnerungsstücke von Bewohnern angewiesen, die uns dankenswerterweise weiterhelfen konnten. Dabei waren mit Sicherheit Unschärfen, ja vielleicht auch Fehler nicht zu vermeiden. Selbst amtliche Unterlagen, die ich im Stadtarchiv einsehen konnte, sind nicht immer exakt. Da wurden Adressen z.T. nicht genau vermerkt.

Außerdem ist zu bedenken, dass in Sindlingen nach seinen Eingemeindungen (1917 nach Höchst, 1928 nach Frankfurt) Straßen umbenannt wurden. Auch die Nummerierungen der Häuser wirkt auf uns heute etwas willkürlich: Haben wir heute auf der einen Straßenseite die geraden und auf der anderen die ungeraden Hausnummern, so war das um 1900 anders aufgebaut. Da folgte man wohl dem jeweiligen Hauseingang: egal ob auf der rechten oder linken Straßenseite.

Wir sind uns auch im Klaren, dass wir mit Sicherheit nicht alle Besitzer/Pächter ausfindig machen konnten: Ein solches Projekt wird wahrscheinlich nie vollständig sein; so könnte ich mir z.B. auch noch zahlreiches Bildmaterial von ehemaligen Geschäftsinhabern vorstellen. Eine große Hilfe bei der Recherche waren die Festschriften, die zahlreiche Sindlinger Vereine im Laufe der Jahrzehnte herausgegeben haben. Auch Geschäftsanzeigen im „Höchster Kreisblatt“ halfen bei der näheren Datierung von Versorgungseinrichtungen des Stadtteils. Dennoch bleiben Lücken in der Dokumentation. Durch Ergänzungen, Korrekturen und Anregungen von Seiten der Leser hoffe ich, die Ausführungen noch verbessern zu können. Über entsprechende Hinweise würde ich mich sehr freuen. Vielleicht können Ihre Anregungen Anlass sein, die Dokumentation in einer neuen Auflage zu komplettieren.

Die Ausführungen dieses Buches beziehen sich nur auf den südlichen Teil von Sindlingen, d.h. bis zur Bahnlinie Frankfurt – Wiesbaden. Die Ferdinand-Hofmann-Siedlungen weist eine eigene Historie auf, die vielleicht in einem neuen Anlauf dokumentiert werden könnte.

Einleitung

„Handel ist Wandel“. Dieses Schlagwort fasst in wenigen Worten zusammen, welche Veränderungen den Einzelhandel über Jahrzehnte hinweg prägten und auch weiterhin prägen werden. „Geschäfte sind Mittelalter“ kennzeichnet dagegen in jüngster Zeit eine Entwicklung, wie der Online-Handel die Welt des Einzelhandels wohl in Zukunft umgestalten wird. Zalando, Amazon, Ebay sollen hierbei stellvertretend genannt werden. Zwar umfasst der Online- Einkauf derzeit erst 8 % des Handelsumsatzes, in einzelnen Sektoren (z.B. Bücher, CDs, Kleidung) liegt dieser Anteil auch schon deutlich höher und macht den entsprechenden Fachgeschäften stark zu schaffen. Es liegt offensichtlich im Trend, im Internet einzukaufen, sei es aus Bequemlichkeit, sei es aus dem Vorteil, sich vom Schreibtisch aus einen Marktüberblick zu verschaffen und dabei anonym zu recherchieren. Dieses „Mehr an Freiheit“ begeistert einerseits die Kunden, während die Händler andererseits mit einer hohen Retourenquote (bei Kleidung bis zu 70 %!) zu kämpfen haben, was die Rendite in dieser Verkaufsform deutlich senkt! Auch über diverse Fernsehkanäle wird mittlerweile das Einkaufen erleichtert: „QVC tele-shopping“ erhält beispielsweise pro Tag ca. 68000 Anrufe, 80 % davon sind Frauen um die 50 Jahre!

Andererseits werden neue luxuriöse Shoppingcenter in den Innenstädten der Metropolen eröffnet, während in die Jahre gekommene Einkaufscenter auf der grünen Wiese mit Leerständen zu kämpfen haben und langsam verfallen. Kleine Traditionsgeschäfte werden aus den Top-Lagen verdrängt und durch Filialen und Franchiseunternehmen ersetzt. International tätige Einzelhandelsunternehmen bauen an exponierten Standorten wahre Konsumtempel auf, derweilen die großen Kauf- und Warenhäuser am gleichen Standort um Kunden kämpfen. Kleine Lebensmittelhändler verschwinden vom Markt, während sich Discounter ausbreiten und in immer großflächigere Läden ziehen.

Gerade mit den modernen Einkaufsformen des Internets steht der stationäre Handel vor neuen Herausforderungen. Aber auch in der Vergangenheit, genauer gesagt seit ca. 150 Jahren ist die Welt des Konsums im stetigen Wandel. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts modernisierte sich der Einzelhandel. Damals entstanden neue Formen wie Ladenketten, Warenhäuser, Konsumgenossenschaften und Versandhäuser, die den Warenabsatz revolutionierten, auch wenn ihr Marktanteil zunächst gering blieb. Aber gerade die Warenhäuser wurden im späten 19. und im frühen 20. Jahrhundert zum Symbol der neuen Konsummöglichkeiten.

Durch Eisenbahnen und Dampfschiffe wurde der Transport auch von Konsumgütern bedeutend schneller und billiger als vorher. Gleichzeitig begann die Industrialisierung der Konsumgüterproduktion mit Veränderungen in der Nahrungsmittelverarbeitung und in der Textilindustrie. Auch die Werbung professionalisierte sich zunehmend. Ihren Abschluss fand diese Entwicklung mit der Einführung der Selbstbedienung im Einzelhandel nach dem Zweiten Weltkrieg.

Ein lang anhaltender Wirtschaftsaufschwung und die steigenden Einkommen sorgten dafür, dass immer mehr Konsumgüter in die Reichweite von immer mehr Konsumenten kamen. Die Haushaltsbudgets der Verbraucher erfuhren eine deutliche Umschichtung von Ausgaben für Nahrungs- und Genussmittel hin zu langlebigen Konsumgütern, die zum Teil nun erst für die Masse der Bevölkerung verfügbar wurden: Autos, Waschmaschinen, Kühlschränke, Fernseher etc. Hinzu kam der Übergang zur Massenproduktion in der Industrie, die Einführung der Selbstbedienung und die Verbreitung neuer Medien wie Radio und Fernsehen, neue Verkaufsgestaltungen usw.

Der nach 1948 einsetzende Massenkonsum stabilisierte die junge Bundesrepublik politisch. Innerhalb kurzer Zeit waren frühere Luxusgüter wie z.B. das Auto in die Reichweite breiter Massen gelangt, so dass sich die sozial und regionalen Gegensätze zunehmend abschliffen.

Diese Trends beschreiben die nationalen Gegebenheiten und bilden sicher auch die Grundlage für regionale bzw. gar lokale Strukturen. Dennoch bleibt die Frage offen, wie haben sich die o.g. Rahmenbedingungen auf der lokalen Ebene ausgewirkt? Inwieweit haben politische, ökonomische und soziale Veränderungen der Konsumgesellschaft die lokale Binnenstruktur verändert?

Am Beispiel des Frankfurter Stadtteils Sindlingen, der an der westlichen Peripherie dieser Großstadt liegt, soll näher untersucht bzw. beschrieben werden, wie sich die Versorgung der Bevölkerung mit Konsumgütern in den letzten 100 Jahren ge- bzw. verändert hat. Dabei stehen die Gewerbetreibenden dieses Stadtteils sowohl im Wettbewerb mit dem Mittelzentrum Höchst und dem Oberzentrum Frankfurt als auch mit dem Main-Taunus-Einkaufszentrum und großflächigen Verbrauchermärkten in unmittelbar erreichbarer Nähe. Diesem üppigen Angebot für die Konsumenten müssen die lokalen Versorger Rechnung tragen und versuchen Kaufkraft im Stadtteil zu binden. Inwieweit sie in diesem Wettbewerb bestehen können, ist noch nicht entschieden, die letzten Jahrzehnte der Entwicklung sollen aber hier dokumentiert werden.

Von daher teilt sich diese Arbeit in zwei große Abschnitte auf:

- a) einen eher historisch-analytischen Teil, der zunächst auf den Wandel im Einzelhandel allgemein eingeht, bevor er die Entwicklungen auf den Stadtteil Sindlingen bezieht, und
- b) eine Dokumentation der einzelnen Geschäfte zum Nachschlagen, gegliedert nach den Straßen des Stadtteils.

Die Entwicklung des Einzelhandels auf nationaler Ebene

(Diese Ausführungen folgen weitgehend der Studie von L. Berekoven: Geschichte des deutschen Einzelhandels, 2.Aufl. 1987)

A) Die Kauf- und Warenhäuser

Gerade die modernen **Kauf- und Warenhäuser** demonstrieren diese Entwicklung. Inspiriert von Häusern in Paris und in New York gründeten z.B. die Gebrüder Wertheim, Oskar und dessen Onkel Hermann Tietz (Hertie-Konzern), Leonhard Tietz (Kaufhof-Konzern) und schließlich Rudolph Karstadt und Theodor Althoff (Karstadt-Konzern) ihre Verkaufshäuser und setzten damit Zukunftszeichen. Für den aperiodischen Bedarf konzentrierten sie sich meist an den Hauptgeschäftsstraßen der großen Städte. Ihre Merkmale: Freies Bewegen in den Häusern, Kundenansprache nur auf Wunsch, offene Warenpräsentation. Des Weiteren standen sie für ein mittleres und unteres Preis- und Qualitätsniveau, das sich jedoch bald nach oben verschob. Obwohl sie nicht uneingeschränkt begrüßt wurden (Bismarck 1895: „Jeder Deutsche, der seinen Bedarf an gefertigter Ware in den billigen Massenunternehmungen deckt, versündigt sich nicht nur an seiner Existenz, sondern auch am ganzen Vaterlande, indem er Unternehmer unterstützt, die infolge ihrer landeswidrigen Schleuderpreise natürlich auch gezwungen sind, ihren Arbeitern Löhne zu zahlen, von denen man keinen deutschen Magen satt, wohl aber aus friedfertig angelegten Naturen gedankenlose Sozialdemokraten machen kann“.) Kurz: Ihre Einrichtung war für die breite Masse in den Großstädten konzipiert. „Für vergleichsweise wenig Geld konnte hier der kleine Mann einkaufen und dabei aufgrund der Warenfülle und

der modernen Verkaufsatmosphäre noch einen Hauch von Luxus genießen.“ (S. 62) Zahlen belegen diesen Trend: Die Zahl der Waren- und Kaufhäuser stieg dabei von 755 im Jahre 1925 auf 1414 im Jahre 1933!

Die zu dieser Zeit ebenfalls entstehenden **Kaufhäuser** waren sicherlich den Warenhäusern ähnlich, sie versuchten sich aber vom „billigen“ Warenhaus positiv abzusetzen; allerdings waren die Übergänge fließend. Letztendlich unterschieden sich beide nur darin, dass es im Warenhaus – im Unterschied zum Kaufhaus - eine Lebensmittelabteilung gab.

Exkurs: Zur Geschichte der Waren-/Kaufhäuser

Aristide Boucicaut hieß der innovative Unternehmer, der das revolutionäre Konzept des Kaufhauses erfunden hat. 1852 war Boucicaut Teilhaber im Bon Marché geworden, einem typischen kleinen Laden für Schnitt- und Kurzwaren im Pariser Quartier Latin. Schon bald krepelte er dort gehörig um: Für seine Produkte führte er feste Preise ein, von den Kunden verlangte er im Gegenzug Barzahlung. Bislang war das Feilschen fester Bestandteil jedes Einkaufs gewesen, bei dem der gesellschaftliche Stand des Käufers das Anfangsgebot bestimmte. Im Bon Marché dagegen zahlte nun jeder den gleichen Preis, der im Durchschnitt erheblich niedriger als bei den Konkurrenten lag. Um den Umsatz zu steigern, hatte Boucicaut seine Gewinnspanne von 40 auf 20 Prozent gesenkt. Im Wettkampf um Kunden arbeitete er auch mit augenscheinlichen Verlustgeschäften als Lockmittel. Aristide Boucicaut brach auch mit dem Kaufzwang, der in den „Magasins“ auf subtile Weise herrschte: Wer ein Geschäft betrat und sich beraten ließ, verpflichtete sich unausgesprochen zum

Kauf. Bei Boucicaut wurde niemand zum Konsum gezwungen. Mehr noch: Der Unternehmer führte das Umtauschrecht ein. Was nicht gefiel, durfte wieder zurückgebracht werden. Die Pariser waren von den Innovationen begeistert und überrannten den Laden förmlich. Vom Erfolg befeuert, träumte Boucicaut davon, unter einem Dach Mode, Düfte, Haushaltswaren, Möbel, Lebensmittel und auch Literatur zu vertreiben. Für dieses Geschäft brauchte er Raum. 1869 begann er mit dem Bau des imposanten Warenhauses Au Bon Marché, für das Gustave Eiffel das Eisengerüst entwarf und das später einen kompletten Straßenblock füllen sollte. In diesem Haus hat Emile Zola recherchiert, als er "Das Paradies der Damen" schrieb.

Von Paris aus begab sich das Kaufhaus auf seinen Siegeszug durch Europa und die Vereinigten Staaten. In London, Brüssel, Amsterdam, in Chicago und New York eröffneten neue Konsumpaläste. Macy's, Bloomingdales und Harrods erblickten die Welt. Die Größe der Häuser und die Anzahl der Mitarbeiter wurden immer beachtlicher, genauso wie die Vielfalt der Waren zunahm. Das Diktum "Alles unter einem Dach" wurde zum Motor des Handels. Ein Witzbold kam auf die Idee, bei Whiteley in London einen Elefanten zu bestellen, Lieferung bitte am selben Tag - und wurde am Nachmittag prompt mit einem Exemplar des Dickhäuters überrascht.



Was die Häuser zu bieten hatten, zeigten sie, kunstvoll und nach strengen Choreographien in Szene gesetzt, in ihren Schaufenstern. Dabei hatte die Verbreitung des elektrischen Lichts einen enormen Anteil an Erfolg und Anziehungskraft der neuen Häuser. Abends versammelte sich vor den hell erleuchteten Scheiben "eine vor Begehrlichkeit rücksichtslose Masse" (Zola), um staunend die vornehmen Kleider, exotische japanische Kimonos oder prächtiges Tafelsilber in Augenschein zu nehmen. Diese Magie des Lichts machen sich die Kaufhäuser bis heute zunutze: Die Harrods-Fassade wird seit Jahrzehnten von beinahe 12 000 Glühbirnen erhellt, von denen die Haustechniker täglich bis zu 300 Stück auswechseln müssen.

In Deutschland ist das moderne Warenhaus mit Verzögerung erwacht. In der Hansestadt Stralsund eröffneten die jüdischen Kaufleute Georg Wertheim und Leonhard Tietz 1875 und 1879 die ersten, noch sehr bescheidenen Kaufhäuser nach den Prinzipien von Boucicaut. Spektakulär wurden die Häuser allerdings erst, als sich die ersten Händler auf das Wagnis Berlin einließen. In der Hauptstadt ließ Georg Wertheim sich von Adolf Messel ein überdimensionales Haus nach amerikanischem Vorbild erschaffen, mit einem riesigen Lichthof und modernen Aufzügen, mit Stilzitate aus Antike,

Barock und Renaissance und einem Teesalon.

1897 wurde das Kaufhaus Leipziger Straße mit einem Festakt eröffnet und bis 1912 zu Europas größtem Warenhaus ausgebaut. 3200 Verkäufer und "Ladenfrolleins" beschäftigte Werheim. Der liberale Politiker und spätere Außenminister Gustav Stresemann schwärmte 1900: "Wenn man heute in der Familie hört: Wir gehen zu Wertheim, so heißt das nicht in erster Linie, wir brauchen etwas besonders notwendig für unsere Wirtschaft, sondern man spricht wie von einem Ausflug, den man etwa nach irgendeinem schönen Orte der Umgebung macht." Dank der neuen luxuriösen Warenhäuser war Einkaufen zum Ereignis geworden, zur Vergnügung des selbstbewussten Bürgertums. Das Kaufhaus bot die perfekte Kulisse zum Flanieren.

Übertroffen wurde der Wertheim-Bau von 1907 an vom Kaufhaus des Westens, das Johann Emil Schaudt für den Kaufmann und Kommerzienrat Adolf Jandorf plante und umsetzte. Auch hundert Jahre nach seiner Entstehung gibt es in Deutschland wohl keinen besseren Ort als das KaDeWe, um sich in den Taumel der Kauflust zu stürzen. Die imposanten Lichthöfe, die Aura des Vergangenen, die riesige Abteilung für Düfte im Erdgeschoss und ganz besonders die Opulenz der Feinschmeckerabteilung überwältigen bis dato die Sinne des Besuchers. Die Verkaufsfläche beträgt auf acht Etagen 60 000 m². Noch immer grüßt ein livrierter Portier die Kunden. 60 000 kommen täglich, in der Zeit vor Weihnachten sogar 100 000. Anerkennend muss man konstatieren: Dem KaDeWe glückt der Spagat aus Warenhaus und Luxusshopping, aus modernem Shop-in-Shop-Konzept und Erinnerung an die Goldenen Zwanziger Jahre.

(nach Süddeutsche Zeitung, 22.5.2010)

Im Angebot der neuen Kauf- und Warenhäuser gab es um 1900 eine weitere Neuheit, die den Markt revolutionierte: Die in gleichen Mengen abgepackte Markenware, die überall die gleiche Qualität aufwies. Zunächst war die Verpackung in Form der einfachen Spitztüte nur eine praktische Hülle um die Ware, doch bald ersetzte sie durch Gestaltung und gedruckte Informationen die Beratung durch den Verkäufer und wirkte verkaufsanregend.

Vorreiter war 1887 die Firma Maggi mit ihrer Suppenwürze. Andere folgten:

- 1892 Dr. Oetkers Backin und der Leibniz-Keks
- 1893 Odols Mundpflege
- 1899 Aspirin
- 1901 Milka Schokolade
- 1902 Vivil
- 1907 Persil, Melitta Kaffee-Filter, Asbach-Uralt und Tesa

Grundnahrungsmittel wie Mehl und Zucker wurden dagegen bis in die 50er-Jahre noch in großen Säcken beim Kaufmann angeliefert.

Weitere Entwicklungen im Einzelhandel sollen hier nur skizziert werden:

B) Die Gründung von Genossenschaften

- z.B. EDEKA:

1898 Als Reaktion auf den Erfolg von Warenhäusern wie Hertie und Karstadt sowie Filialisten wie Tengelmann gründete der Berliner Kaufmann Fritz Borrmann mit 20 anderen die „Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Torbezirk zu Berlin“ (kurz: E.d.K.), den Vorläufer der heutigen Edeka-Gruppe.

1907 13 Einkaufsgenossenschaften fusionierten zum „Verband deutscher kaufmännischer Genossenschaften“, dem heutigen **Edeka-Verband**. Er

wurde Interessenvertreter der selbstständigen Kolonialwarenhändler. Am 25. November gründeten die Kolonialwarenhändler die „Zentral-einkaufsgenossenschaft des Verbandes deutscher kaufmännischer Genossenschaften eGmbH“ – die heutige Edeka Zentrale – als zentrale Warenbeschaffungsstelle.

1911 Umbenennung der Gruppe in „EdK“ als Voraussetzung für die Verwendung eines einheitlichen Markenzeichens und für die einheitliche Gemeinschaftswerbung.

1921 Umbenennung des Verbandes deutscher kaufmännischer Genossenschaften e.V. in „Edeka Verband deutscher kaufmännischer Genossenschaften e.V.“

- z.B. REWE

Auch die **REWE-Zentrale** nahm im Jahr 1927 ihre Tätigkeit in Köln auf und wurde in das Genossenschaftsregister eingetragen. Ende 1926 hatten 17 Einkaufsgenossenschaften die Gründung beschlossen. Der Name **REWE** leitet sich von "Revisionsverband der Westkauf-Genossenschaften" ab. Bereits 1935 hatte REWE den Status eines Vollunternehmens erlangt, verfügte über eine Importgesellschaft, eine Kaffeerösterei, einen Abpackerei-Betrieb sowie über Weinkellereien.

Zur weiteren geschichtlichen Entwicklung des Unternehmens

s.: <http://www.rewe-group.com/unternehmen/geschichte/>

C) Die Gründung von Filialbetrieben

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entwickelte sich die Idee einer neuen Betriebsstruktur: die rechtliche und wirtschaftliche Bindung einzelner Verkaufsstellen an ein Filial-Unternehmen. Dabei setzte man auf Vorteile wie z.B. Einkaufskonzentration und damit

bessere Konditionen, straffere Sortimentspolitik als Folge der zentralen Steuerung, Zentrallagerung und damit Senkung der Lagerkosten, einheitliche Geschäftsausstattung.

Tengelmann (gegründet 1893) eröffnete z.B. bis zum Ersten Weltkrieg 560 Filialen in Deutschland; **Kaiser's Kaffee-Geschäft** zwischen 1885 und 1905 ca. 1000 Filialen!

Nach dem Ersten Weltkrieg kennzeichneten wirtschaftliche Krisen die weitere Entwicklung des Einzelhandels. Die in der Kaiserzeit gelegten Strukturen setzten sich aber fort, mit den **Einheitspreisgeschäften** trat noch ein weiterer Wettbewerber auf: Hier wurden Waren des täglichen und des kurzperiodischen Bedarfs, mit einem gemischtwaren- oder warenhausähnlichen Sortiment und einer ganz neuartigen Preispolitik angeboten: Kein Produkt kostete mehr als bis zu einer sehr niedrigen angesetzten oberen Preisgrenze. So wurde **Woolworth** mit gängigen Artikeln, angeordnet in einer offenen Warenauslage in übersichtlichen Verkaufskarees, unter Verzicht auf Reklame und Kundendienst, Wegbereiter dieser neuen Geschäftsphilosophie. Diese Geschäfte widersetzten sich auch erfolgreich der Einhaltung der Preisbildung bei Markenartikeln.

Die frühe Gesetzgebung der Weimarer Republik brachte den Einzelhändlern einige Veränderungen: Einführung der Sonntagsruhe, Beschränkung der Öffnungszeiten auf 12 Stunden, maximal von 7 Uhr morgens bis 19 Uhr. Damit war der früher nicht unübliche 14- bis 16-Stunden-Tag des Einzelhändlers abgeschafft.

Da im Handel überdurchschnittlich viele Juden nicht nur tätig, sondern zum Teil auch besonders erfolgreich agierten, fanden die Nationalsozialisten hier eine besondere Zielscheibe für ihre Agita-

tion. Boykottaufrufe und –umzüge wurden inszeniert, die Kunden am Zutritt jüdischer Geschäfte gehindert. Dieses Agieren setzte sich auch nach der Machtübernahme fort, allerdings mehrten sich auch interne Kritiken an dieser Praxis. So stimmte Hitler sogar einer Reichshilfe in Millionenhöhe zur Rettung des in Schieflage geratenen HERTIE-Konzerns zu, um gefährdete Arbeitsplätze zu erhalten.

Dennoch galten die Kauf- und Warenhäuser als „unerwünschte Betriebsform“, was mit Erschwernissen in der Geschäftspolitik gleichzusetzen war. Parallel dazu verlief die Arisierungspolitik, d.h. jüdische Unternehmer wurden aus der Geschäftsführung verdrängt bzw. sie mussten ihre Geschäfte zu Spottpreisen an „arische“ Geschäftsleute verkaufen. Damit war ein Modus gefunden, wie die Partei ideologisch diese Geschäftssparte tolerieren konnte.

Aber auch die Filialbetriebe galten in der NS-Zeit als „unerwünschte Betriebsform“. Es wurde den Mutterunternehmen nahegelegt, ihre Filialen an Mitarbeiter, die sich damit selbstständig machen wollten, zu übergeben. Aber auch hier sah es für alle Beteiligten nicht so düster aus, wie es aufgrund der Agitation zu vermuten war. Schließlich nutzte es, gerade in Kriegszeiten das Verteilungsnetz der Filialen zu nutzen, um die Warenströme zumindest für die Grundversorgung der Bevölkerung zu nutzen.

Die Nachkriegszeit

„Warenmangel, Kriegszerstörung von Anlagen und Einrichtungen ... trafen alle Branchen und Betriebssysteme, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Für viele, vor allem kleinere Einzelhandels-Existenzen, bedeuteten Krieg oder Nachkriegszeit das endgültige Aus.“ (S. 84) Trotz fortschreitender Marktliberalisierung galt noch die gesetzliche „Preisbindung der zweiten

Hand“, d.h. der Produzent schrieb sowohl dem Groß- wie auch dem Einzelhandel den Verkaufspreis seiner Ware vor (galt bis zum Jahr 1974). Damit waren dem freien Markt (noch) Grenzen gesetzt.

Die zunehmende Kaufkraft der Bevölkerung schlug sich auch in der Entwicklung der Geschäftstypen nieder:

- Die *Anzahl der Geschäfte* im gesamten Einzelhandel wuchs von 475.000 (1950) auf über 607.000 im Jahr 1961, um dann Mitte der siebziger Jahre auf ca. 330.000 zu sinken. Gerade im Lebensmitteleinzelhandel vollzog sich der Rückgang dramatisch. Selbst im wiedervereinigten Deutschland liegt die Zahl nur noch bei ca. 53.000.

- Die *Verkaufsflächen* stiegen dagegen stark an. 1960 zählte man rund 26 Mio. m², 1993 in Westdeutschland ca. 78 Mio. m²; für Gesamtdeutschland im Jahr 2010 ca. 122 Mio. m² Verkaufsfläche.

- Die *Warenhauskonzerne* erreichten bereits 1960 wieder ihre Vorkriegsverkaufsflächen. Ihr Umsatzanteil am gesamten Einzelhandelsumsatz stieg auf 7% im Jahr 1956, verbunden mit einer Sortimentsausweitung insb. in den Lebensmittelabteilungen. Parkhäuser bzw. Parkdächer erleichterten die Erreichbarkeit dieser Häuser.

- Starke Zuwächse verzeichneten auch die *Lebensmittel-Filialbetriebe*. Ihre Anzahl stieg von 4353 (1950) auf über 6200 im Jahr 1960. Auch sie erweiterten ihr Sortiment, indem sie Obst und Gemüse, z.T. sogar Frischfleisch anboten.

- Die *Konsumgenossenschaften* öffneten ihre Geschäfte auch für Nichtmitglieder.

- Unter dem Druck des zunehmenden Wettbewerbs freundeten sich Einzelhändler mit der Genossenschaftsidee an und schlüpfen entweder unter das Dach von Einkaufsgenossenschaften oder sog. „Freiwilligen Ketten“ (z.B. Spar, A&O, Vivo usw.)

- Zwar war es nicht neu, aber das Selbstbedienungsprinzip gewann an Attraktivität. Herbert Ecklöh hatte schon 1938 den ersten *Supermarkt* in Osnabrück eröffnet: Auf 250m² konnten sich die Kunden mit diesem Verkaufsprinzip (wenig Personal, große Verkaufsfläche, großes Sortiment) vertraut machen. Ecklöhs Laden verfügte schon damals über einen getrennten Ein- und Ausgang, eine raumprägende Mittelgondel und Wandregale an den Längsseiten. Auch die Kundenführung war mit der uns heute bekannten vergleichbar: Der Kunde passierte ein Drehkreuz und wurde durch die Aufstellung der Verkaufsmöbel gezwungen, an allen Produktauslagen vorbei zu gehen. Alle Waren waren verpackt und mit Preisen ausgezeichnet angeboten. Die Bezahlung erfolgte an einer der drei Aufrechnungskassen. Ecklöhs Geschäft hielt sich damals allerdings nur ein Jahr und fand wenig Zuspruch bei der Kundschaft.

Erst nach dem Zweiten Weltkrieg konnten sich die Selbstbedienungsläden fest etablieren. Den Auftakt machte die *Konsumgenossenschaft Produktion* am 30. August 1949 in Hamburg mit der Eröffnung eines 276m² großen Geschäfts, das mit einem Warensortiment von 600 Artikeln aufwartete. Hier kam auch erstmals der Einkaufswagen „Pick Up“ der Firma Wanzl aus Leipheim zum Einsatz. Weitere Gründungen folgten in den nächsten Jahren: 1950 gab es 20 Selbstbedienungsläden, 1954 bereits 203 und 1957 über 1300! Ihnen standen aber noch immer 200 000 Bedienungsläden gegenüber!

Die **sechziger Jahre** brachten dem deutschen Einzelhandel wohl die nachhaltigsten Veränderungen. Einerseits erreichte er 1962 mit einem durchschnittlichen Betriebsergebnis von 7,5% einen Rekord, andererseits verlangsamte sich das Wachstum und der Wettbewerb verschärfte sich. Dazu trugen folgende Veränderungen bei:

- Die *Warenhäuser* erhöhten ihren Marktanteil sowohl durch Ausweitung ihres Produktangebots als auch durch allmähliche Niveauehebung ihres Sortiments.

- Die **Supermärkte** steigerten ihre Attraktivität durch gezielte Sonderaktionen mit entsprechender Werbungintensität. Sie führten auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400m² überwiegend Lebensmittel, zudem aber auch Non-Food-Artikel des täglichen Bedarfs. Die siebziger Jahre wurde die Ära ihres rasanten Wachstums: Von 2045 Verkaufsstellen 1970 wuchs ihre Zahl auf 5190 im Jahr 1980. Mitte der 90er-Jahre erreichten die Supermärkte ihren (Umsatzanteil-) Zenit, obwohl mit Umstrukturierungen (größere Verkaufsflächen, Sortiments-erweiterungen, Bedienungsabteilungen mit Frischesortiment) dem verschärften Wettbewerbsdruck begegnet werden sollte. Mit Hilfe von Eigenmarken (Handelsmarken) wurden gezielt die gebundenen Preise der Markenartikel unterboten. Die klassischen Supermärkte wie Edeka oder Rewe führen heute je nach Größe zwischen 11.000 und 25.000 Artikel in ihrem Sortiment.

- Äußerst straffe Sortimente, beschränkt auf „schnell-drehende“ Artikel, intensive Werbung, spartanische Ladenausstattung, wenig Personal, geringes Serviceangebot, aggressive Preispolitik: All das waren die Kriterien für den zunehmenden Erfolg der aufkommenden **Discounter**. Die Gebrüder Albrecht in Essen richteten 1962 den

ersten Aldi-Laden nach den o.g. Prinzipien ein. In Frankfurt startete 1961 Willi Leibrand mit vergleichbarem Konzept: rund 1000 Artikel auf ca. 170m².

Nach einer Untersuchung des EHI Retail Institutes aus dem Jahre 2007 belaufen sich die Gesamtkosten (in Prozent vom Umsatz) beim Discounter auf ca. 13%, in den Supermärkten auf über 25%.

- Die **Verbrauchermärkte** übernahmen das Discountprinzip auf breite Lebensmittelsortimente in Verbindung mit ebenerdigen Großflächen und Parkplätzen. Diese Betriebsform bot ein äußerst breites und tiefes Lebensmittelsortiment an, darüber hinaus aber auch ein umfangreiches Sortiment an Non-Food-Artikeln. Waren um 1970 erst 528 SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte am Markt, so erhöhte sich ihre Zahl bis 1990 auf über 1650! Im Jahr 2007 wurden in Gesamtdeutschland über 3150 solcher Betriebsformen gezählt. Die gestiegene Motorisierung verstopfte zunehmend die Innenstädte, die Verbraucher konnten mit ihrem Pkw leicht einige Kilometer an den Stadtrand fahren, um bequem ihren Wocheneinkauf zu tätigen. U.a. **MASSA** wurde hierbei wegweisend. "Eine Straßenkarte und ein Zirkel genügten zur Abschätzung des ungefähren Einkaufspotenzials und ersetzen vielfach fundierte Standortbestimmungsmethode" (S. 103) Eine große, schmucklose Halle war dann schnell hingesezt, der Parkplatz geteert und die Lieferanten zu Eröffnungsrabatten aufgefordert. In Hattersheim gründete Karl-Heinz Kilb um 1966/67 den „Massa-Markt“, der in den 90er-Jahren von „**real**“ übernommen wurde.

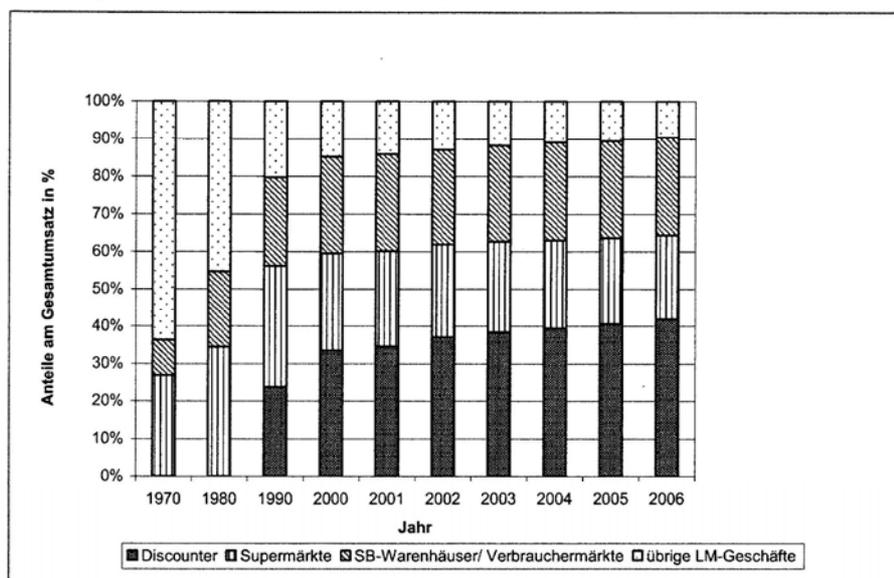
- 1964 eröffnete das **Main-Taunus-Zentrum**. Es setzte neue Maßstäbe teils „auf der grünen Wiese“, teils in Stadtrandlagen. Bereits am Ende der 60er-Jahre zählte man über 200 solcher Objekte, davon allerdings nur ca. 10% mit über 30.000m² Geschäftsfläche. Von Anfang an diskutierten Städte und

Gemeinden die Folgen der damit verbundenen Umlenkung der Kaufkraftströme. Das Heraufbeschwören der Innenstadtverödung war der Öffentlichkeit durchaus bewusst. Dem Main-Taunus-Zentrum folgte in unserer Region 1968 das *Nordwest-Zentrum*, 1972 das *Hessen-Center*. Während in diesen Zentren von Anfang an der Schwerpunkt auf Bekleidungsangeboten lag (im MTZ Steigerung von 12% (1964) auf ca. 30% der Einzelhandelsbetriebe im Jahr 2010, stieg der Anteil der Nahrungs- und Genussmittelbetriebe im gleichen Zeitraum „nur“ von 10 auf 12%.

Die **siebziger Jahre** zeichneten sich einerseits durch einen starken Anstieg der Gesamtumsätze des Einzelhandels von 186 Mrd. DM (1970) auf 413 Mrd. DM (1980) aus, andererseits aber auch durch einen starken Rückgang der Zahl der Einzelhandels-Unternehmen; weiterhin setzten sich sowohl die Selbstbedienung als auch die Ersetzung von Personal durch Verkaufsfläche weiter durch: d.h. Kostensenkung durch innerbetriebliche Rationalisierung und Beschränkung nur auf den notwendigen Service gegenüber der Kundschaft zugunsten niedriger Preise. (S. 116)

zum überwiegenden Teil diese Betriebsform betraf. Zwischen 1970 und 2007 hat sich ihr Anteil von ca. 124.000 auf weniger als 29.000 reduziert. Im gleichen Zeitraum sank ihr Marktanteil von 63% auf 9%. Das hohe Aufkommen an Verkaufspersonal konnte die von der (Nahrungsmittel-)Industrie angebotenen Warenmengen nicht mehr rationell und kostengünstig an den Endverbraucher abgesetzt werden. Aus einer Studie aus dem Jahr 1952 ergab sich, dass die Personalleistung der SB-Läden um 51% höher als die der Bedienungsgeschäfte lag. Der Verkäufer als Mittler

Abbildung 1: Umsatzanteile im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen in % seit 1970



Quelle: EHI Retail Institute 2007a: 208, eigene Darstellung

- Bis in die sechziger Jahre waren **klein-flächige Lebensmittelgeschäfte** mit einer Verkaufsfläche unterhalb von 400m² die vorherrschende Betriebsform. Sie waren gekennzeichnet durch ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln und anderen Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Dabei dominierten noch zunächst kleine Bedienungsläden, die allerdings angesichts der Ausbreitung des Selbstbedienungsprinzips von kleineren SB-Geschäften verdrängt wurden. Die kleinen Lebensmittelgeschäfte gehören zu den Verlierern des Strukturwandels, da das Ladensterben

zwischen Produkt und Kunden trat zurück!

Verschärft wurde der Wettbewerbsdruck durch den *Fortfall der vertikalen Preisbindung am 1.1.1974*, was die Fixierung der Endverbraucherpreise durch Markenartikelhersteller bedeutet hatte. Gerade diese Markenartikel wurden nun bevorzugtes Objekt der Preiskämpfe im Einzelhandel. Was verstärkten Wettbewerb und damit auch Dämpfung des Preisauftriebs bringen sollte, förderte aber auch den Konzentrationsprozess nachhaltig. „Sich beim Fachhändler beraten zu lassen und den ins

Auge gefassten Markenartikel dann in einer Billigbetriebsform zu erwerben, wurde bei den Verbrauchern ebenso üblich wie die Jagd nach Markenartikel-Sonderangeboten.“ (S. 118)

Die bereits in den 60er-Jahren eingesetzten Handelsmarken bzw. „No-Name-Produkte“ fanden weiteren Zuspruch. Gerade der Einstieg des Massenfilialisten Tengelmann mit anfangs 23 solcher Artikel („A&P“), um das untere Markenfeld damit zu besetzen, setzte damit neue Zeichen. Damit sollte dem Zuwachs von ALDI Paroli geboten werden.

- *Dirk Rossmann* übernahm das Konzept der Lebensmittel-Discounter für den Drogeriemarkt und eröffnete 1972 in Hannover seinen ersten Laden mit einer Verkaufsfläche von ca. 200m². Aggressive Preisunterbietungen bei Markenartikeln und ein breites Sortimentsangebot sorgten für die nötige Publikumsresonanz. Die einsetzende Expansion traf den Drogeriefachhandel so stark, dass die *Zahl der Drogerien* von 14.000 auf ca. 8000 innerhalb eines Jahrzehnts sank. Ca. ein Dutzend Filialisten (u.a. Schlecker, Rossmann, dm-Drogerie-Markt usw.) beherrschten in diesem Zeitraum den Markt.

- 1970 eröffnete F. Lux und M. Maus den ersten Bau- und Heimwerkermarkt in Hamburg („OBI“). Steigende Handwerkerpreise und zunehmende Freizeit förderten das Heimwerkertum: 1978 gab es bereits 400 Baumärkte, 1980 fast die doppelte Anzahl. Charakteristisch hierfür waren die sehr große Auswahl an Produkten, autofreundliche Standorte, günstige Preise, intensive Werbung sowie ein handwerklicher Service!

- *IKEA*, das „unmögliche Möbelhaus aus Schweden“ zielte auf „junge Leute jeden Alters“, die zugunsten billiger Preise bereit waren, ihre Möbel selbst

zu transportieren und zu montieren. 1974 eröffnete *IKEA* in Enching bei München sein erstes Haus in Deutschland und verwandelte auch den deutschen Möbelhandel: „Mitnahme-Möbel“ mussten ins Sortiment aufgenommen werden.

- Auf der Verliererseite des Strukturwandels stehen auch die Warenhäuser. Sie erreichten 1972 mit 10% am gesamten Einzelhandelsumsatz ihren Spitzenwert, danach zeigte sich aber, dass die neuen Betriebsformen auf der grünen Wiese immer mehr Kaufkraft aus den Innenstädten abzogen. „Artikel der unteren Preislage, aber auch großvolumige Produkte konnten in den Billigbetriebsformen nicht nur billiger, sondern aufgrund des üppigen Parkplatzangebots auch bequemer gekauft werden“. (S. 134) Insbesondere die großen Lebensmittelabteilungen aber auch Elektrogroßgeräte machten den Verkaufsstrategen der Warenhäuser Sorgen. Schließlich wurden das Sortimentsprinzip „Alles unter einem Dach“ gelockert und lukrative Sortimentschwerpunkte gebildet. Das „Shop-in-the-shop“-Prinzip wurde ausgebaut, wenig rentable Bereiche ausgelagert (Edeka übernahm z.B. die Lebensmittelabteilung bei Horten).

Gerade im Einzelhandel verstärkte sich in diesen Jahren der Trend zu „Universal-Distributeuren“. So verfügte z.B. **die Leibbrand-Gruppe** über folgende Vertriebslinien:

REWE-Supermärkte, Penny-Discounter, Toom-SB-Warenhäuser, Bon Biscouter, Minimal, Idea Drogerien, Euro-Märkte, Selgros C+C-Großhandel. 1977 erwarb diese Gruppe ebenso die 250 Latscha-Filialen.

Bereits im Jahr 1974 hatte sich Rewe mit 50% an Latscha beteiligt, eine Entwicklung, die vor wenigen Jahren mit der Übernahme der Tengelmann-Filialen im Rhein-Main-Gebiet einen weiteren Höhepunkt erreichte.

In den folgenden Jahren verstärkte sich dieser Konzentrationsprozess, sodass aktuell 90% des Lebensmittelumsatzes sich auf 10 Konzerne verteilt.



Betrachtet man den **Lebensmittel-einzelhandel** in Deutschland, fällt im Gegensatz zu vielen anderen europäischen Märkten die starke Rolle der Discounter in Deutschland auf, welche konstant einen Marktanteil von über 40% aufweisen. Betrachtet man die Verteilung der Marktanteile innerhalb des Segments der Discounter, so besaß Aldi (Nord und Süd) 2012 einen Marktanteil von etwa 43%, Lidl 22%, Netto 17%, Penny 10% und Norma 8%. Außerhalb des Discounts sind Edeka, Rewe, die Metro-Gruppe (Real) sowie Kaufland die wesentlichen Akteure auf dem deutschen Lebensmittel-Markt. Die Abbildung auf der nächsten Seite zeigt die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland bis 2011. Die fünf größten Unternehmen vereinen demnach etwa 73% der Umsätze auf sich.

Die **Edeka-Gruppe** (Marktkauf, Ratio, E-Center, Aktiv Discount, E-Neukauf, E Reichelt, Edeka, E-Aktiv Markt, Kupsch, Netto, Netto City, NP, Diska, Treff 3000, Prof Top Getränke, Trinkgut, Netto Getränkemarkt, K&U, Wünsche, Büsch, Thürmann, Schäfer's Schwarzwaldhof; D.F.) ist auch im Jahr 2013 Spitzenreiter in der Gruppe der Top-5-Unterneh-

men: Mit einem Umsatz von rund 50,1 Milliarden Euro verbucht Edeka einen Marktanteil von 20,7 Prozent für sich. Darauf folgt Rewe mit einem leicht höheren Umsatz als im Vorjahr (37,5 Milliarden Euro) und einem Anteil am Gesamtmarkt von 15,5 Prozent.

Die **Schwarz-Gruppe** (Lidl, Kaufland, Kaufmarkt, Handelshof (D.F.)) festigt ihren Platz unter den Spitzenunternehmen und erreicht mit einem Plus von 4,9 Prozent einen Umsatz von 32 Milliarden Euro. Dies entspricht der höchsten Steigerungsrate unter den Top 5, womit sich der Marktanteil der Schwarz-Gruppe 2013 auf 13,2 Prozent beläuft. Die Metro-Gruppe auf Platz 4 hat wiederholt einen leichten Umsatzrückgang hinnehmen müssen, während die Aldi-Gruppe auf Platz fünf mit weiteren Steigerungen von 4,1 Prozent aufwarten kann

(nach absatzwirtschaft.de; 7.10.14)

Andererseits hat sich diese Konzentration eher in einem verschärften Wettbewerb niedergeschlagen als in einem Verbraucherpreisanstieg, im Gegenteil: Er ist seit den neunziger Jahren eher unterdurchschnittlich angewachsen. Auf einen Ausbau bzw. sogar auf ein Ausnutzen der Marktmacht deuten diese Hinweise nicht hin.

Die politische Diskussion greift eher in den Bereich der Beschaffungsseite, spricht in das Verhältnis von Herstellern und Händlern. Die Diskussion zu Milch bzw. Milchprodukten möge dafür ein Indiz sein.

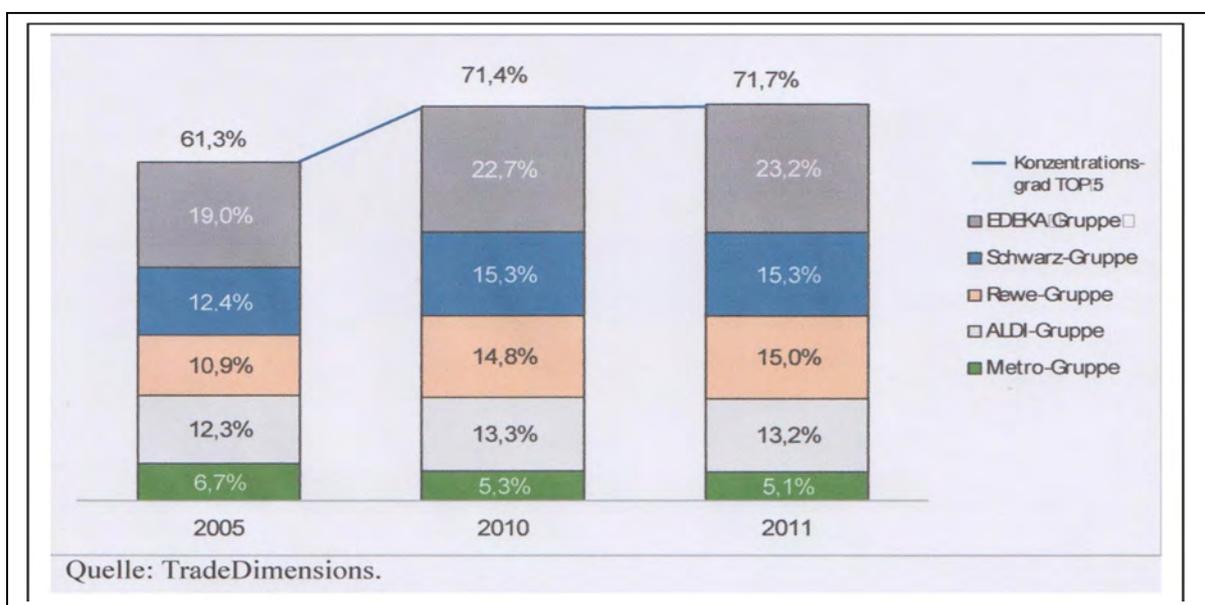
Justus Haucap u.a kommen in ihrer Untersuchung „Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel“ (2013) zu dem Ergebnis, „dass eine pauschale Bewertung von Nachfragemacht nicht angemessen ist. Stattdessen muss Nachfragemacht, die in bestimmten Fällen ohne Zweifel existiert, als dynamischer Prozess gesehen werden, der im Einzelfall untersucht werden muss.“ (S.28)

Dagegen schreibt das **DIW Berlin** in einer Pressemitteilung vom 30.3.2011:

„Die wachsende Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel hat die

Verhandlungsposition des Lebensmitteleinzelhandels gegenüber den Markenartikelherstellern gestärkt“, berichtet das DIW Berlin in einer aktuellen Studie. „Die Beziehungen zwischen Händler und Herstellern sind von einem deutlichen Ungleichgewicht zu Lasten der Hersteller geprägt“, sagt DIW-Expertin Vanessa von Schlippenbach. „Dabei fällt es schwer, zwischen handelsüblichen Drohungen und dem Missbrauch einer bestehenden Nachfragemacht zu unterscheiden“,

die Hersteller daher zunehmend unverzichtbar. Hinzu kommt, dass die Hersteller kaum über alternative Absatzmöglichkeiten verfügen. Vor diesem Hintergrund rückt das Thema Nachfragemacht mehr und mehr in den Fokus wettbewerbspolitischer Diskussionen. Erste Erkenntnisse zu Ausprägung und Folgen von Nachfragemacht liefert eine von der DIW econ GmbH und dem DIW Berlin gemeinsam durchgeführte Befragung von



ergänzt Ferdinand Pavel von der DIW econ GmbH. Denn die Ökonomen können nicht immer eindeutig sagen, dass Markt- oder Nachfragemacht für Konsumenten und für die Gesamtwirtschaft negativ ist.

Deutliche Anzeichen für Missbrauch der Marktmacht

Der deutsche Lebensmittelhandel unterliegt einem fortschreitenden Konzentrationsprozess. Mittlerweile erzielen die vier größten Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland – Edeka, Rewe, die Schwarz-Gruppe (Lidl) sowie die Metro Gruppe – einen gemeinsamen Marktanteil von rund 85 Prozent. Die Belieferung dieser Handelsketten ist für

deutschen Markenartikelherstellern. 90 Prozent der befragten Unternehmen – darunter auch Hersteller renommierter Markenprodukte – gaben an, dass sie die niedrigste Gewinnmarge für ihre umsatzstärkste Produktgruppe mit einem ihrer drei größten Abnehmer erzielen. Demgegenüber erzielen lediglich 41 Prozent der befragten Markenartikelhersteller die höchste Marge für die umsatzstärkste Produktgruppe nicht mit ihren drei größten Abnehmern. Demnach scheint der Handel selbst gegenüber den hier befragten Herstellern von Markenprodukten über eine relativ stärkere Verhandlungsposition zu verfügen.

Der Ton hat sich verschärft“

Im Hinblick auf die Geschäftsbeziehungen zum Einzelhandel gibt ein Großteil der Hersteller (72 Prozent) an, dass sich in den letzten fünf Jahren der Ton verschärft habe und dass Sanktionen beziehungsweise Drohungen zugenommen hätten. Dies trifft umso häufiger zu, je höher der Umsatzanteil mit einem Abnehmer ist. Fast allen befragten Herstellern (87 Prozent) wurde von ihren größten Abnehmern bereits die teilweise oder vollständige Auslistung ihrer Produkte angedroht. Der gleiche Zusammenhang zeigt sich auch bei Geschäftspraktiken wie Auslistung, Zahlungsverzug oder Forderung von Rabatten für zurückliegende Zeiträume („Hochzeitsrabatte“ nach Fusionen). Es ist allerdings schwer, dabei zwischen handelsüblichen Drohungen und dem Missbrauch von Nachfragemacht zu unterscheiden.“

www.diw.de/sixcms/detail.php?id=diw_01.c.371177.de,
abgerufen am 11.5.14

Welche Betriebsformen werden den Einzelhandel kennzeichnen?

Kleine Lebensmittelgeschäfte

Bis in die 1960er Jahre waren kleinflächige Lebensmittelgeschäfte mit einer Verkaufsfläche unterhalb von 400 m² (SB-Läden, SB-Märkte, „Tante-Emma-Läden“) die vorherrschende Betriebsform. Sie sind gekennzeichnet durch ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln und anderen Gütern des kurzfristigen Bedarfs. Dabei dominierten noch zunächst kleine Bedienungsläden, die allerdings angesichts der Ausbreitung des Selbstbedienungsprinzips von kleineren SB-Geschäften verdrängt wurden. Die kleinen Lebensmittelgeschäfte gehören zu den Verlierern des Strukturwandels, da das Ladensterben zum überwiegenden Teil diese Betriebsform betraf. In den letzten 40 Jahren hat sich ihre Anzahl von ca. 125.000

auf 28.500 reduziert. Im gleichen Zeitraum sank der Marktanteil von 63,6 % auf 9 %. Dennoch sind mit 24.000 Geschäften heute immer noch fast die Hälfte aller Lebensmittelgeschäfte dieser Betriebsform zuzurechnen.

Supermärkte

Der Abstieg der kleinflächigen SB-Geschäfte ist eng verbunden mit dem Aufkommen der Supermärkte, das mit der flächendeckenden Einführung des Selbstbedienungsprinzips einherging. Supermärkte führen überwiegend Lebensmittel, zudem aber auch Non-Food-Artikel des täglichen Bedarfs. Sie verfügen über eine Verkaufsfläche von mindestens 400 m², auf der ein breites und in Abhängigkeit von der Größe unterschiedlich tiefes Sortiment angeboten wird (ca. 12000 Artikel). Insbesondere in den 1970er Jahren verlief das Wachstum dieser Betriebsform rasant. Ihre Anzahl wuchs von 2.045 Verkaufsstellen 1970 auf 5.190 im Jahr 1980. Bis zur Mitte der 1990er Jahre stieg die Anzahl der Supermärkte kontinuierlich an. Seitdem fällt die Gesamtzahl der Verkaufsstätten wieder. Von über 9.500 Supermärkten Mitte der 1990er sind heute noch ca. 8.000 am Markt tätig. Die Entwicklung der Marktanteile zeigt einen ähnlichen Verlauf. Nach starken Zuwächsen in den 1970er und 1980er Jahren stieg ihr Umsatzanteil auf einen Höchstwert zu Beginn der 1990er von 35 %, entwickelte sich seitdem aber rückläufig und liegt heute bei 22 %. Diese Zahlen spiegeln den erhöhten Wettbewerbsdruck wider und verdeutlichen, dass Supermärkte einem erheblichen Anpassungsdruck unterliegen, der neben zahlreichen Betriebsaufgaben von überwiegend flächenmäßig kleinen Supermärkten auch die Weiterentwicklung der Betriebsform verursachte. Dies äußert sich zum einen in der Vergrößerung der Verkaufsflächen und Sortimentserweiterungen, zum anderen in

einer Schwerpunktsetzung im Bereich der Frischewaren. Durch eine oder mehrere Bedienungsabteilungen mit Frischetheken, gehobenes Ladenlayout und ein umfassendes Frischesortiment soll eine Abgrenzung zu den stärker preisorientierten Betriebsformen SB-Warenhaus und Discounter erreicht werden. Weitere Anpassungsstrategien der Supermärkte liegen in der Einführung von Handelsmarken mit niedrigem Preisniveau oder einer Spezialisierung und Serviceorientierung. Dabei gelingt es insbesondere den flexibleren inhabergeführten Supermärkten besser, den regionalen und lokalen Erfordernissen durch eine gezielte Sortimentspolitik nachzukommen. Entsprechend sind die Flächenanforderungen für neue Supermärkte deutlich verändert. Neueröffnete Supermärkte überschreiten heute oftmals die Marke von 1.000 m² Verkaufsfläche.

SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte

Auch die Ausbreitung der SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte war für den Lebensmitteleinzelhandel mit erheblichen Auswirkungen verbunden. Hierbei handelt es sich um Betriebsformen mit äußerst breitem und tiefem Lebensmittelsortiment, die darüber hinaus über ein umfangreiches Sortiment an Non-Food-Artikeln verfügen.

Waren zu Beginn der 1970er Jahre erst 528 SB Warenhäuser/Verbrauchermärkte am Markt, erhöhte sich ihre Zahl bis 1980 auf 1.314 und bis 1990 auf 1.656. Nach der Wiedervereinigung konnten sich die SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte insbesondere in Ostdeutschland weiterverbreiten, sodass ihre Gesamtzahl bis zum Jahr 2000 auf 2.363 kletterte. Bis zum heutigen Tage lässt sich ein anhaltendes Wachstum feststellen. Im Jahr 2007 wurden erstmals über 3.000 Verkaufsstellen gezählt (3.150). Parallel zur Verbreitung

dieser Betriebsform erhöhten sich auch die Marktanteile im **Lebensmitteleinzelhandel** sukzessive von 9,5 % 1970 über 20,2 % bzw. 23,5% in den Jahren 1980 und 1990 auf 26,0 % im Jahr 2006.

Discounter

Die Betriebsform der Discounter hat die Einzelhandelslandschaft in Deutschland seit 1960 nachhaltig verändert. Noch nie in der Entwicklung des Handels gab es eine Betriebsform, die über einen so langen Zeitraum und mit einer ähnlichen Dynamik wuchs. Die Autoren Schmalen und Schachtner („Handel zwischen gestern und morgen“, 1999) charakterisieren das Discountprinzip anhand der drei Dimensionen Sortimentsumfang, Serviceumfang und Preissetzung. Hauptmerkmal der Discounter ist eine aggressive Preispolitik. Durch die Beschränkung des Sortiments auf Artikel mit hoher Umschlagsgeschwindigkeit und hohen Umsätzen (ca. 2000 Artikel im Sortiment) können die niedrigen Gewinnspannen kompensiert werden. Weiteres Kernmerkmal der Discountstrategie ist die Kostenführerschaft, also die konsequente Vereinfachung der Unternehmensstrukturen und -prozesse. Die Betriebskosten werden möglichst gering gehalten. Dies beinhaltet etwa den Einsatz von vergleichsweise wenig und gering qualifiziertem Personal in den Geschäften, ein geringes Service-Angebot, eine einfache Ladenausstattung, problemlose Waren und eine begrenzte Auswahl an frischen, verderblichen Waren.

Das Resultat des Betriebsformenwandels im Lebensmitteleinzelhandel stellt sich folgendermaßen dar: Obwohl die kleinflächigen Lebensmittelgeschäfte (bis 400 m²) noch den größten Anteil an allen Verkaufsflächen ausmachen, ist ihr Umsatzanteil auf unter 10 % gefallen.

Die dominierende Betriebsform des Lebensmitteleinzelhandels ist inzwischen der Discounter. Mit knapp 30 % der Verkaufsstellen erzielten die Discounter im Jahr 2014 ca. 43 % des Gesamtumsatzes. SB-Warenhäuser und Supermärkte erreichten mit 6,3 % bzw. 15,8 % der Verkaufsstellen 26,2 % bzw. 22,6 % des Umsatzes.

Welche Auswirkungen kann diese Entwicklung auf die Nahversorgung der Bevölkerung haben?

Der Begriff „Nahversorgung“ umfasst folgende Sortimentsgruppen:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie das Schnittblumensegment.

Dieses Sortimentsangebot bedingt eine mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollsortimenter aktuell bei 1500 bis 2000 m² für mindestens 12000 Produkte im Angebot. Ein Aldi-Markt aber hat nur eine Palette von weniger als 1000 Artikeln. In Stadtteilen, in denen nichts mehr als nur noch einen Supermarkt gibt, droht ein Abbröckeln des Angebots. „Werde eine kritische Masse einmal unterschritten, lohne es sich für die Bürgerschicht nicht mehr, dort einzukaufen, sagt Hans-Peter Laux von der Industrie- und Handelskammer Frankfurt in einem Gespräch mit der FR (12.8.2015). Sie suchten sich dann andere Ziele. Besonders für inhabergeführte Geschäfte sei die Situation sehr schwierig, sagt Laux. Diese litten nicht nur unter dem zunehmenden Onlinehandel, sondern auch unter der Konkurrenz von großen Filialisten. Wer keine Nische besetzt habe oder sein Angebot ständig anpasse und im Internet bewerbe, habe so gut wie keine Chance mehr.“

Sindlingen im Spiegel der Statistik

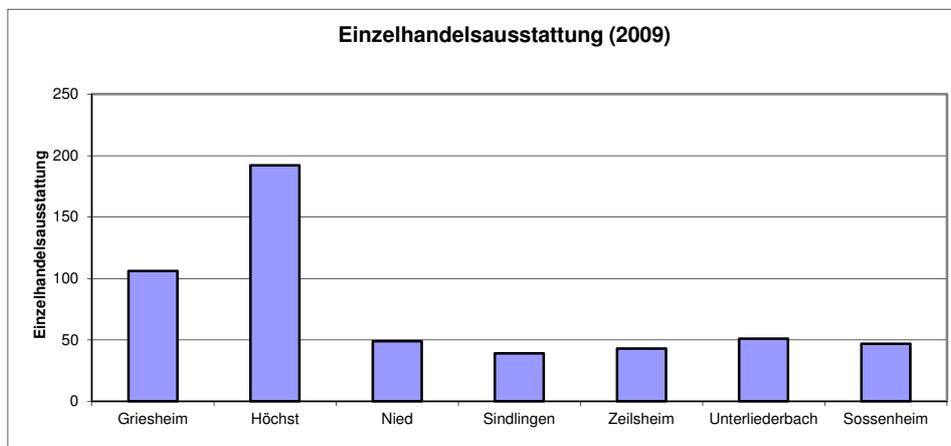
a) Wirtschaftliche Kennziffern des Stadtteils

Zu den Zahlen ist ergänzend anzumerken, dass Sindlingen hier nur bis zur Bahnlinie Frankfurt-Niedernhausen gezählt wird. Die ehemals zur Gemarkung zählenden Bereiche Annabergstraße/Friedenau werden heuer Zeilsheim zugeschlagen!

Entsprechend der geringen Einwohnerzahl liegt Sindlingen auch bei der Ausstattung mit dem Einzelhandel an letzter Stelle.

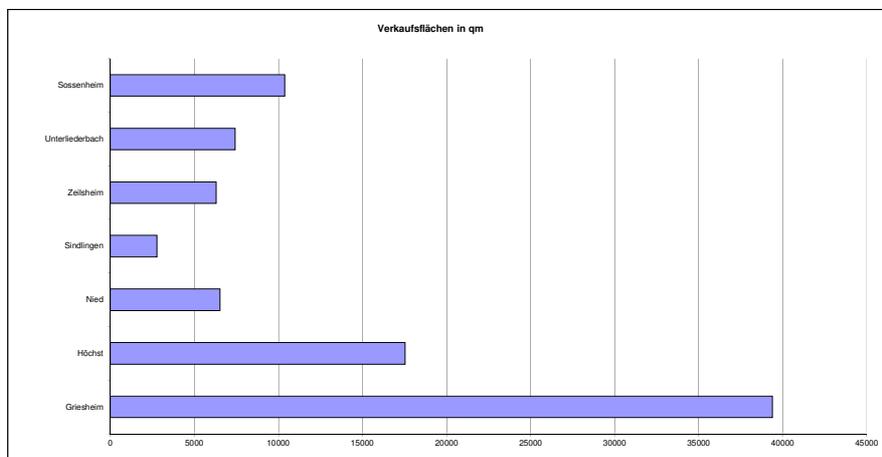
Abb.2: Einzelhandelsausstattung in den westlichen Stadtteilen (2009)

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2010



Auffallend an dieser Grafik, aber nicht überraschend, ist die vorherrschende Rolle des Stadtteils Höchst im Hinblick auf die Ausstattung mit Einzelhändlern, obwohl Höchst nur in Kombination mit Unterliederbach der bevölkerungsreichste Stadtteil im Frankfurter Westen ist. Parallel zur Bevölkerungszahl rangiert auch in dieser Übersicht Sindlingen an letzter Stelle.

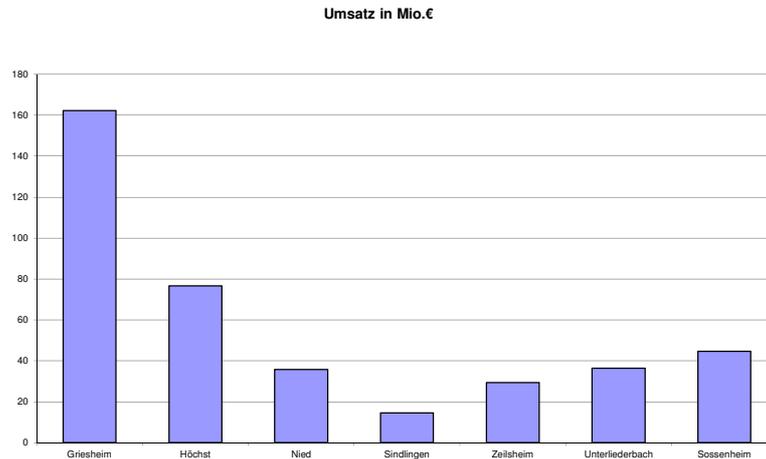
Abb.3: Verkaufsflächen



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2010

Während die **Anzahl der Geschäfte** in den vergleichbaren Nachbargemeinden um die +/- 50 schwankt, fällt Sindlingen bei der Betrachtung der **Verkaufsflächen** deutlich ab, d.h. die Versorgung Sindlingens ist durch eine Vielzahl kleiner und kleinster Einzelhändler gekennzeichnet: 39 Betriebe teilen sich insg. 2770 m² Verkaufsflächen (im Vergleich Zeilsheim: 43 Betriebe mit 6300 m²).

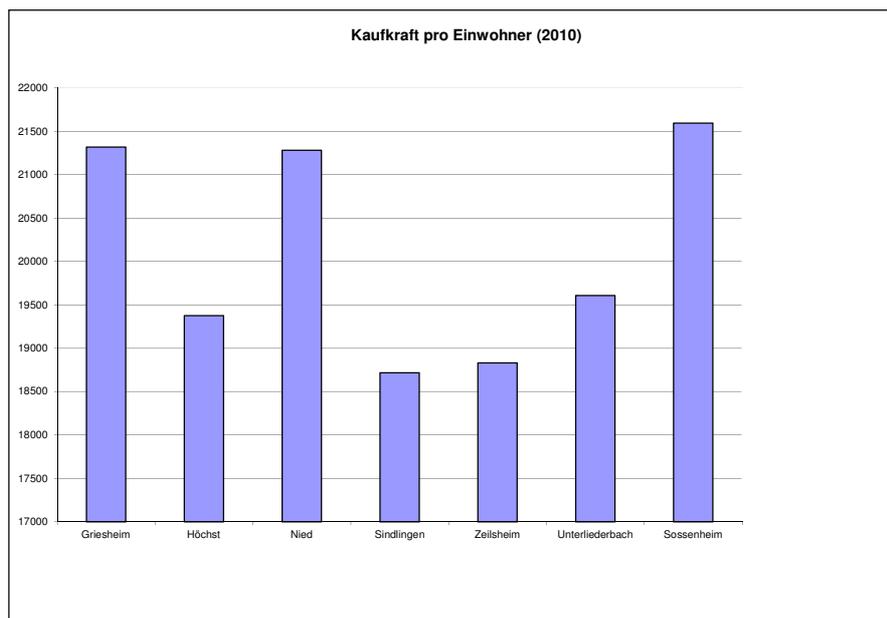
Abb.4: Umsatz der Einzelhändler im Jahr 2009



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2010

Damit stellt sich die Frage nach der Kaufkraft in den jeweiligen Stadtteilen:

Abb.5.: Kaufkraft der Bevölkerung in den westlichen Stadtteilen:



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2010

Auch hier nimmt Sindlingen den letzten Platz bei den westlichen Stadtteilen ein: 18.718 € pro Einwohner, knapp hinter Zeilsheim mit 18.839 €. Damit lässt sich sicherlich einen Zusammenhang zwischen geringer Kaufkraft und geringer Einzelhandelsausstattung herstellen. Differenziert man nun noch stärker nach den Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel (= weitgehend alle Lebensmittel, incl. Alkohol, Schokolade, Kaffee usw.) als wichtigstes Nahversorgungsangebot und den Konsumgüterangeboten (= meist höherwertige Güter, die dem Verbrauch dienen), so zeigt sich, dass Sindlingen im Nahrungs- und Genussmittelbereich mehr Geschäfte anzubieten hat als im Konsumgüterbereich.

In einer Studie, die stärker nach der Einkaufsorientierung der Bürger bei Waren des kurzfristigen Bedarfs fragte, zeigte sich, dass jeweils über 50% der Lebensmittel und der Drogerie-, Parfümerie- und Apothekerwaren im eigenen Ortsteil gekauft wurden, während Spielwaren, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sport- und Freizeitartikel zu weniger als 10% im eigenen Stadtteil erworben wurden.

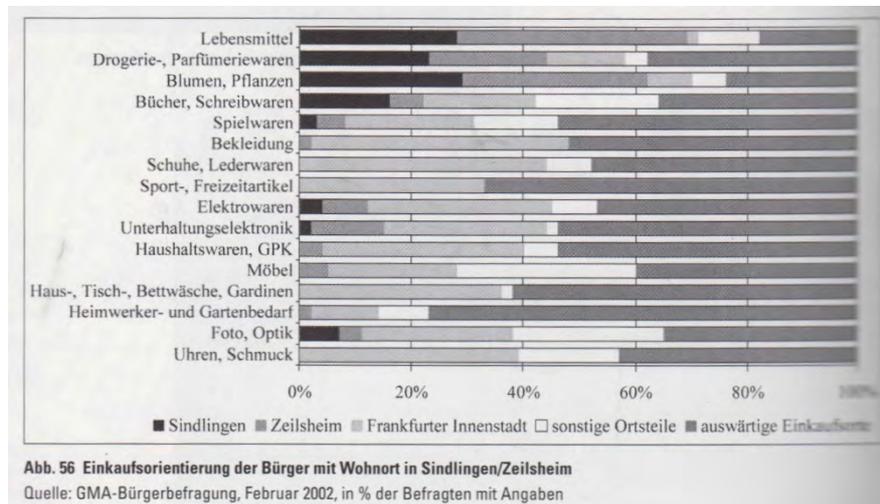
Die letzte ausführliche Studie zur Einzelhandelsstruktur für Sindlingen datiert aus dem Jahr 2002. Sie kommt zu dem Schluss, dass Sindlingen aufgrund der räumlichen Entfernung zur Innenstadt, der Angebotsstruktur und der Zuordnung zu den Wohnsiedlungsbereichen als „getrennte Geschäftslage mit überwiegender Nahversorgungsfunktion zu bewerten“ ist. (S.148) In Sindlingen gibt es kein Zentrum, da sich der Einzelhandel auf verschiedene Standorte innerhalb der Ortslage verteilt. Untersucht wurde dann näher das „Versorgungszentrum Sindlingen“, ein Bereich „rund um den Dalles“: Sindlinger Bahnstraße, Farbenstraße, Allesinastraße, Huthmacherstraße. Die Einzelhandelsausstattung in diesem Versorgungszentrum verdeutlicht die folgende Grafik:

Abb.6.: Einzelhandelsausstattung „rund um den Dalles“ (2002)

Einzelhandelsausstattung	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mill. €	in %
Sortiment/Warengruppe						
Lebensmittel, Getränke	5		730		3,0	
Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren	2		30		1,4	
Nahrungs- und Genussmittel	7	54	760	62	4,4	68
Drogerie-, Parfümeriewaren	1		280		0,6	
Apotheken-, Sanitätswaren	1		40		1,0	
Gesundheit, Körperpflege	2	15	320	26	1,6	25
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-	-	-
Bücher, Papier-, Büro-, Schreib- und Spielwaren	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Wäsche, Kurzwaren	1		30		0,1	
Schuhe, Lederwaren, Sportartikel	-		-		-	
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	8	30		0,1	1
Elektrowaren	-	-	-	3	-	-
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	-		-	-	-	
Möbel, Küchen, Antiquitäten, Kunst	1		40		*)	
Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen	-		-		-	
Hausrat, Möbel, Einrichtungsbedarf	1	8	40	3	*)	*)
Foto, Optik, Uhren, Schmuck	1		30		0,3	
Bau- und Heimwerkerartikel, Autozubehör, Sportgeräte, sonstige Einzelhandelswaren	1		40		0,1	
Sonstiger Einzelhandel	2	15	70	6	0,4	6
Konsumgüter	6	46	460	38	2,1	32
Einzelhandelswaren gesamt	13	100	1.220	100	6,5	100
*) unter 0,1						

Diese Untersuchung aus dem Jahr spiegelt sicherlich einen Ausschnitt, bezieht aber m.E. zu wenig die Situation vor Ort mit ein. (So gab es auch 2002 zwei Papier-/Schreibwarengeschäfte im o.g. Bereich. Warum diese nicht in die Übersicht einfließen, entzieht sich meiner Kenntnis!)

Abb. 7: Einkaufsorientierung der Bürger mit Wohnort in Sindlingen/Zeilsheim (2002)



(Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2010)

Gerade der Bereich der Kundenorientierung verrät die o.g. Tendenz, nur in wenigen Sparten vor Ort einen entsprechenden Kaufanreiz zu finden, d.h. die Einkaufsorientierung der Wohnbevölkerung auf den örtlichen Einzelhandel ist nur schwach ausgeprägt.

Die Studie aus dem Jahr 2003 kommt entsprechend zu folgendem Ergebnis für Sindlingen:

„ – Der Geschäftsbereich Sindlingen bildet eine untergeordnete Geschäftslage mit einer geringen Angebotsverdichtung im Bereich Farbenstraße/Bahnstraße. Die durchschnittliche Betriebsgröße von 94 m² und der durchschnittliche Umsatz von 0,5 Mill.€ je Betrieb dokumentiert die Dominanz kleinbetrieblicher Einzelhandelsstrukturen.

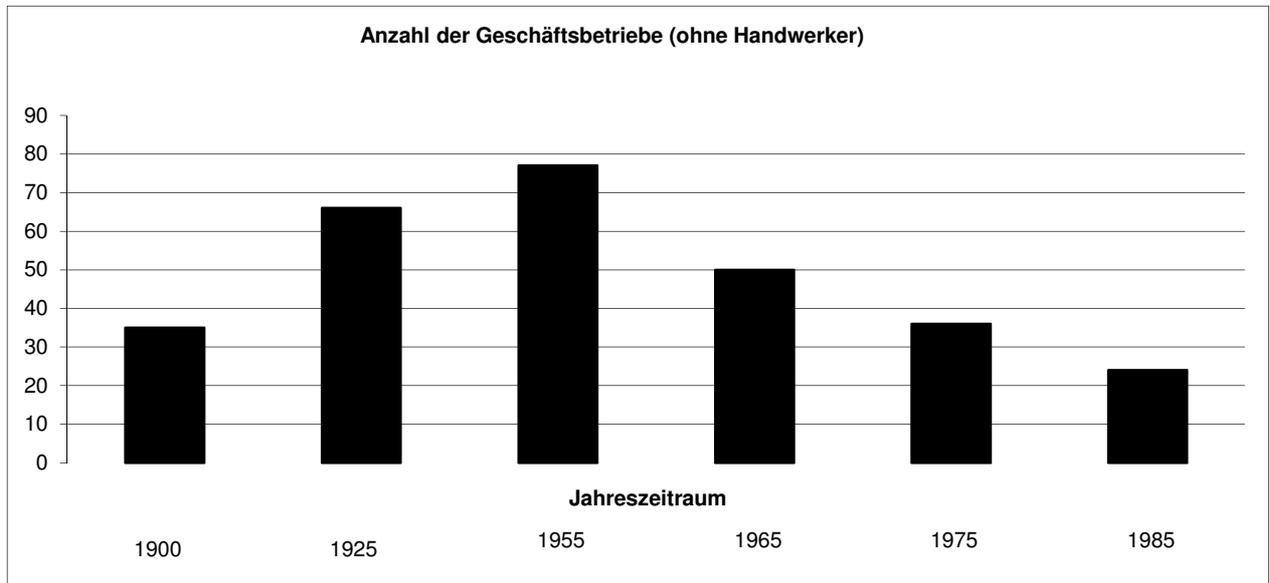
- Innerhalb der Geschäftslage ist kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb vorhanden. Magnetwirkung für kleinstrukturierten Einzelhandel übernimmt im Wesentlichen ein kleinerer HL Lebensmittel-Supermarkt. Unter Berücksichtigung der geringen Einzelhandels-Besatzdichte kann die Geschäftslage nur eine ausschnittsweise Grundversorgung für die Bevölkerung des Ortsteils gewährleisten.

- Der kleinteilige Einzelhandelsbesatz wird ergänzt durch eine Reihe von öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen. Im Bereich der öffentlichen Infrastruktur sind schulische und kirchliche Einrichtungen in fußläufiger Entfernung der Geschäftslage vorhanden. Im Hinblick auf die städtebauliche Situation ist eine dreigeschossige Wohn-/Geschäftshausbebauung standortprägend, die in den Nebenstraßen durch eine lockere Wohnbebauung ergänzt wird.

- Für den ruhenden Verkehr bestehen Parkmöglichkeiten im öffentlichen Straßenraum und auf privaten Grundstücksflächen, so dass unter Berücksichtigung des geringen Geschäftsbesatzes keine Stellplatzprobleme festzustellen sind.
- Die Stadtbildqualität zeigt sowohl im öffentlichen Straßenraum als auch bei der Gestaltung der Geschäftshäuser keine attraktivitätsfördernden Gestaltungselemente auf.
- Im Verlauf der Ortsbegehungen (Januar 2002) wurden in der Geschäftslage sieben leer stehende Ladeneinheiten erfasst, so dass im Verhältnis zu den gegenwärtig genutzten 13 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetrieben eine Leerstandsquote von 54% zu konstatieren ist. Die „alarmierend“ hohe Leerstandsquote ist als Indiz für einen fortgeschrittenen Erosionsprozess im Einzelhandelsbesatz des Geschäftsbereichs zu werten. Nach gutachterlicher Einschätzung verfügt der Geschäftsbereich nicht über die erforderlichen Standort- und Wettbewerbsbedingungen, um ein bedarfsgerechtes Einzelhandelsangebot aufrecht zu erhalten.“ (S. 151 f.)

Wie hat sich die Versorgungsstruktur Sindlingens im 20. Jahrhundert entwickelt bzw. verändert?

Eine erste Übersicht über die Anzahl der Geschäfte im 20. Jahrhundert vermittelt die nachfolgende Übersicht:



Aus dieser Grafik lässt sich leicht herauslesen, dass die Blütezeit der – meist -inhabergeführten Verkaufsgeschäfte im Zeitraum 1925 bis ca. 1960 lag. Bis auf einige Ausnahmen (Fachgeschäfte für spezifische Produkte wie z.B. Tabakwaren, Milchprodukte usw.) handelte es sich um die sog. „Tante-Emma-Läden“, die die Nahversorgung der Bevölkerung gewährleisteten. Einkaufsfahrten nach z.B. Höchst auf die Königsteiner Straße (z.B. zu HERTIE) waren schon nicht alltäglich, eine Einkaufsfahrt nach Frankfurt war erst recht schon „etwas Besonderes“. Die Vielzahl der Geschäfte hier vor Ort sorgten auch für eine recht breite Angebotspalette, auch wenn der jeweilige Kaufmann für sein spezifisches Warenangebot stand.

Das folgende Kapitel widmet sich schwerpunktmäßig dem Einkauf in der Nachkriegszeit, der Blütezeit der „Tante-Emma-Läden“, so wie sie auch in Sindlingen anzutreffen waren. Dabei soll insbesondere der Lebensmittel-Einzelhandel beschrieben werden.

A) Der Lebensmittel-Einzelhandel im Wandel nach 1945

Lässt man die wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges Revue passieren, so wird deutlich, wie sehr der tiefgreifende gesellschaftliche Wandel seine Spuren gerade auch im Lebensmittel-Einzelhandel hinterlassen hat. Mit der Einführung der D-Mark reaktivierte sich der Klein- und Kleinsthandel auch Siedlingen.

Nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges gaben die Alliierten Besatzungsmächte ab Mai 1945 in ihren jeweiligen Sektoren neue Lebensmittelkarten aus, die entsprechend der Schwere der Arbeit in Verbrauchergruppen (Kategorien) von I bis V eingestuft wurden. Die dafür ausgegebenen Rationen an Brot, Fleisch, Fett, Zucker, Kartoffeln, Salz, Bohnenkaffee, Kaffee-Ersatz und echtem Tee wurden entsprechend den Möglichkeiten festgelegt. Durch öffentliche Aushänge wurden an den Wochenenden die für die jeweils in der nächsten Woche käuflichen Waren „aufgerufen“. Schwerkranke, die einen höheren Kalorienbedarf hatten, bekamen auf ärztliche Anweisung eine „Schwerarbeiterzulage“, die eigentlich nur körperlich schwer arbeitenden Menschen zustand. In den Jahren 1948 und 1949 wurden die Mengen schrittweise erhöht.

The image shows a ration card (Lebensmittelkarte) for a young person (Jgd) in the US and British occupation zones of Germany. The card is divided into sections for different food items: Bread (Brot), Meat (Fleisch), Fat (Fett), Sugar (Zucker), and Dairy (Käse). Each section has a grid of points (dots) and numbers indicating the quantity and category. The card is for a young person (Jgd) and is valid from 3.2.1947 to 2.3.1947. It includes the name 'Milk, Marlotte' and 'F. Ebert'.

Man erhielt rationierte Lebensmittel in den Geschäften und Gaststätten nur, wenn man die entsprechenden Lebensmittelkartenabschnitte, die Marken, abgeben konnte (und zusätzlich natürlich die vom Händler geforderte Summe bezahlte). Die Marken waren nach einzelnen Lebensmitteln aufgeteilt; beispielsweise konnte man mit Brotmarken nur Brot erwerben, aber mit Fleischmarken auch Fisch. Oft wurde mit Lebensmittelmarken daher auf dem Schwarzmarkt Tauschhandel betrieben. Gaststätten gaben auf der Speisekarte an, wie viele Marken welcher Art für das jeweilige Gericht vom Gast abzugeben waren.

In der Bundesrepublik Deutschland wurden die Lebensmittelkarten im Jahr 1950 abgeschafft. Dies geschah in zwei Etappen. Am 22. Januar wurde die Aufhebung der

Rationierungen mit Ausnahme von Zucker mit Wirkung zum 1. März bekannt gegeben. Am 31. März beschloss das Bundeskabinett unter Konrad Adenauer die Aufhebung aller noch verbliebenen Einschränkungen zum 1. Mai 1950. Damit entfielen im Bundesgebiet die Lebensmittelkarten und -marken. In Berlin wurde eine Zeit lang noch Milch auf Karten ausgegeben und für Kranke gab es Krankenzulagekarten.

Wildt zitiert in seinem Buch den „Speiseplan einer klugen Hausfrau“ im Jahr 1950:

Mo: Blumenkohlsuppe mit Sternchennudeln, Buchenweizengrütze mit Fruchtsaft

Di: Gefüllter Wirsing mit Salzkartoffeln, Kirschsuppe mit Milchgrieß

Mi: Pilzfrikadellen mit Béchamelkartoffeln, grüner Salat

Do: Große Bohnen und Wurzeln, gewürfelter Schinkenspeck und Kartoffelmus

Fr: Gedünstete Makrelen in Kapernsoße, Salzkartoffeln, gezuckerte Beerenfrüchte

Sa: Saure Sülze mit Kartoffelschnee, Rote Grütze mit Milch

So: Brühe in Tassen, Nieren- und Herzragout mit Reisrand, allerlei Gemüse, Aprikosenspeise

Bereits im Sommer 1951 schlug „Die kluge Hausfrau“ für Ostern vor:

1. Feiertag: Schwarzwurzelsuppe, Huhn auf französische Art mit Risipisi, Apfelpastete

2. Feiertag: Hühnercremesuppe, Lammrücken mit Kartoffeln und Bohnensalat, Mondamin-Vanillepudding.

In den 50er-Jahren lockerte sich die in fast allen Bereichen herrschende Zwangsbevirtschaftung und wurde gegen ein System von staatlich verordneten Festpreisen ganz aufgegeben. In Stadt und Land entwickelten sich aus erhalten gebliebenen Vorkriegs-Strukturen und bescheidenen Neuanfängen kleinteilige Versorgungseinheiten für die Bevölkerung: Bäckereien und Metzgereien vor Ort, kleine Lebensmittelgeschäfte mit schmalen Sortiment - sogenannte ‚Tante-Emma-Läden‘ - und die heute kaum mehr als Sprachbegriff geläufigen ‚Kolonialwarengeschäfte‘ (ehemalige Läden mit Kolonialwaren wie Schokolade, Kaffee usw.) mit Waren des täglichen Bedarfs.



(So oder so ähnlich haben die „Tante-Emma-Läden“ wohl ausgesehen. Das Bild stammt nicht aus Sindlingen. Etlliche Kleinstgeschäfte hatten nur Zimmergröße, d.h. ca. 20 qm, in denen das Warensortiment, die Theke und der Aufenthaltsraum für Kunden untergebracht waren. Selbst der Supermarkt „Schade & Füllgrabe“ an der Ecke Okrifteiler Straße/Allesinastraße umfasste nur die Räumlichkeiten, die heute das Haarstudio „Venera“ nutzt.)

Ferner gab es kleine Geschäfte für Textil- und Kurzwaren, Hausrats- und Haushaltswaren, Milch- und Molkereiprodukte, Obst und Gemüse, Sämereien und Feinkost, Getränke und vereinzelt auch für Fisch. Es gab früher viel mehr Gewerbe, an jeder Ecke ein Lebensmittelgeschäft. Vor allem auch deswegen, weil die wichtigsten Läden für jeden auch zu Fuß erreichbar sein mussten. Die Fische waren noch im Holzfass, Mehl und Zucker in der Schublade und die Bonbons in großen Gläsern abgefüllt. Die Kundenwünsche wurden einzeln abgefragt, abgewogen oder abgezählt. Zwischendurch wurden die Neuigkeiten ausgetauscht, da es noch kein Internet, soziale Netzwerke, Handies und SMS gab. Heute hingegen konzentriert sich der Handel eher auf vereinzelte große Supermarktketten. Werbung für ein Geschäft war damals eigentlich auch nicht nötig, denn: "Jeder in Sindlingen wusste, wo er einkaufen konnte." Das verraten z.T. schon die Namen: z.B. „Butter-Einig“ in der Bahnstraße.

Wie groß war das Warensortiment zu jener Zeit?

Darüber lässt sich nicht mehr viel aussagen. Tante-Emma-Läden, die in den letzten Jahren in Dörfern wiederbelebt wurden, führen im Schnitt rund 4000 Artikel auf ca. 75 Quadratmetern Ladenfläche, neben Lebensmitteln auch Drogerieartikel, Haushalts- und Schreibwaren und einige Bücher. Bedenkt man die Zimmergröße der Kleinstgeschäfte im Sindlingen der 50er-Jahre, so kann man geschätzt von ca. 500 bis 700 Sortimentsartikeln ausgehen. (Selbst SB-Läden hatten 1958 im Schnitt nur ca. 1100 Artikel in ihrem Sortiment, 1965 dann schon über 1800!) Für diverse „Fachprodukte“ waren ja auch Spezialgeschäfte (z.B. Milchgeschäfte, Tabakwaren, Zeitschriften usw.) fußläufig zu erreichen.

Grundsätzlich war der Tante-Emma-Laden gleichbedeutend für den Laden mit einer Vielfalt von Produkten für den Tagesbedarf. Der Tante-Emma-Laden ist Sinnbild für eine große Kasse, einen Verkaufstresen, ein Regal mit vielen geheimnisvollen Schubladen und eine freundliche Bedienung, die häufig mit den Worten „Darf’s ein bisschen mehr sein?“ den Kaufprozess belebte.

Der oder die Verkäufer(in) war die Seele des Ladens. Mila Schrader beschreibt in ihrem Buch „Tante-Emma-Laden: Kindertraum und Alltagsleben“ Szenen im Laden, die durch zahlreiche Gespräche mit älteren Sindlingern in der Regel bestätigt werden. „Zu Zeiten der individuellen Bedienung war Akkuratesse der Bekleidung wichtig. Der weiße Kittel oder die weiße gestärkte Latzschürze mit Rüschen war Symbol bürgerlicher Häuslichkeit und Dienstbarkeit. Ein Hemd mit Binder signalisierte den Kunden Reinlichkeit und Vornehmheit.



(Registrierkasse um 1960)

... Gegenüber der weißen Latzschürze fand die Kittelschürze erst später Eingang in die Kleidungsrituale. ... Die offiziellen Ladenschlusszeiten galten nie für Tante Emma. Sie war immer erreichbar, auch an Sonn- und Feiertagen, denn sie wohnte neben ihrem Laden und war dadurch immer dienstbereit. Urlaub war für die Inhaber von Gemischtwarenläden in der Regel ein Fremdwort.“ (ebd. S.45)

In der Erinnerung zahlreicher Sindlinger bleibt das Bimmeln der Türglocke beim Betreten des Ladens. Das war das Zeichen für den Ladenbesitzer, aus den privaten Nebenräumen hinter der Theke herauszukommen. Wichtige Rituale waren der Einkaufszettel, den Kinder oder ältere Leute auch über den Tresen reichten, das Bedienen, das Abpacken der Ware und das Kassieren. Spontan- und Impulskäufe, die heute durch die Anordnung der Warenstruktur innerhalb des Ladens gesteuert werden, waren damals noch selten.

Neben der Kasse war die Waage das Kernstück der Einrichtung, denn die Mehrzahl der Ware war noch lose und unverpackt. Häufig zu finden war die Brücken- oder Tafelwaage, die meist als Tischwaage mit einer Höchstlast von 15 oder 20 kg ausgestattet war. Hier dienten geeichte Gewichte auf der einen Waagschale, um das Gewicht von Äpfeln oder Mehl auf der anderen Waagschale zu bestimmen.



„Der tägliche Einkauf für den kurzfristigen Bedarf bestand aus Brot und Brötchen, Frischware wie Eier und Butter, aber auch aus den Kochzutaten für die Mittagsmahlzeit und das Backen, wie Zucker und Mehl und die wichtigsten Gewürze. Die Verpackungen waren noch einfach, die Spitztüte oder auch das Zeitungspapier für die Salzheringe; der Rest der losen Ware wurde in mitgebrachten Behältern abgefüllt, Sauerkraut in Schüsseln, Petroleum für die Beleuchtung sowie Essig und Öl in Flaschen. Wer viel oder häufig einkaufte, erhielt vom Ladeninhaber eine Tüte Bonbons gratis.“ (ebd. S 46f.)

Man konnte dort auch “auf Pump” einkaufen, auf Anschreibebücher, oft als Oktavheft geführt. Natürlich durfte auch der Schwatz unter Kunden bzw. mit dem Ladeninhaber nicht fehlen. Das war „ein probates Mittel, der eigenen Isolation zwischen Kinderwickeln, Staubsaugen und Mittagessenkochen zu entfliehen“. (ebd. S. 49)

Seit den 50er-Jahren hielten elektrische Kühlschränke und Kühlregale mit sichtbarer Auslage sowie eine repräsentative Kühltheke für Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Salate Einzug in die Läden.

Die Lebensmittelgeschäfte der 50er-Jahre in Sindlingen

Da Kühlschränke in Privathaushalten noch selten vorhanden waren, war der tägliche Einkauf zu Fuß nur bei einer dichten Verteilung der Läden möglich. Die englische Zeitschrift „Housekeeping monthly“ zeichnete 1955 das „Idealbild“ der Frau:

„Halten Sie das Abendessen bereit. Planen Sie vorausschauend, evtl. schon am Vorabend, damit die köstliche Mahlzeit rechtzeitig fertig ist, wenn er nach Hause kommt. So zeigen Sie ihm, dass Sie an ihn gedacht haben und dass Ihnen seine Bedürfnisse am Herzen liegen. Die meisten Männer sind hungrig, wenn sie heimkommen und die Aussicht auf eine warme Mahlzeit (besonders auf seine Leibspeise) gehört zu einem herzlichen Empfang, so wie man ihn braucht.“

Übersicht über den Lebensmittelhandel in Sindlingen 1955

Nr.	Inhaber/Pächter	Straße	Hauptsegment
1	Richmann, Hans	Allesinastraße 5a	Getränkhandel
3	Gottschalk, Katharina	Allesinastraße 17	Lebensmittel
4	Konsum	Allesinastraße 30	Lebensmittel
5	Schade & Füllgrabe	Allesinastraße 32	Lebensmittel
6	Butschan, Emilie u. Ignaz	Alt Sindlingen 4	Lebensmittel
7	Pickel, Franz	Alt Sindlingen 15	Milchprodukte
8	Désor, Ruth	Am Lachgraben 17	Feinkostwaren
9	Hoevel, Anna	Am Lachgraben 29	Lebensmittel
10	Schick, Rudolf	Farbenstraße 56	Lebensmittel
11	Weißberger, Josef	Farbenstraße 76	Lebensmittel
12	Kulms, Karoline	Horles 12	Obsthandel
13	Krause, Ernst	Lehmkaufstr. 24	Lebensmittel
14	Burkhardt, Georg	Okrifteler Str. 12	Lebensmittel
15	Gräf, Ludwig	Okrifteler Str. 41	Obst, Gemüse
16	Schreiber, Konrad	Pfingstbornstr. 31	Obst, Gemüse
17	Regenbogen, Heinrich	Ranzengasse 4	Süßwaren-Großhandel
18	Wörsdorf, Luise	Ranzengasse 5	Süßwaren, Getränke
19	Baum, Else	Schreinerstr. 3	Lebensmittel
20	Müller, Karl	Schreinerstr. 10	Getränke
21	Budera, Else	Schreinerstr. 11	Getränke, Tabak
22	Reifschneider, Erich	Sindlinger Bahnstr. 1	Tabakwaren
23	Westenberger, Adolf	Sindlinger Bahnstr. 3	Tabakwaren
24	Glatt, Anton	Sindlinger Bahnstr. 7	Lebensmittel
25	Kremer, Leonhard	Sindlinger Bahnstr. 20	Lebensmittel
26	Neuser, Elisabeth	Sindlinger Bahnstr. 47	Tabakwaren
27	Keiper, Josef	Sindlinger Bahnstr. 57	Lebensmittel
28	Welz, Emma	Sindlinger Bahnstr. 62	Lebensmittel
29	Flettner, Andreas	Sindlinger Bahnstr. 64	Milchprodukte

Gerade dieser Textauszug verdeutlicht auch, dass dieses Einkaufssystem (täglich, frische Produkte, nur wenige Möglichkeiten des Frischhaltens) auch eine klassische Rollenverteilung voraussetzt: Das Einkaufen und die Zubereitung der Mahlzeiten oblag – ausschließlich - der Hausfrau.

„Neben dem Einkauf der Lebensmittel gehörte auch die richtige Auswahl und Zusammensetzung sowie die Zubereitung der Speisen und Gerichte für die Mahlzeit zur

täglichen Hausarbeit. Die tägliche Mahlzeitengestaltung stellte immer höhere Anforderungen an die Hausfrau, ohne dass zunächst Modernisierung und technische Weiterentwicklung der Küchenausstattung sowie des Küchengeräts zu einer Verminderung der hausfraulichen Arbeitsbelastung führten. Arbeitserleichternde und -sparende Haushaltsgeräte waren zwar bereits entwickelt, jedoch für die überwiegende Mehrzahl der Haushalte unerschwinglich.“ (aus „Housekeeping monthly, 1955, nach: K.Schlegel-Matthies, „Essen und Trinken im Wandel“, 2002)

Die vorherige Übersicht muss noch durch die Geschäfte ergänzt werden, die die **Lebensmittel selbst herstellten**, sog. „**Lebensmittelhandwerker**“:

Übersicht über Lebensmittelhandwerker in Sindlingen 1955

Nr.	Inhaber/Pächter	Straße	Sparte
1	Westenberger	Allesinastraße 9	Bäckerei
2	Fischer, Josef	Farbenstraße 39	Metzgerei
3	Werner, Georg	Farbenstraße 60	Obstbaubetrieb
4	Karell, Josef	Herbert-von-Meister-Str. 10	Bäckerei
5	Schäfer, Josef	Huthmacherstraße 5	Bäckerei
6	Christian, Karl	Huthmacherstr. 10	Bäckerei
7	Fischer, Emil	Huthmacherstr. 16	Metzgerei
8	Seidelberger, Wilhelm	Huthmacherstr. 30	Metzgerei
9	Buch, August u. Josef	Okrifteler Straße 8	Bäckerei
10	Thome, Chlothilde	Okrifteler Straße 38	Mineralwasser
11	Schlecker, Wilhelm	Pfingstbornstr. 39	Metzgerei
12	Frank, Theodor	Sindlinger Bahnstr. 15	Metzgerei
13	Spengler, Josef	Sindlinger Bahnstr. 29	Bäckerei
14	Ilg, Gerhard	Sindlinger Bahnstr. 63	Bäckerei
15	Müller, Gerhard	Sindlinger Bahnstr. 77	Metzgerei
16	Friedel, Josef	Weinbergstr. 2	Metzgerei

Die Übersicht verrät, dass im Jahr 1955 insg. 29 Geschäfte des „täglichen Bedarfs“ die Sindlinger Bevölkerung mit den lebensnotwendigen Gütern versorgten, dazu noch 14 Bäcker bzw. Metzger.

Die damalige Geschäftsstruktur entsprach auch weitgehend dem Rollenverständnis der 50er-Jahre: Die Frauen – meist ohne Autoführerschein – waren auf die Nahrungsmittelzubereitung und auf die Kindererziehung fixiert. Da mussten die Nahversorgungsgeschäfte fußläufig erreichbar sein.



Strukturwandel

In den 50er-Jahren änderte sich auch das Verbraucherverhalten im Sektor Nahrungsmittel:

Verbrauch von Nahrungsmitteln in g je Monat für einen 4-Personen-Arbeitnehmerhaushalt
(Bundesstatistik)

Nahrungsmittel	1937	1950	1955	1960
Roggen-, Schwarzbrot	29.730	23.240	20.180	16.934
Weißbrot	2.982	4.924	4.904	4.650
Nudeln	732	1.395	1.010	948
Kartoffeln	46.491	41.700	37.770	29.550
Frisches Gemüse	11.189	10.035	11.190	11.405
Gemüsekonserven	k.A.	1.046	1.495	1.750
Frisches Obst (ohne Südfrüchte)	6.216	9.550	9.060	12.712
Frische Südfrüchte	314	1.022	3.253	5.146
Kunsthonig	k.A.	190	82	50
Honig	192	66 (nur Bienenhonig)	185 (nur Bienenhonig)	202 (nur Bienenhonig)
Zucker	4.273	5.555	5.084	5.426
Schokolade	307	181	327	549
andere Süßigkeiten	k.A.	314	397	543
frische Vollmilch (Liter)	35,7	36,02	32,87	28,00
Käse	1.108	984	1.146	1.264
Butter	1.352	1.357	1.272	1.851
Rindfleisch	2.026	1.245	1.256	1.309
Schweinefleisch	2.259	1.101	1.353	1.465
Geflügel	k.A.	120	233	660
Schinken, Wurst	4.012	2.491	4.320	4.848
Kaffee-Ersatz	k.A.	372	297	179
Bohnenkaffee	268	91	310	517
Tee	17	16	23	30
Bier (Liter)	k.A.	1,66	4,47	7,99

k.A. = keine Angaben

(aus: Wildt, S. 180 f.)

Frisches Obst und Südfrüchte, Schokolade, Butter, Geflügel, Schinken und Wurst wiesen die höchsten Steigerungsraten auf, aber auch Bohnenkaffee und Gemüsekonserven fanden wachsenden Zuspruch. Außerdem steigerte sich die Markenvielfalt erheblich: egal ob Süßigkeiten oder Reinigungsmittel. Darauf mussten auch die Lebensmittelhändler reagieren:

In den 1960-er und 1970-er Jahren standen somit viele Geschäfte des Lebensmittel-Einzelhandels vor der Alternative: entweder vergrößern und modernisieren oder aufgeben. Denn angesichts des 1957 zunächst im Großhandel (Wertkauf-, Allkauf- und Ratio-Großmärkte) eingeführten Discount-Prinzips mit Selbstbedienung, Selbstabholung und Barzahlung, seiner Übertragung auf den Lebensmittel-Einzelhandel ab 1962 durch die Brüder Karl und Theo Albrecht in Essen und seiner raschen Ausbreitung in den Folgejahren auch durch etliche Mitbewerber zunächst in den Großstädten, dann bis in die Zentren der Kleinstädte hinein, waren Zwerggeschäfte nicht mehr wettbewerbs- bzw. überlebensfähig. Was anfänglich als exotische und vorübergehende Erscheinung angesehen wurde, entwickelte sich rasch zum Erfolgsmodell: enger, schlauchartiger ALDI-Laden - „nur etwa 300 Artikel im Sortiment, bescheidene Ladenausstattung, Dauerniedrigpreise“ - diese Merkmale erfüllte ALDI damals. Heute haben die Discounter im Durchschnitt ca. 2000 Artikel in ihrem Sortiment.

Diese inhabergeführten, häufig als „Zimmergeschäfte“ geführten Einkaufsstätten konnten dem Wandel im Einzelhandel nicht mehr folgen. Deutlich wird dies an der Chronologie. blieb die Zahl zwischen 1930 und 1950 noch einigermaßen gleich, reduzierte sich die Zahl der Anbieter im Zeitraum von 1950 bis 1970 ca. um die Hälfte. Genau diese Jahre sind die Zeiten des radikalen Umbruchs, von dem oben gesprochen wurde, gefördert durch den starken Anstieg in der Automobilversorgung und damit in der Mobilität der Bevölkerung (1970: 14,1 Mill. zugelassene PKWs gegen 0,7 Mill. im Jahr 1950!). In Frankfurt gab es 1950 weniger als 30 000 PKWs, heute ca. 350 000!. Hinzu kommt gerade für unseren Stadtteil die Abwanderung größerer Bevölkerungsteile in „attraktivere“ Nachbargemeinden (Hattersheim, Kriftel, Hofheim). Der bisher übliche tägliche Einkauf frischer Produkte wurde durch die technische Entwicklung in den Haushalten überflüssig gemacht. Kühlschränke ermöglichten die Reduzierung des Einkaufs von alltäglichen Gütern auf größere Zeiträume, eventuell gar nur einmal in der Woche. Allerdings waren die Geräte in den 50er-Jahren noch sehr teuer und damit noch durchaus ein luxuriöses Kulturgut. Ein größeres Gerät entsprach ungefähr dem dreifachen Monatsgehalt eines Arbeiters. „Mit dem Kühlschrank als Massenware konnte nun auch leicht verderbliches Geflügel oder Hackfleisch aufbewahrt werden, es reichte, zweimal die Woche einkaufen zu gehen. Dieses veränderte Einkaufsverhalten ließ auch die Ladenbesitzer umdenken, nun gab es Vollsortimenter und Sonderangebote. Ebenso erweiterte der Kühlschrank den Speiseplan: Kalte Platten, Buttercreme, Sahnetorten, Würstchen, exotisches Obst, Eier und Mayonnaise wurden in den 1960er Jahre immer beliebter.“ (Wohnen und Leben/Wohntrends)

Die Gestaltung der Nachkriegskühlschränke war durch das damals sehr angesagte stromlinienförmige Design geprägt. Die Solitäre standen dabei meist auf Beinen, sahen sehr dickwändig und gewölbt aus und hatten runde Ecken. Ein überaus stabiler, demonstrativer Öffnungsgriff aus Chrom erinnerte an die Türöffner der US-amerikanischen Straßenkreuzer. Die Frontfarbe dieser kompakten Kühlmaschinen war weiß, was besonders für Sauberkeit und Hygiene stand. Damals war es undenkbar, dass ein solches Küchenmöbel eingebaut wurde oder gar in einer anderen Farbgebung auf den Markt gekommen wäre. Man wollte den aufkommenden Wohlstand mit und durch den Kühlschrank sichtbar repräsentieren. Erst als der Kühlschrank in den 1970er Jahren zur Standardausstattung wurde, wurde er auch eingebaut und verschwand optisch.



Ab Mitte der 50er Jahre stieg auch die private Kaufkraft an, während die Lebenshaltungskosten stagnierten: Also blieb mehr Geld übrig für den Konsum. Die Deutschen gerieten in einen wahren Kaufrausch: Möbel, Autos, Reisen, Elektrogeräte. Erhards

Konzept vom "Wohlstand für alle" schien aufzugehen. Die Massenfertigung von Konsumgütern verbilligte in den folgenden Jahren die Preise für ehemals unerschwingliche Dinge wie Radios, Fernseher, Waschmaschinen oder eben auch Kühlschränke. Die Bundesregierung unterstützte den Traum vom "Häuschen im Grünen" mit zinsgünstigen Baukrediten. An dem wachsenden Wohlstand hatten alle Anteil: auch die Arbeiter und - nach einer Rentenreform 1957 - die Alten. Soziale Sicherheit, Vollbeschäftigung - in den 50er Jahren bildeten sich die Maßstäbe für eine Lebensqualität, die heute als selbstverständlich gilt.

Zwei Ausprägungen der Lust am Konsum waren die "Fresswelle" und die neue "Reiselust". Ging es nach dem Krieg vor allem darum satt zu werden, futterten sich in den 50er-Jahren viele Deutsche "Wohlstandsbäuche" an. Gute Butter, echter Bohnenkaffee - üppiges Essen war gefragt. Und nach und nach änderten sich auch die Essgewohnheiten: Das helle Weizenmehl, vormals dem Kuchen vorbehalten, wurde mehr und mehr für Brot verbacken - die Amerikaner hatten es mit ihrem Toastbrot vorge-macht. Konserven und Tiefkühlkost lösten allmählich das frische Gemüse aus dem eigenen Garten ab.

Dem wachsenden Konsumbedürfnis standen aber Beschränkungen in den Einkaufsmöglichkeiten gegenüber. Die **Ladenöffnungszeiten** waren gesetzlich festgelegt. So regelte das Gesetz vom 28.11.1956 die allgemeinen Ladenöffnungszeiten montags von 10.00 – 18.30 Uhr, dienstags bis freitags von 7.00 – 18.30 Uhr und samstags von 7.00 – 16.00 Uhr. Damit konnten die Geschäfte 63,5 Stunden pro Woche geöffnet haben. Bereits ein Jahr später fiel die Montags-ausnahme einerseits, die Öffnungszeiten an Samstagen reduzierten sich auf den Zeitraum 7.00 – 14.00 Uhr, sodass insg. 64,5 Stunden geöffnet sein konnte.

Im Jahr 1989 wurde dann der lange Donnerstag (bis 20.30 Uhr) eingeführt, um dann 1996 einen deutlichen Sprung auf max. 80 Stunden Einkaufsmöglichkeiten zu vollziehen: Montags bis freitags 6.00 bis 20.00 Uhr; samstags von 6.00 bis 16.00 Uhr. Seit 2006 ist die Regelung der Ladenöffnungszeiten Ländersache: Für Hessen gilt, dass die Geschäfte von Montag bis Samstag rund um die Uhr geöffnet sein können!

Diese Liberalisierung stellte die inhabergeführten Einzelhändler vor Ort vor organisatorische Probleme, da die neuen Verbrauchermärkte durch entsprechende Umstrukturierungen auf die neuen Möglichkeiten reagieren konnten, während viele inhabergeführte Einzelhändler an ihre Grenzen stießen: Wie konnten sie die neuen Möglichkeiten nutzen, ohne ihre Lebenszeit fast ausschließlich dem Geschäft zu opfern? Meist hatten man von montags bis freitags den Laden von 8 bis 13 Uhr, dann nochmals von 15 bis 18.30 Uhr geöffnet. Danach standen Reinigungs- und Aufräumarbeiten an, sodass meist der „Feierabend“ erst gegen 20 Uhr begann. Das schreckte mögliche Nachfolger im Betrieb eher ab.

Andererseits brachten Neubaugebiete in Sindlingen (z.B: Steinmetz-Straße; Hermann-Brill-Siedlung in den frühen 60er-Jahren) neue Käuferschichten in den Stadtteil. Das mag den Niedergang bzw. den Rückgang der o.g. Lebensmittelgeschäfte noch etwas verzögert haben, dennoch konnte es offensichtlich den allgemeinen Trend nicht stoppen.

„Mit dem gesetzlichen Verbot der Preisbindung ab 1974 und dem Siegeszug der Discounter war der Niedergang der Tante-Emma-Laden-Verkaufskultur endgültig besiegelt.“

Preisgebunden blieben in der Bundesrepublik Deutschland lediglich Verlags-erzeugnisse (Bücher, e-Books, Noten, Landkarten, Zeitschriften und Zeitungen), Tabakwaren, Taxibeförderungstarife, Mieten im sozialen Wohnungsbau und rezeptpflichtige Arzneimittel.

Zukunftsweisend aber blieben die grundsätzlichen Weichenstellungen hin zum Prinzip der Selbstbedienung mit Verkaufstheken in den Fachabteilungen sowie die Einführung von Tiefkühlkost: Was mit der Anschaffung einer einfachen Tiefkühltruhe begonnen hatte, die zunächst nur Spinat- und Fischplatten enthielt, entwickelte sich schließlich zu einem bedeutenden Warenssegment für das ganze Geschäft. Beim Kaffee hielten sich trotz rückläufiger Tendenz die Zichorien- und Ersatzprodukte wie Lindes, Caro oder Kathreiner auch weiterhin im Bestand, während bei den immer stärker nachgefragten Bohnenkaffees die anfängliche Vielfalt der Festlegung auf eine Marke wich, was in Sindlingen durch Verträge z.B. für Tchibo-Kaffee (Rüdiger Kaus) und Eduscho-Kaffee (Reifschneider) geregelt wurde.

Auch hinsichtlich der Ladentechnik liegen Welten zwischen den Anfängen von 1952 und dem heutigen Zustand von 2016: Wurden in den 1950-er Jahren Umsätze und Warenwert noch handschriftlich in Kladden erfasst, so sind heute Warenwirtschaft, Bestellwesen, Bestandsverwaltung und Lagerhaltung bzw. -umschlag ohne Online-EDV völlig undenkbar. Auch bei den Kassen verlief die Entwicklung von der einfachen Schublade, über die Handkasse und die verschiedenen Generationen elektrischer bzw. elektronischer Kassen bis hin zu den inzwischen als Standard geltenden Scannerkassen.

Diese Beobachtungen aus den 50er-Jahren sollen nun in eine Langzeitbeobachtung eingebettet werden.

Wo waren die Lebensmittelgeschäfte einst zu finden?

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 1990

Straße	Lebensmittel/Gemüse/Getränke/Obst/Tabak					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße	2	3	4	3	1	
Alt Sindlingen	2	2	2	1		
Am Lachgraben	1	1	2			
Farbenstraße	1	3	3	3	2	1
Feierabendweg			1	1	1	
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.						
Horles			1			
Huthmacherstraße						
Krümmling		1				
Küferstraße						
Lehmkastr.	1	1	1			
Okrifteler Str.	2	4	3	2	1	
Pfingstbornstr.			1			
Ranzengasse		1	1			
Schreinerstraße	1	2	1	2		
Sindl. Bahnstr.	2	8	8	5	5	4
Weinbergstr.		1	1	1		
Westenbergerstr.				1		
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	12	28	30	17	10	5

Die o.g. Tabelle zeigt sehr deutlich die Entwicklung im **Lebensmittelbereich**. In Bezug auf die Anzahl der Geschäfte lag eindeutig der Höchststand in den Jahren 1925 bis 1965. In diesem Zeitraum boten den Einwohnern ca. 30 Geschäfte Lebensmittel des alltäglichen Bedarfs an. Dazu gehörten Nahrungsmittel, Getränke, Körperpflegeartikel, Haushaltsreiniger, also Waren, die die primären Bedürfnisse (Essen, Trinken, Hygiene) abdeckten. Im weiteren Sinne könnten auch Zeitungen und Zeitschriften, Tiernahrung, Papier- und Schreibwaren, Pflanzen, Fotoverbrauchsmaterial, elektrotechnische Ersatzteile sowie Textilien dazugezählt werden. Während die o.g. Geschäfte weitestgehend „Lebensmittelverteiler“ waren, kamen die „Lebensmittelhandwerker“ dazu, die aber i.d.R. für die Nahversorgung allein nicht ausreichten.

Auffallend ist dabei, dass diese Läden quer über den Stadtteil verteilt waren, lediglich die neu entstandene Hermann-Brill-Straße und die Steinmetzstraße wiesen – trotz des beachtlichen Bevölkerungsanteils – keinen Nahversorger in der Straße direkt auf. Die Bewohner mussten in den angrenzenden „alten“ Straßen ihre Einkäufe tätigen. Wohl auch aufgrund ihrer Länge lag der Schwerpunkt in der Bahnstraße, die man sicherlich als Hauptverbindungsstraße a) nach Höchst und b) zum Bahnhof sehen kann.

Erstaunlich, dass es in der „alten“ Hauptstraße, der Huthmacherstraße, keinen einzigen Lebensmittelladen gab; dort dominierten zunächst noch die alten Bauernhöfe, bevor spezialisierte Fachbetriebe ihre Dienstleistungen anboten.

Welche Entwicklung nahmen die Lebensmittelhandwerker?

Unter dieser Kategorie möchte ich insbesondere **Bäckereien und Fleischereien** einordnen.



Die Zahlen sind zunächst eindeutig:

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Bäckereien/Metzgereien					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße		1 (B)	1 (B)	1 (B)		
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben						
Farbenstraße		1 (M)				
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.		1 (B)				
Horles						
Huthmacherstraße	2 (B) 1 (M)	2 (B) 1 (M)	2 (B) 2 (M)	2 (B) 2 (M)	2 (B) 1 (M)	0
Krümmling						
Küferstraße						
Lehmkauststr.						
Okrifteler Str.	1 (B) 1 (M)	1 (B) 1 (M)	1 (B) 1 (M)	1 (M)	1 (B)	1 (B)
Pfingstbornstr.	1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)	
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.	1 (B) 1 (M)	2 (B) 2 (M)	2 (B) 2 (M)	2 (B) 2 (M)	2 (B) 1 (M)	2 (B)
Weinbergstr.	1 (M)	1 (M)	1 (M)			
Westenbergerstr.			1 (M)			
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	4 (B) 5 (M)	7 (B) 7 (M)	7 (B) 9 (M)	6 (B) 7 (M)	6 (B) 4 (M)	3 (B) 1 (M)

1955 boten in Sindlingen 9 Metzger ihre Dienste an; diese Zahl fiel auf eine Metzgerei (als Filialbetrieb) in den 90er-Jahren, die inzwischen aber ebenfalls ihren Betrieb eingestellt hat. **Sindlingen verfügt also derzeit über kein Fleischerei-Fachgeschäft mehr.**

Diese Übersicht verdeutlicht die bereits erwähnte Tendenz, allerdings mit einigen Unterschieden. Auch hier lag die „Blütezeit“ der Lebensmittelhandwerker in den Jahren

1925 bis 1975, sie konnten sich aber im Vergleich mit den Lebensmittelgeschäften noch etwas länger auf dem Markt behaupten. Erst in den letzten 25 Jahren des 20. Jahrhunderts setzte der drastische Rückgang insbesondere der Metzgereien ein, auch der letzte Betrieb ist mittlerweile verschwunden. Länger konnten sich nur die Bäckereien halten, immerhin 4 Geschäfte im letzten Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts. Im Jahr 2016 bieten noch 2 Bäckereien (1 inhabergeführter Betrieb, 1 Filiale einer Großbäckerei) ihre Produkte der Bevölkerung an. Sie liegen an den Hauptverkehrsadern (Bahnstraße und Farbenstraße, also „am „Dalles““).

Die Süddeutsche Zeitung berichtete am 14. August 2012 über die Situation der Fleischereien insgesamt:

„Allein in den vergangenen zehn Jahren schrumpfte die Zahl der Fleischerfachgeschäfte um 14 Prozent, berichtet der Deutsche Fleischerverband. 15.500 solcher Geschäfte gibt es noch in Deutschland, und die Chancen, dass sich diese Entwicklung noch umkehren wird, stehen nicht besonders gut. Denn da ist zum einen die Konkurrenz: Viele Supermärkte weiten ihr Angebot stetig aus, immer mehr bieten der urbanen Klientel auch zertifiziertes Bio-Fleisch an - damit kann bei weitem nicht jeder Metzger dienen. Das wirkt sich auf die Ertragslage der Fleischer aus: Die Mehrheit der deutschen Metzgerbetriebe erwirtschaftete höchstens 350.000 Euro im Jahr, heißt es beim Fleischerverband. Reich wird man damit nicht. Das sei aber nicht der Hauptgrund für die Misere: Denn auch Fleischer mit gut laufenden Betrieben hätten Probleme, Nachfolger zu finden. Es gibt kaum Nachwuchs, immer mehr Lehrstellen bleiben unbesetzt. Bundesweit gab im Juli dieses Jahres 1829 freie Ausbildungsplätze für Fleischer-Lehrlinge - das sind 17 Prozent mehr als im gleichen Monat des Vorjahres. Es ist nicht besonders weit her mit der Fleischelust der Jugend. ... War's das also, mit dem Metzger? Ein paar Jahre noch, dann wird Deutschland geschlossen nur noch im Supermarkt kaufen, bei den großen Ketten? Beim Fleischerverband versucht man sich in Zweckoptimismus. Es ist eben immer auch die Frage, mit welchen Gegnern man sich messen will. "Wir haben", sagt der Sprecher "immer noch zehnmal mehr Fleischerfachgeschäfte in Deutschland als Filialen von McDonald's." Und das ist doch immerhin auch was.“

Dabei war der Pro-Kopf-Verbrauch an Fleischwaren in den 50er-Jahren auch ständig gestiegen: von ca. 50 kg auf 80 kg pro Jahr Mitte der 70er-Jahre. Dieser Zuwachs war auch mit dem Anstieg an qualitativem Fleisch verbunden: Filets, Rumpsteaks, Schnitzel usw. standen auf den Einkaufslisten. Diesen wachsenden Ansprüchen folgten auch entsprechende Investitionen im Fleischerhandwerk: Gefriertruhen und -räume, Kochanlagen, Schnellkutter, Wurstfüllmaschinen usw. mussten angeschafft werden, um den steigenden Bedürfnissen der Kundschaft zu entsprechen. Die Ausstattung der Läden musste dem wachsenden Sortimentsangebot folgen, sprich: sie mussten vergrößert werden. „Kein anderes Handwerk bekommt den Wettbewerb so stark zu spüren wie die Fleischer“ (T.Beckermann, Das Handwerk im Wachstum der Wirtschaft, 1974, S. 66). Fleisch hat einen durchschnittlichen Umsatzanteil von 16% am Gesamtumsatz des Lebensmitteleinzelhandels und ist damit noch vor Obst und Gemüse die wichtigste Warengruppe. Da Fleisch als häufig gekaufter Artikel für viele Verbraucher ein wichtiges Kriterium bei der Einkaufsstättenwahl ist, steht diese Warengruppe traditionell im Vordergrund des Einzelhandelsmarketings (siehe die Werbezettel des Lebensmitteleinzelhandels!). Noch macht der Bedienungsverkauf bei Fleisch insg. ca. 52% des Absatzes aus, zentral produzierte Ware bietet aber erhebliche Kosten- und Hygienevorteile, sodass für die Zukunft eine Zunahme dieses SB-Segments zu erwarten ist, wobei die Verbraucher aber noch große Bedenken (Haltbarkeit, Frische, Qualität, Inhaltsstoffe) vorbringen.

Supermärkte bieten längere Öffnungszeiten, große Parkplätze vor der Tür und neben Fleischwaren noch ein breites Sortiment an anderen Produkten. Da können die kleinen Schlachterbetriebe, trotz meist besserer Qualität, nicht mithalten. Vielen fehlt zudem der Nachwuchs. "Das Fleischerhandwerk hat bei jungen Leuten im Vergleich zu anderen Ausbildungsberufen ein massives Imageproblem", betont Gero Jentzsch vom Deutschen Fleischer-Verband.

Gab es 1995 bundesweit noch rund 22.000 Fleischer-Fachgeschäfte, waren es im vergangenen Jahr nur noch knapp 15.000. "Und der Rückgang setzt sich weiter fort", prognostiziert Jentzsch. Besonders ausgedünnt ist das Angebot mittlerweile in den Großstädten. So kommen in Berlin nur noch sechs Betriebe auf 100.000 Einwohner. In Hamburg sind es sieben. Doch auch im bevölkerungsreichen Nordrhein-Westfalen sind es nur noch 18, in Niedersachsen 23. Vergleichsweise gut ist da noch die Versorgung in Bayern oder Baden-Württemberg, mit 50 beziehungsweise 37 Metzgern je 100.000 Einwohnern.

Verstärkt wurde der Verdrängungsprozess vor mehr als zehn Jahren, als auch [Aldi& Co.](#) Frischfleisch als SB-Ware in ihre Kühltheken packten. "Der klassische Metzger bekam von da an von zwei Seiten Konkurrenz - von den Supermärkten und Discountern", erläutert Christian Böttcher vom Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels. Wer sich behaupten wolle, müsse noch mehr auf Qualität setzen.

Chancen haben beispielsweise Betriebe, die Markenfleisch oder Bio anbieten. "Die Verbraucher schätzen, wenn bekannt ist, wo das Fleisch herkommt und wie die Tiere gehalten wurden", betont Martin Stock, Geschäftsführer des Fleischerverbands Berlin-Brandenburg. Dem Fleischer-Verband zufolge spielt auch die Betriebsgröße eine Rolle: Ab einem Jahresumsatz von mehr als 500.000 Euro entwickeln sich die Betriebe durchaus positiv, betont Jentzsch. Dann hätten sie ganz andere Möglichkeiten, in Werbung und Marktauftritt zu investieren

Aber nur ein Drittel aller deutschen Fleischer mit insgesamt rund 146 000 Beschäftigten schlachten derzeit noch selbst, stellt der bayerische Landesinnungsmeister Georg Schlagbauer klar. „In einer Stadt wie München finden sie gar keinen mehr“, sagt er bedauernd. Das liege auch an bürokratischen Auflagen, die Schlachtung abseits großer Schlachthöfe erschweren. Es sei zwar ein neuer Trend, dass sich Fleischer und Bauern zusammentun, um lokale Schlachthöfe zu gründen. Aber wirklich etwas ändern könne nur der Gesetzgeber. „Die Politik predigt bei Lebensmitteln immer Regionalität, entschieden wird aber dann was anderes“, kritisiert DFV-Geschäftsführer Martin Fuchs. Das bestätigt auch den bundesweiten Trend: Die drei führenden Schlachtkonzerne (Vion, Tönnies und Westfleisch) vereinigen ca. die Hälfte aller Schlachtungen auf sich.

Die ZMP (= Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle) hat die Rahmenbedingungen, die Situation und die Preispolitik der Fleischerfachgeschäfte im Wettbewerbsumfeld intensiv analysiert und folgendes festgestellt:

„Fleischerfachgeschäfte agieren in einem gesättigten Markt. Bei der langfristigen Entwicklung des Fleischverzehr der Deutschen zeigt nur Geflügel Wachstumsraten. Gerade Geflügel ist aber im Sortiment der Handwerksbetriebe nur schwach vertreten. Innerhalb der jeweiligen Teilsegmente der Fleisch- und Fleischwarenmärkte verlieren Bedienungstheken mit loser Ware an den SB-Bereich.

Den Fachgeschäften brechen Jahr für Jahr zwei bis drei Prozent ihrer Kunden weg. Die Stammkunden – das sind primär Mittelschichtfamilien ohne Kinder und Rentnerhaushalte - zeigen allerdings nach wie vor eine hohe Loyalität zu ihrem Metzger. Sie schätzen die Qualität der Ware, die Ursprünglichkeit der Rohstoffe aus der Region und

den persönlichen Kontakt. Die Kunden des Lebensmitteleinzelhandels empfinden dagegen den Einkauf hier rundum ökonomisch: Sie sparen Geld und Zeit, wenn sie Fleisch und Wurst bei ihren Einkäufen in „ihrem“ Fachgeschäft besorgen.“

Interview mit Frau Merz

Frau Merz, Sie haben über viele Jahre hinweg gemeinsam mit Ihrem Ehemann Werner eine Metzgerei in der Huthmacherstraße geführt. Was verbinden Sie spontan in der Erinnerung mit dieser Zeit?

Nach der Wiedereröffnung des Ladens im Jahre 1946 habe ich im Geschäft meiner Eltern mitgearbeitet. Danach machte ich eine Lehre als Metzgereifachverkäuferin. Ab dem Jahr 1951 stieg dann auch mein Mann hier ins Geschäft ein. Er war eigentlich gelernter Baumschulgärtner und hat dann eine Lehre zum Fleischer mit anschließender Meisterprüfung gemacht. 1963 haben wir schließlich das Geschäft von meinen Eltern übernommen. Es waren insgesamt arbeitsreiche Jahre: Mein Mann hatte die Wurstküche mit bis zu vier Gesellen unter sich, dazu kam meistens noch ein Lehrling, ich war für den Verkauf verantwortlich. Das habe ich sehr gerne gemacht. Dabei unterstützten mich eine weitere Verkäuferin, 1 Aushilfe und 1 Lehrling. Später kam unsere Tochter Waltraud dazu, die eine Lehre als Fachverkäuferin in Frankfurt gemacht hatte.

Wie haben Sie den Verkauf organisiert? Wie hoch veranschlagen Sie Ihre wöchentliche Arbeitszeit? Beschränkte sich Ihre Arbeit ausschließlich auf den Verkauf oder haben Sie auch „außer-Haus“ geliefert, z.B. Wurstplatten für Feierlichkeiten?

Morgens ging es in der Regel um sechs Uhr los. Während Werner mit der Wurstherstellung beschäftigt war,

räumte ich die Theke ein. Um 8 Uhr wurde dann der Laden geöffnet. Von 13 bis 15 Uhr war Mittagspause. Diese Zeit nutzten wir zum Auffüllen. Von 15 Uhr war dann das Geschäft bis 18.30 Uhr, freitags manchmal bis 19 Uhr geöffnet; anschließend putzte ich den Verkaufsraum. Das heißt, unsere tägliche Arbeitszeit lag bei 13 Stunden. Samstags hatten wir nur bis 14 Uhr geöffnet. Man muss dabei noch bedenken, dass nach Geschäftsschluss noch ca. 2 Stunden weggeräumt und geputzt werden musste. Das war von großer Wichtigkeit: Sauberkeit und Hygiene waren das A und O des Betriebes. Es war für mich keine Schande, den Laden selbst zu putzen. Das gehörte einfach dazu! Gelegentlich haben wir dann für Kommunion, Geburtstage usw. Aufschnitt und kalte Platten gemacht. Das entwickelte sich dann mehr und mehr zu einem fertigen Büffet weiter, d.h. nicht nur Wurst bzw.



Aufschnitt, sondern auch

Salate, was einen deutlichen Mehraufwand bedeutete. Die Salate haben wir natürlich auch selbst gemacht. Da habe ich gerne auch was ausprobiert! Als warme Beilage kamen damals Fleischkäse, Frikadellen und Hühnchenteile dazu.

Haben Sie im Verlaufe dieser Jahre Veränderungen im Kaufverhalten der Kunden bemerkt? Welche Fleisch- bzw. Wurstsorten unterlagen größeren Verkaufsschwankungen, z.B. weniger Koletlett, dafür Schweinefilet?

In den 70er-Jahren begann die Konkurrenz durch die Großmärkte. Das haben

wir zu spüren bekommen. Die Kunden haben große Mengen bei den Supermärkten gekauft, kurz vor Feierabend haben sie dann noch schnell 100g Tatar bei uns gekauft. Es wurde aber nicht nur das Fleisch, es wurde auch immer häufiger Wurst in den Supermärkten gekauft. Aufschnitt, Hackfleisch und Bratwürste holte man dann immer noch beim Metzger. Ich muss sagen, dass uns die Stammkundschaft treu blieb. Die kaufte auch für Weihnachten oder Ostern weiter bei uns ein.

Wie hoch war Ihrer Erinnerung nach das Verhältnis von Stamm- zu Laufkundschaft?

Aufgrund unserer Lage in der etwas abgelegenen Huthmacherstraße war der größte Teil unserer Kunden Stammkunden. Das war oft ganz hilfreich, wenn z.B. Männer zum Einkaufen geschickt wurden. Dann hieß das nur: „Einen Einkaufszettel brauchst du nicht, Frau Merz weiß, was wir wollen.“

Wie sah die technische Ausstattung im Verkaufsraum aus?

Die Elektrifizierung der Maschinen war der deutlichste Fortschritt: Elektrische Waagen, eine moderne Aufschnittmaschine, ein Fleischwolf, die Vergrößerung der Kühltheke, eine Klimaanlage für den gesamten Laden, eine elektrische Ladenkasse, eine Eistruhe: All das wurde im Laufe der Jahre angeschafft und eingebaut. Es



mussten immer mehr Waren gekühlt werden. Dazu haben noch meine Eltern den Laden vergrößert, indem wir die Wirtschaft „Adler“ 1956 geschlossen haben.

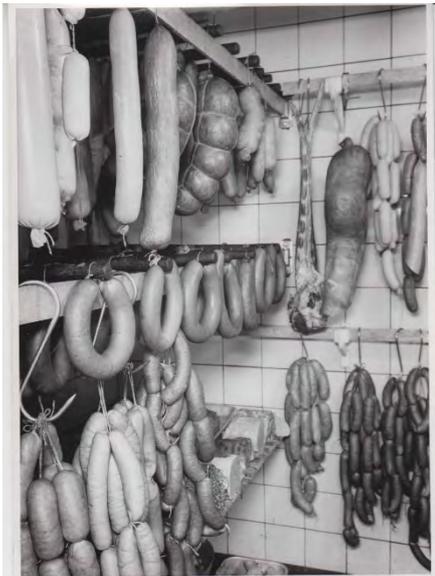


Ein Blick hinter die Kulissen: Wie verlief in dem o.g. Zeitraum der Produktionsprozess? Woher bezogen Sie die Tiere? Was war Handarbeit, wo dominierte die Technik? Welche Arbeitszeiten hatte Ihr Mann die Woche über?

In den Anfangsjahren haben wir Schweine und Rinder von Sindlinger bzw. einem Schwanheimer Bauern bezogen. Das lief so ab, dass die Bauern anriefen, wenn ein Tier schlachtreif war. Dann hat Werner das Tier geholt und in einem Anhänger nach Höchst in den Schlachthof gefahren. Auch Kälber gehörten zum Angebot. Wenn allerdings unsere Nachfrage größer war als das, was die Bauern liefern konnten, dann musste mein Mann in Frankfurt etwas dazukaufen. Dann wurden die Tiere ebenfalls von Frankfurt nach Höchst zum Schlachten gefahren. Das Ganze musste montags vor 10 Uhr geschehen. Ein großer Einschnitt war die Schließung des Höchster Schlachthofes. Dann haben wir nicht mehr selbst geschlachtet, sondern geschlachtete Schweinehälften und Rinderviertel gekauft. Die geschlachteten Teile wurden dann in unseren Kühlraum gebracht.



Wir hatten einen ziemlich großen Kühlraum. Neben dem eigentlichen Kühlraum hatten wir noch einen Gefrierraum, da die entsprechenden Truhen nicht mehr ausreichten. Insgesamt waren es drei Räume für die Lagerung: ein Raum mit Lackständern, danach der Kühlraum für Wurstsorten und anschließend – durch eine schwere Tür abgetrennt – der kälteste Raum für das Fleisch.



Außerdem konnten wir mit einem Vakuumgerät fertige Fleisch- bzw. Wurstwaren länger frisch halten.

Wo ergaben sich die größten Veränderungen in diesem Produktionsprozess?

Nach der Schließung des Höchster Schlachthauses durfte nur noch in Frankfurt geschlachtet werden.

(Anm.: 1988 wurde in Frankfurt ein neuer Schlachthof eingeweiht, der aber bereits 1993 wieder geschlossen wurde. Der Frankfurter Fleischmarkt siedelte 1996 von Sachsenhausen in einen Neubau nach Fechenheim um. Dort befindet sich nun das „Fleisch-versorgungszentrum Rhein-Main“, allerdings ohne Schlachthof. D.F.)



(Hauptgebäude des Höchster Schlachthofes)

Nur noch den Einkauf haben wir eigenständig durchgeführt. Um den Transport vom Hoftor zum Kühlhaus zu erleichtern hat Werner noch eine Rollbahn im Hof einbauen lassen. Dann ging der eigentliche Herstellungsprozess mit dem Ausbeinen los. Das war noch ausschließlich Handarbeit. Füll- und Mengmaschine, ehemals auch nur per Hand zu drehen, wurden dann aber elektrisch betrieben.



Das ersetzte auch Personal, zumal mancher Geselle gerade in den 60er-Jahren nicht mehr unseren Erwartungen entsprach.

Welche Waren boten Sie neben dem „Kerngeschäft“ noch an? Woher bezogen Sie diese Produkte? (Großhandel/Lieferanten)

Wir haben z.B. Nudeln und verschiedene Konserven geführt, Sachen eben, die man längere Zeit aufbewahren konnte. Dazu kam noch Speiseeis in einer gesonderten Tiefkühltruhe. Bezogen haben wir die meisten Produkte vom „Fleischer-Einkauf“, einer Genossenschaft, die auf dem Gelände des Schlachthofs ihren Sitz hatte. Dazu hatte diese Genossenschaft auch für bestimmte Anlässe wie Ostern oder Weihnachten spezielle Verkaufsangebote, die bei unserer Kundschaft gut ankamen.

(Anmerkung: 1947 wurde die Zentralgenossenschaft des deutschen Fleischerhandwerks „ZENTRAG“ gegründet. Ziel war es, eine zentrale Genossenschaft für den Einkauf von Waren für das Fleischerhandwerk zu schaffen und somit die Stärkung der Wettbewerbskraft zu erreichen. In der Besetzung von Nischen sollte die genossenschaftliche Struktur im Fleischerhandwerk dem Fachgeschäft vor Ort ein attraktives Angebot bieten. D.F.)

1986 haben Sie Ihr Geschäft geschlossen. Da waren die Supermärkte schon stark am Markt vertreten. Wie konnten Sie sich gegen das Vordringen dieser Märkte behaupten?

Das war sicherlich einmal die Qualität unserer Waren und die Zusatzleistungen im Service.

Würden Sie heute ihren Enkeln empfehlen, selbstständig eine eigene Fleischerei zu betreiben?

Eindeutig nein! Obwohl ich die Arbeit gerne gemacht habe. Die Arbeitszeit war aber schon belastend, Urlaub haben wir z.B. erstmals 1963 gemacht. Dazu hatten sich die Metzger über ihre Urlaubszeiten abgestimmt, sodass die Versorgung der Sindlinger gesichert war. Mein Vater konnte aber überhaupt nicht verstehen, dass der Laden für zwei Wochen geschlossen werden sollte, „Wisst ihr, was Urlaub kostet? Keine Einnahmen, dafür aber hohe Ausgaben!“ Da haben sich mein Mann und ich aber durchgesetzt.

Frau Merz, ich danke Ihnen für dieses Gespräch, das doch die Arbeits- und Lebensbedingungen in dieser Berufssparte verdeutlichen konnte.

Die **Bäckereien** haben sich dagegen in Sindlingen zahlenmäßig einigermaßen gehalten, schließlich gab es um die Jahrhundertwende noch drei Bäckereien, derzeit (2016) nur noch zwei! Allerdings verbirgt sich hinter der Zahl eine veränderte Betriebsform. Boten in den 50er-Jahren bundesweit noch rund 55000 **Backbetriebe** ihre Produkte an, so sank diese Zahl auf ca. 12600 in Gesamtdeutschland für das Jahr 2014. In diesem Jahr beschäftigte das Bäckerhandwerk 277 200 Menschen, ca. 10 000 weniger als im Jahr 2008. Handwerksbäckereien waren früher überwiegend Familienbetriebe, mit direkt der Backstube angeschlossenem Verkaufsgeschäft.

Damals wurde in den Bäckereien selbst gebacken. Der Brotteig wurde in einem aufwendigen Sauerteigprozess in den Backstuben angesetzt und in den (Holzofen-) Öfen ausgebacken. Konkurrenz fürchteten die Bäckereibesitzer wohl nicht. Jeder hatte seinen Kundenstamm, der die frischen Spezialitäten schätzte. Das Mehl kauften die Bäckereien in einer Mühle. Die damalige Produktauswahl war mit der heutigen Vielfalt sicherlich nicht zu vergleichen. Man setzte auf Klasse und nicht auf Masse - was die Kundschaft klaglos hinnahm. Ein Zusatzbrot verdienten sich die Betriebe mit dem Ausbacken von Kuchen. Die Hausfrauen fertigten in der Küche den Kuchen, um ihn dann beim Bäcker ausbacken zu lassen. Einen eigenen Backofen hatten damals nur die wenigsten Menschen privat. In den Backstuben wurde aber hart gearbeitet. Nachts wurden Brote und Brötchen produziert, in den Morgenstunden wurden die süßen Naschereien in den Ofen geschoben und mit dicker Zuckerglasur versehen. Wahrscheinlich fand jeder Bäcker eine Produktionsnische, die das jeweilige Überleben sicherte.

Heute betreiben immer mehr Bäckereien eine zentrale Produktionsstätte, mit lokalen oder regionalen Filialnetzen. Der größere Umsatz je Betrieb begünstigt die Einführung neuer Technologien: Mehlsiloanlagen, Teigstraßen, EDV-gesteuerte Vertriebssysteme, Öfen und Kühlanlagen sind selbst in Handwerksbetrieben heute keine Seltenheit mehr. Sie ermöglichen eine effiziente, flexible Produktion und gleichzeitig die Herstellung einer größeren Produktvielfalt. So können z. B. die selbst hergestellten Teiglinge über Nacht gekühlt gelagert und am nächsten Tag in der Backstube oder im Verkaufsraum gebacken werden. Neben Produktvielfalt, Frische und Backwarenqualität unterscheidet der individuelle Kundenservice im Verkauf das deutsche Bäckerhandwerk von industriellen Anbietern. Zwar gilt Deutschland als Musterland der Back-Kultur, denn nirgends auf der Welt gibt es so viele Sorten von Brot und Brötchen wie in der Bundesrepublik. Diese Vielfalt – Experten sprechen von 300 Sorten – gerät allerdings zunehmend in Gefahr. Denn die klassische Traditionsbäckerei stirbt aus. Vor rund 50 Jahren gab es noch fast viermal so viele Bäckereien in Deutschland - etwa 55.000. Jährlich liegt der Betriebsverlust bei rund drei Prozent - statistisch also 1,2 Bäckereien, die jeden Tag wegfallen. Grund dafür sind zum Beispiel stark veränderte Einkaufs- und Verzehrsgewohnheiten der Deutschen. Sie verbrauchen laut einer Studie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung pro Kopf nur noch rund 75 Kilogramm Brot und Backwaren im Jahr. "Was früher das Abendbrot war, ist heute vielerorts die gelieferte Pizza oder Fast Food", heißt es beim Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks. Hinzu kommt die Konkurrenz durch Supermärkte, Discounter und Tankstellen, die in den vergangenen Jahren reihenweise Backautomaten aufgestellt haben, sowie durch Selbstbedienungsbäcker mit industriell vorgefertigter Ware zu Discount-Preisen. Und das trifft weniger die großen Ketten in den Innenstädten als vielmehr die Handwerksbetriebe in den Wohngebieten.

Der Großbäcker Schäfer aus Limburg (1920 gegründet; ca.70 Fachgeschäfte mit über 500 Mitarbeitern), der auch eine Filiale in Sindlingen betreibt, wirbt auf seiner Homepage:

Moderne Tradition – so backen wir heute

In unserer Backstube in Limburg backen wir täglich 7.500 Brote, 90.000 Stück unseres Goldweck® und viele, viele Köstlichkeiten mehr. Hier trifft traditionelles Handwerk auf moderne Produktionstechnik und innovative Produktideen auf althergebrachte Rezepturen. An unserem Produktionsstandort (über 3000qm) beschäftigen wir ca. 150 Mitarbeiter, die mit ihrer leidenschaftlichen Arbeit frischen Backgenuss und die gleichbleibende Produkt-Qualität in unseren Fachgeschäften garantieren – von früh bis spät. Zur Verbesserung der Qualität und der Frische der Brötchen werden 2012 die Fachgeschäfte mit entsprechenden Backöfen ausgestattet. Die in der zentralen Backstube in Limburg gefertigten Brötchen werden in den Fachgeschäften frisch gebacken.

Sophie Schimansky schreibt am 8. November 2012 in „Die Zeit“ über Trends im Bäckereiwesen:

Die Ketten (z.B. Lidl, Aldi oder Backwerk, D.F.) backen nicht selbst, sondern nutzen tiefgefrorene Teiglinge, die aufgebacken werden müssen, meist nur zehn Minuten lang. Das entlastet sie auch von der Frage, wie viel Teig in der Nacht produziert werden muss, damit er am nächsten Tag reicht. In den neuen Backautomaten von Aldi geht das Backen sogar noch schneller. Per Knopfdruck erhält der Kunde nach Sekunden Brezeln oder Brötchen. Der genaue Vorgang ist geheim. Das Prinzip dahinter ist jedoch immer gleich: In der Filiale wird aufgebacken, was andere liefern.

Enzyme machen die Teiglinge haltbarer

Diese Zulieferer sind Industriebäckereien. Sie stellen Teiglinge am Fließband her und beliefern anschließend Discounter, SB-Ketten und Tankstellen in ganz Deutschland. Aus Katalogen und in Onlineshops können die Kunden die Produkte bestellen – von Brezeln über Mini-Windbeutel bis hin zu Torten. Eines dieser Unternehmen ist DeWi-Back aus Berlin. Es bietet seinen Kunden rund 600 verschiedene Backwaren an, teilweise selbst hergestellt, teilweise aus anderen Großbäckereien in Polen hinzugekauft. Einmal tiefgefroren, können die Teiglinge quer durch die Republik transportiert werden. Damit die Backwaren auf dem Weg frisch bleiben, braucht es Zusatzstoffe. Die Industriebäckereien verwenden vor allem Enzyme. Diese verstärken die Eigenschaften des Teiges, sie machen ihn lockerer und die Kruste knuspriger. Emulgatoren binden das Wasser im Teig und verhindern, dass es beim Aufbacken verloren geht und das Brot austrocknet. Eines der Unternehmen, das die Enzyme erforscht und herstellt, ist die dänische Firma Novozymes. Die Firma gewinnt die Mikroorganismen etwa aus Pilzen, bevor sie dann dem Teig beigemischt werden. Traditionelle Bäckereien wie jene von Christa Zimmermann halten das Verfahren für Chemie. Firmen wie Novozymes widersprechen. "Wir alle haben Enzyme in unserem Körper, sie stecken in Pflanzen und anderen Rohstoffen", sagt René Tronborg von Novozymes. Das Verfahren beeinträchtigt die Gesundheit nicht im Geringsten.

Meinholf Lindhauer, Forscher am Max-Ruber-Institut, beobachtet seit Längerem, dass auch immer mehr sogenannte Handwerksbäcker auf Teiglinge und Fertigbackmischungen zurückgreifen. Das spare Zeit, gewährleiste gleichbleibende Qualität, oft lässt sich so auch das Sortiment erweitern. Der Forscher geht sogar noch weiter. "Im Zweifel findet man in dem Brot vom Bäcker mehr Zusatzstoffe als in der Industrie", sagt Lindhauer.

Der Grund: Die Backmischungen der Industrie müssten genau auf die großen Maschinen abgestimmt werden, um gleichbleibenden Teig liefern zu können. "Bei der kleinsten Störung bleibt so eine Maschine stehen." Die Mischungen für Bäcker hingegen müssten sehr viel flexibler sein, denn jeder habe anderes Equipment und anderes Geschick. "Da muss dann alles rein, was irgendwie eine Rolle spielen könnte". Im Zweifel seien im Industrieprodukt fünf, im Bäckerbrötchen 12 bis 13 Zusatzstoffe, vermutet Lindhauer.

Das Bäckerhandwerk widerspricht dem empört. Im Regelfall steckten in Backwaren vom Handwerksbäcker nicht mehr als fünf Zusatzstoffe, sagt Werner vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks. Außerdem habe der Bäcker einer Maschine gegenüber den großen Vorteil, den Teig im Einzelfall beurteilen zu können. "Der geht mit Erfahrung ran und weiß, was er machen muss, wenn der Teig zu klebrig ist oder das Mehl zu wenig Stärke hat." Am Ende stünde immer noch eine höhere Qualität.

Die Wirtschaftswoche beschrieb am 29. April 2014 die Entwicklung folgendermaßen:

In einer Aldi-Filiale dagegen verrichtet ein Backautomat sein Werk. Nach einem Knopfdruck zur Auswahl der Brotsorte säuselt eine Frauenstimme: „Einen Moment bitte“. In der zwei Meter hohen ockerfarbenen Maschine rumpelt es, wenig später landet „Unser rustikales Brot“ im Entnahmefach. 85 Cent kostet das Roggengemisch, und über die Frage, ob es sich dabei um ein frisch gebackenes Brot oder um einen erwärmten Teigling handelt, streiten die Anwälte des Billigheimers mit denen der Bäckerlobby.

Der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks hat den Handelskonzern vor das Landgericht Duisburg gezerrt. In der Klageschrift heißt es, Aldi werbe damit, die Produkte in den Automaten frisch zu backen. Tatsächlich aber würden sie „nur erhitzt und/oder gebräunt“. Aldi widerspricht. Nun sollen Sachverständige bewerten, ob die Aldi-Maschine mehr ist als ein großformatiger Toaster. Wann die Entscheidung fällt, ist offen.

Für die Branche dürfte das Urteil ohnehin wenig ändern. Der Siegeszug der Backstationen scheint kaum zu stoppen. Nicht nur Aldi setzt auf die vor Ort aufgebackene Ware. Auch in Märkten von Lidl, Penny, Kaufland und Co. ergänzen längst frisch erhitze Croissants und Baguettes das Backsortiment in Regalen und Tiefkühltruhen. Der Edeka-Ableger Netto Markendiscout will nach Informationen der WirtschaftsWoche noch im laufenden Geschäftsjahr die Zahl der Backstationen in seinen Filialen bundesweit flächendeckend ausbauen. Ende 2013 wurde bereits in knapp 1200 der 4150 Netto-Filialen stationäre Aufwärmware verkauft.

Die Offensive im Handel hat Folgen: Zum einen sparen sich viele Kunden den Weg zum Bäcker und nehmen ihre Brötchen beim Einkauf gleich mit. Zum anderen werden die Bäcker immer öfter aus den sogenannten Vorkassenzonen verdrängt. Bisher waren die Flächen im Eingangsbereich der Händler oft an Bäcker untervermietet. Neuerdings würden die Händler jedoch dazu übergehen, „Mietverträge für Vorkassenzonen zu kündigen“, hat der Sanierungsberater Clemens J. Jobe bei der Restrukturierung der Großbäckerei Wilhelm Middelberg festgestellt.

„Die Welt“ (27.11.15) hält in ihrem Artikel fest: „Standardisierung, Automatisierung und der Einsatz von Lebensmittelchemie sind die Hebel, mit denen die Konzerne das Gebäck günstiger machen. Fabrikbrot ist ein Hightech-Erzeugnis, in dem Standardmehl, Backtriebmittel und an die 200 Zusatzstoffe die Unterordnung des Teigs unter die Technik garantieren.“ Andererseits konnten die traditionellen Bäckereien mit eigenen gastronomischen Angeboten und Kaffee oder Snacks „to go“ durchaus schwindende Umsätze mit Gebackenem auffangen.

Aber auch in diesem Gewerbe fehlt der Nachwuchs: 2015 zählte die Branche 6800 Azubis, im Jahr 2005 noch über 16.000. In der Regel liefern heute einige Hersteller von Tiefkühlteiglingen für Croissants oder Laugenbrezeln ihre Halbfertigwaren an Bäcker, die sie dann in der Filiale fertigbacken.

Wie lange hielten sich diese Lebensmittelhandwerker am Markt?

a) Metzgereien

Fischer (Farbenstraße): 1916 bis 1971 bzw. als Filialbetrieb bis 1994 (= 78 Jahre)

Fischer/Merz (Huthmacherstraße): 1900 bis 1986 (= 86 Jahre)

Seidelberger (Huthmacherstraße): 1954 bis 1964 (= 10 Jahre)

Frank (Sindl. Bahnstraße): 1926 bis 1984 (= 58 Jahre)

von Hahn (Okrifteler Straße): 1960 bis 1975 (= 15 Jahre)

Hedtler (Okrifteler Straße): 1912 bis 1943 (= 31 Jahre)

Schlecker (Pfingstbornstraße): 1908 bis 1963 bzw. 1973 (Eitner) (= 65 Jahre)

Müller (Sindl. Bahnstraße): 1931 bis 1971 bzw. 1977 (Strömer) (= 46 Jahre)

Bastian/Rötger/Friedel (Weinbergstr.): 1895 bis 1956 (= 61 Jahre)

Friedel (Westenbergerstr.) 1956 bis 1963. (= 7 Jahre)

D.h. im statistischen Mittel boten die Metzgereien im Schnitt 45 Jahre lang ihre Fleisch- und Wurstwaren an.

b) Bäckereien

Westenberger (Allesinastraße): 1910 bis 1961 bzw. 1967 (= 57 Jahre)

Karell/Kern (Herbert-von-Meister-Straße): 1933 bis 2011 (=78 Jahre)

Schäfer (Huthmacherstraße): 1895 bis 1983 (= 88 Jahre)

Usinger (Huthmacherstraße): 1912 bis 1974 (=62 Jahre)

Buch (Okrifteler Straße): 1900 bis 1963 (= 63 Jahre)

Frankenbach (Okrifteler Straße): 1976 bis 1999 (= 23 Jahre)

Ilg (Sindlinger Bahnstraße): 1900 bis 2012 (=112 Jahre)

Spengler (Sindlinger Bahnstraße): 1934 bis 1968 (= 34 Jahre)

Goerke/Richter (Sindlinger Bahnstraße): 1984 bis... (mind. 32 Jahre)

Das statistische Mittel bei den Sindlinger Bäckereien liegt mit ca. 60 Jahren deutlich über dem der Metzgereien. Das hängt sicherlich damit zusammen, dass es den Bäckereien besser gelang, bis vor wenigen Jahren bzw. bis in die Gegenwart noch den Verkaufsbetrieb aufrecht zu halten. Sicherlich findet die Produktion nicht mehr in der „Backstube“ alten Zuschnitts statt. Diese Technik kann mit den Methoden der großen Bäckereien bzw. Backbetriebe wohl nicht mehr konkurrieren.

In beiden Bereichen ist aber festzuhalten, dass die „Weitergabe“ des Geschäfts i.d.R. familienintern erfolgte, d.h. häufig betrieben mindestens 2 Generationen das jeweilige Fachgeschäft. Danach erfolgte der Umbruch, der meistens in der Geschäftsaufgabe oder in einem Wechsel zu einem anderen Fachgeschäft bestand. Wenn das nicht gelang, dann blieb nur die Schließung.

Was ist vom ehemaligen Lebensmittelhandel geblieben?

Die Frage lässt sich recht einfach beantworten: Von den für das Jahr 1955 aufgelisteten Lebensmittelgeschäften hat in dieser Funktion nur noch der „Sindlinger Lottoladen“ (ehemals Westenberger/Kaus) Bestand. Alle anderen sind entweder verschwunden oder haben die Funktion geändert. Auch bei den Lebensmittelhandwerkern sind nur noch der Obstbaubetrieb Werner (heute Okrifteler Straße) und die ehemalige Metzgerei Frank (heute Bäcker Richter) im engeren Sinne der Grundversorgung noch aktiv. Alle anderen Betriebe fielen dem Strukturwandel zum Opfer: Der REWE-Filiale in der Sindlinger Bahnstraße fällt heute die Funktion der Nahversorgung der Sindlinger Bevölkerung zu. Dieser Supermarkt muss mit seinem Sortimentsangebot auf einer Fläche von 750m² die Grundanforderungen der Bewohner hinsichtlich Lebensmittel und Drogeriewaren erfüllen. Damit ist er gleichzeitig das (wirtschaftliche) „Zentrum“ des Stadtteils. Ergänzt wird das Angebot noch durch ein Gemüse- bzw. Obstgeschäft in der Farbenstraße.

Das bedeutet, dass sich für Bewohner Laufwege von ca. 1 Kilometer ergeben können, um den Markt aufzusuchen. Allerdings ist er auch meist gut per Omnibus zu erreichen. Beim Parken zeigen sich im Gegensatz zur o.g. Analyse aus dem Jahr 2002 - schon größere Schwierigkeiten.

Wenn man in einer Art Längsschnittuntersuchung sich die Lebensmittelgeschäfte betrachtet, so zeigt sich, dass die meisten Betriebe (i.d.R. vor dem 2. Weltkrieg gegründet) meist über zwei Generationen in Familienhand blieben, ehe sie entweder einen Nachfolger fanden (z.B.: Metzgerei Schlecker geht an Eitner; Metzgerei Fischer als Filialbetrieb an den Höchster Metzger Reichert) oder ihre Tätigkeiten einstellten. Lediglich die günstige Lage an einer Hauptstraße (insb. Bahnstraße) konnte diesen Prozess verlangsamen oder modifizieren.

In der Diskussion um die Nahversorgung der Bevölkerung fehlt jetzt noch der **Schreibwaren-** und **Drogeriemarkt**. Auch hier die Übersicht:

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Drogerien (D) / Schreibwaren (S)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße						
Alt Sindlingen		1 (D)				
Am Lachgraben						
Farbenstraße					1 (D)	1 (D)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.		1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)	
Horles						
Huthmacherstraße						
Krümmling						
Küferstraße						
Lehmkaufstr.					1 (D)	
Okrifteler Str.			1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.		1 (D) 1 (S)	2 (D) 2 (S)	2 (D) 1 (S)	1 (D)	
Weinbergstr.						
Westenbergerstr.	1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	1 (S)	2 (D) 3 (S)	2 (D) 4 (S)	2 (D) 4 (S)	3 (D) 3 (S)	1 (D) 2 (S)

Wikipedia schreibt zur Geschichte der Drogerien:

Drogerien entwickelten sich wohl aus den mittelalterlichen Arzneimittelhandlungen. Lange Zeit durften aber nur Apotheken Heil- und auch Giftpflanzen verkaufen. Erst die kaiserliche Verordnung vom 25. März 1872 gestattete, Kräuter wieder als Arzneidrogen in Drogerien zu verkaufen. Überdies fertigten Drogisten auf Wunsch der Käufer selbst Zahncreme, Zahnpulver, Backpulver, Hautcreme, Schuhputzcreme oder Bleichputzmittel aus verschiedenen Zutaten. Die Produkte unterschieden sich von Händler zu Händler. Auch wurden Bleichwässer, Kräutermischungen und Franzbranntwein entweder in selbst mitgebrachte Behälter gefüllt oder in Papiersäckchen verkauft.

Als die Fotografie aufkam, deckten sich Fotografen in der Drogerie mit den benötigten Materialien für die Entwicklung der Bilder ein. Zu Anfang der Automobilzeit gab es noch keine Tankstellen – man hielt vor der Drogerie und kaufte dort Treibstoff in kleinen Fässern oder größeren Flaschen. Auch bestimmte Artikel wie Präservative oder Damenbinden gab es lange Zeit nur in den Drogerien.

Anfang der 1970er Jahre entwickelte sich in Deutschland neben dem klassischen Drogerie-Fachgeschäft der Betriebstyp des Drogeriemarktes. Auf deutlich größeren Flächen und mit schmaleren Sortimenten aber deutlich niedrigeren Preisen, gewannen Drogeriemärkte zunehmend Marktanteile und verdrängten das Drogerie-Fachgeschäft.

Auch in Sindlingen mussten die inhabergeführten Drogerien Schröder und Kloppmann dem Vordringen gerade des Schlecker-Marktes Tribut zollen. Nur für kurze Zeit unterhielt Dr. Krauss neben seiner Apotheke noch ein kleines Drogerie-geschäft. Bis 1984 hatte die Drogeriekette Schlecker über 1000 Filialen in Deutschland gegründet und

galt seit 1994 als Marktführer. Im Teilbereich des ehemaligen „Mainzer Hofes“ bot Schlecker sein breites Sortiment an. Allerdings musste das Unternehmen im Frühjahr 2012 Insolvenz anmelden. Dadurch wurde auch die Sindlinger Filiale geschlossen. Seitdem steht der Stadtteil ohne ein größeres Drogerieangebot da; allerdings sind grundlegende Sortimentsangebote auch in der REWE-Filiale zu finden.

Im Sektor Schreibwaren findet man mit die längste Geschäftstradition im Stadtteil: Schon über hundert Jahre können die Sindlinger in der Westenbergerstraße in einem entsprechenden Fachgeschäft einkaufen. Hier fand sich über diesen Zeitraum hinweg immer wieder ein geeigneter Nachfolger, sodass der Betrieb über diesen stolzen Zeitraum aufrechterhalten werden konnte.

Welche Schlussfolgerungen lassen sich aus den o.g. Aspekten für die Sicherung der Nahversorgung der Sindlinger Bevölkerung ziehen?

Nahversorgung bedeutet die wohnungsnaher Versorgung der Bürger mit Einzelhandelsläden, d.h. die Grundversorgung wird hier um die Dimension (fußläufige) Entfernung erweitert. Der Gesetzgeber sieht den Zugang zur Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs als wichtigen Bestandteil des Menschen an der gesellschaftlichen Teilhabe. Diese Kriterien gelten vor allem für ältere Menschen, Nicht-motorisierte und Frauen. Außerdem haben Nahversorger eine entscheidende quartiersbildende Funktion als Treffpunkt, Kommunikationsgelegenheit und Orientierungspunkt.

Dabei geht es auch nicht nur um Güter des täglichen, kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Zeitungen und Zeitschriften), sondern auch um Dienstleistungen. Post, Bank, Kommunalverwaltung, aber auch die Energieversorger, öffentlichen Verkehrs-unternehmen und soziale Dienstleister sind vor Ort häufig nicht mehr mit Personal präsent. Hilfe- und ratsuchende Kunden werden auf Telefon, Automaten oder immer häufiger auf das Internet verwiesen.

„Die Nahversorgung, d. h. der Zugang zu Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs, ist wichtig für die Vitalität eines Einzelhandelsstandorts und somit auch zur Vitalität eines Stadtteils. Sie trägt zur wirtschaftlichen Belebung weiterer Einzelhandels-, Gastronomie-, Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe bei, erhöht die Besucher- und Nutzerzahl in benachbarten kulturellen, sozialen sowie den anderen öffentlichen Einrichtungen und beinhaltet nicht zuletzt neben der reinen Versorgungsfunktion auch eine bedeutende soziale Komponente und ist als solche ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe und Identifikation.“ (R.Beckmann, Entwicklung der Nahversorgung im städtischen Umfeld, 2007)

Legt man diese Überlegungen auf die Situation in Sindlingen (Süd) an, so erfüllt der REWE-Markt sicherlich diese Anforderungen. Auf einer Verkaufsfläche von ca. 750 m² bietet er ein ausreichendes Vollsortiment an Waren an.

Die Stuttgarter Zeitung veröffentlichte am 27. Mai 2014 einen Artikel mit dem Thema: „Wenn der Supermarkt schließt“

Unter realen Marktbedingungen arbeiten die Großen wie Rewe oder Edeka schon lange nicht mehr in diesen Quartieren (Stuttgarts, D.F.). Selbst die subventionierten CAP-Märkte, in denen behinderte und nichtbehinderte Menschen gemeinsam arbeiten, meiden Standorte wie die Rohrer Höhe. Begründung: höchst unrentabel. Hans-Jürgen Beier bringt es auf den Punkt: „Die gehen alle nicht dahin, wo es wehtut.“ Gemeint sind jene Viertel, wo kaum Umsatz gemacht wird und die Ladenflächen zu klein sind. Dort droht der Kahlschlag jener Nahversorgung, die zu Fuß in zumutbarer Entfernung liegt. Also in einem Umkreis von 600 Metern.

Für die ... ansässige Apothekerin Monika Kaufmann wäre die Schließung von Bonus eine „Katastrophe“. Sie skizziert die möglichen Auswirkungen in tristen Farben:

„Wenn Bonus geht, dann gehe ich auch. Und wenn ich gehe, dann geht der Arzt.

Dann ist hier tote Hose.“

Ein Szenario, das jeden Kommunalpolitiker aufschrecken dürfte. Es geht letztlich um viel mehr als nur die Nahversorgung. Befürchtet wird ein Dammbbruch, in dessen Folge der Dienstleistungssektor eines Stadtteils ausbluten könnte. Denn am Ende so

einer Kette stünden vermutlich zahlreiche verödete Stadtteile. Ein Zustand, der den originären Pflichten des Staates entgegensteht. Zu diesen Pflichten einer Kommune gehört die Daseinsversorgung. Also nicht nur die Versorgung der Bürger mit einem Verkehrs- und Beförderungswesen, Gas-, Wasser-, und Elektrizitätsversorgung, Müllabfuhr sowie vielem mehr. Eben auch der Nahversorgung.“

Damit werden – sicherlich überzeichnet – Probleme angesprochen, die auch in Sindlingen (Nord) nach der Tengelmann-Schließung in der Hugo-Kallenbach-Straße diskutiert wurden. Was passiert in Quartieren, in denen es keinen Frequenzbringer mehr gibt? Inzwischen erfüllt dort der SMART-Markt auf 600m² die Funktion des Nahversorgers, als Nachfolger des Tengelmann-Supermarktes.

Die „Werkstatt Frankfurt“ will mit diesem Angebot die Nahversorgung in Frankfurter Stadtteilen sicherstellen, in denen es keinen Supermarkt mehr gibt. Denn Smart ist ein Vollsortimenter mit der Angebotspalette von REWE-Nahkauf.

Das Besondere an Smart ist, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Marktes an Beschäftigungs- und Qualifizierungsprogrammen der Werkstatt Frankfurt teilnehmen: Qualifizierung von Langzeitarbeitslosen im Rahmen des „Frankfurter Wegs zum Berufsabschluss“ mit dem Berufsziel Kaufmann-/Kauffrau im Einzelhandel und sowie die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung von Mitarbeitern mit vermittlungshemmenden Merkmalen.

(vgl. Homepage der „Werkstatt Frankfurt)

D.h. aber auch, dass eine gemeinnützige Einrichtung die Nahversorgung mit öffentlichen Mitteln sicherstellen muss, andernfalls hätte die Bevölkerung der Ferdinand-Hofmann-Siedlung keine eigenständige Nahversorgung mehr.

B) Wie haben sich andere Segmente in der Versorgung der Sindlinger Bevölkerung entwickelt?

Es war schon viel die Rede davon, dass sich in unserem Stadtteil ein weit verbreitetes Netz von inhabergeführten Geschäften etabliert hatte. Diese Tendenz zeigt sich auch in der Versorgung mit Waren des nicht-alltäglichen Bedarfs:

a) Haushaltswaren/Möbel/Elektro- und Unterhaltungsartikel

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Haushaltswaren (H) / Möbel (M) / Elektro/Radio/Fernsehen (E)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße						
Alt Sindlingen	1 (H)	1 (H)				
Am Lachgraben						
Farbenstraße	1 (H)	1 (H)	2 (H)	1 (H)	1 (H)	1 (H)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee	1	1 (E)	1 (E)	1 (E)	1 (H)	
Hakengasse					1 (E)	1 (E)
Herbert-von-Meister-Str.	1 (H)	1 (H)				1 (E)
Horles						
Huthmacherstraße	1 (H)	1 (H)				
Krümmling						
Küferstraße						
Lehmkauststr.				1 (E)	1 (E)	
Okrifteler Str.		2 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse						
Schreinerstraße			1 (E)			
Sindl. Bahnstr.	1 (H)	2 (H)	1 (H)	1 (H) 1 (E)	1 (E)	1
Weinbergstr.						
Westenbergerstr.	1 (H)	1 (H)	1 (H)	1 (E)		
Zehnthofgasse		1 (H)	1 (H)	1 (H)		1 (E)
Zur Friedenseiche						
gesamt	6 (H)	8 (H) 1 (E) 2 (M)	5 (H) 2 (E) 1 (M)	3 (H) 4 (E) 1 (M)	2 (H) 3 (E) 1 (M)	5

Zwar gibt es keine klare Füllung des Begriffs „Haushaltswaren“, doch kann man in diesem Zusammenhang all die Produkte fassen, die für den alltäglichen Haushalt unabdingbar waren: Messer und Gabeln, Schüsseln und Töpfe, Nägel und Schrauben usw.: eine breite Angebotspalette für den Alltag.

Daneben geht die Entwicklung der heute genutzten Haushaltsgeräte eng mit dem Aufbau der Versorgung mit elektrischem Strom einher.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden die Stromnetze immer leistungsfähiger bei gleichzeitig sinkenden Strompreisen. Gleichzeitig und dadurch drängten weitere elektrische Haushaltsgeräte auf den Markt. Der Elektroherd, die elektrische Waschmaschine, der Geschirrspüler, der Staubsauger, der Fernseher und viele weitere Geräte der Unterhaltungselektronik etablierten sich in den privaten Haushalten. Zehn Jahre später kamen noch die elektrische Kaffeemaschine und die Tiefkühltruhe hinzu, nach weiteren 15 Jahren der Mikrowellenherd.

Dabei war für diese (Elektro-)Geschäfte in Sindlingen typisch, dass die Besitzer i.d.R. sowohl für Verkauf als auch für den „Service“ zuständig waren. Dies bedeutet Fernseher oder Radios wurden nicht nur verkauft, sondern auch installiert und gegebenenfalls auch repariert. Das heißt: Die Geschäftsinhaber waren Fachleute, bei denen meist nicht der Verkauf im Vordergrund stand.

Selbstverständlich folgten die jeweiligen Angebote auch den technischen Neuerungen: Waren z.B. ursprünglich nur Radioapparate im Sortiment, so veränderte sich die Auslage mit dem Aufkommen der Fernsehapparate, der Tonbandgeräte usw. Auch in diesem Segment sieht man aus der Tabelle oben, dass der Zeitraum 1955 bis ca. 1975 die „Blütezeit“ dieser Geschäfts- bzw. Dienstleistungsform war, die sich stark auf die technische Seite der aufkommenden Unterhaltungsindustrie spezialisiert hatte. Zu bedenken ist dabei allerdings, dass die Angebotsbreite meist noch sehr begrenzt war. Technische Geräte stammten damals noch von Grundig, Telefunken, Nordmende usw.; das breite japanische Angebot fasste erst nach und nach Fuß in Deutschland bzw. Europa. Haftete den ausländischen Produkten ursprünglich noch der Beigeschmack der „Billigproduktion“ an, so verdrängten die japanischen Fortschritte mehr und mehr die kontinentalen Traditionsbetriebe. Nach einer Statistik des japanischen Außenhandels bezog die Bundesrepublik beispielsweise 1957 genau 289 japanische Kameras, ein Jahr später dagegen schon 5386! Auch und gerade in der Transistortechnik errang Japan einen technischen Vorsprung, den es in den Geräten der Medienindustrie erfolgreich umsetzen konnte.

(vgl. dazu: Florian Hassel, Japan war das China des 20. Jahrhunderts, in „Die Welt“ vom 20.3.2011)

Umso stärker erweiterte sich das Sortiment der technischen Produkte in den folgenden Jahrzehnten: Die traditionellen deutschen Marken wurden von japanischen, südkoreanischen und anderen Firmen abgelöst. Für kleine Geschäfte war es schier unmöglich, diese Produktbreite auch nur annähernd abzubilden. Hier übernahmen die großflächigen Handelsunternehmen (wie z. Media) ab Ende der 80er-Jahre die Vorreiterrolle.

b) Schuhmacher

Das Handwerk der Schuhmacher hat sich seit Anfang des 20. Jahrhunderts deutlich verändert. Mit dem Beginn der industriellen Produktion von Schuhen blieb dem Schuhmacher/Schuster im Prinzip nur noch die Reparatur und die Anpassung von qualitativ hochwertigen Schuhen. Verstärkt wurde diese Tendenz im Zuge der Globalisierung und der massenhaften Produktion von Schuhwerk in Asien. Noch in den 70er und 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts gab es quasi in jedem Dorf einen Schuhmacher, was heute bei weitem nicht mehr der Fall ist.

Experten führen diesen Rückgang unter anderem darauf zurück, dass Schuhe in Discountläden und im Internethandel billiger sind. Als weiteren Grund nennen sie aber auch gesunkenes Qualitätsbewusstsein vieler Kunden für gutes Schuhwerk. Zudem werden Schuhmacherleistungen mittlerweile auch von anderen Dienstleistern angeboten. Denn seit gut zehn Jahren gehört der Schuhmacher-Beruf zu den zulassungsfreien Handwerksberufen. Damit ist kein Meisterbrief mehr notwendig.

Laut Beschäftigten- und Arbeitslosen-Statistik der Bundesagentur für Arbeit (IAB Forschungsgruppe Berufliche Arbeitsmärkte) gab es im Jahr 2011 noch 6176 Schuhmacher bundesweit, in Frankfurt ca. 30, davon aber nur 3 (i.W. drei) mit dem Meisterbrief.

Diese Entwicklung lief auch in Sindlingen parallel. Gab es hier in den 20er/30er-Jahren noch bis zu 11 Schuhmacher, so reduziert sich deren Anzahl auf derzeit nur noch einen einzigen: den Schuhmachermeister Nikolaus Moos in der Huthmacherstraße.

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Friseur (F) /Schuhmacher/Schuhwaren (S) /Textilgeschäft (T)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße	1 (F) 1 (S)	1 (F) 2 (S)	2 (F) 1 (S) 2 (T)	1(F) 1 (S)	1 (S)	
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben		1 (F) 2 (S)				
Farbenstraße	1 (S)	1 (S) 1 (T)	1 (S) 1 (T)	1 (T)	1 (T)	1 (T)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse		1 (S)				
Herbert-von-Meister-Str.					1 (S)	
Horles			1 (S)			
Huthmacherstraße		1 (F)	1 (F) 1 (S)	1 (F) 1 (T)	1 (F) 1 (S) 1 (T)	1 (F) 1 (S)
Johann-Sittig-Str.		1 (F)	1 (F) 1 (S)	1 (S)		
Krümmling						
Küferstraße						
Lehmkaufstr.						
Okrifteler Str.	1 (S) 1 (T)	1 (T)	1 (F) 1 (S) 1 (T)			
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.	1 (F) 2 (S)	3 (F) 4(S)	3 (F) 3 (S) 1 (T)	3 (F) 1 (S) 1 (T)	3 (F) 1 (S)	3 (F) 2 (S)
Weinbergstr.						
Westenbergerstr.	1 (S)	1 (F) 1 (S) 1 (T)	1 (F)			
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	2 (F) 6 (S) 1 (T)	8 (F) 11 (S) 3 (T)	9 (F) 9 (S) 5 (T)	5 (F) 3 (S) 3 (T)	4 (F) 4 (S) (T)	2 4 (F) 3 (S) 1 (T)

Übersicht über Sindlinger Schuhmacher um 1930

Nr.	Inhaber	Straße
1	Distel, Alois	Allesinastraße
2	Koza, Josef	Am Lachgraben
3	Scharmann, Franz	Am Lachgraben
4	Stappert, Maria	Farbenstraße
5	Schmitt, Josef	Hakengasse
6	Diener, Josef	Sindlinger Bahnstraße
7	Kircher, August	Sindlinger Bahnstraße
8	Koza, Josef	Sindlinger Bahnstraße
9	Hohl, Fritz	Westenbergerstraße

Dabei lässt sich nur noch schwer differenzieren, welches Geschäft Schuhe „nur“ verkaufte oder aber Schuhe „nur“ reparierte. Meist herrschte wohl eine Mischform vor: Ein gewisses Schuhsortiment führten auch die eigentlichen Schuhmacher in ihrem Sortiment.

Zu beachten ist dabei noch, dass unter dieser Rubrik auch die Orthopädischen Schuhmacher gefasst sind, also ein Spezialzweig dieses Gewerbes. Die Arbeitsagentur definiert diesen Berufszweig folgendermaßen:

„Orthopädienschuhmacher/innen fertigen individuell angepasste Orthopädiesschuhe und weitere orthopädiesschuhtechnische Hilfsmittel bzw. passen vorkonfektionierte Ware entsprechend den ärztlichen Verordnungen an. Daneben führen sie medizinische Fußpflegemaßnahmen durch und beraten und betreuen Kunden und Patienten.“ Somit unterscheiden sie sich wesentlich vom klassischen Schuhmacher, der vornehmlich mit der Reparatur von Konfektionsschuhen befasst ist. Selbst wenn der „normale“ Schuhmacher maßgefertigte Schuhe baut, ist das offensichtlich noch ein Unterschied zur individuellen Anfertigung eines orthopädischen Schuhs.

Die Herstellung spezieller Schuhe, der Umbau von Konfektionsschuhwerk, beispielsweise für die Bedürfnisse von Diabetikern stehen im Vordergrund dieses Berufes. Dazu gehören auch die Anpassung von Einlagen zur Korrektur von Fußfehlformen sowie Polsterungen und Entlastungen für bestimmte Areale am Fuß. Dieses ist besonders für Diabetiker zur Gesunderhaltung des Fußes sehr wichtig.

In Sindlingen war diese Fachrichtung längere Zeit durch die Firma „Alfred Füller“ und „Krohn & Hohl“ vertreten. Beide Firmen sind aber mittlerweile Geschichte.

c) Friseure

Aber auch die stattliche Anzahl an **Friseuren** (9 Betriebe in den 50er-Jahren) zeigt, dass die Bewohner Wert auf ein gepflegtes Äußeres legten.

Auf der Homepage <http://www.retrochicks.de/50er-der-look-und-das-styling-in-den-rocking-50ies/> zur Mode der 50er-Jahre kann man lesen:

Zum „New Look“ trug man seine Haare kurz bis halblang, gewellt oder leicht gelockt. Insbesondere kurze Ponys waren beliebt wie bei der stilprägenden Frisur von Pin-up Girl Betty Page.

Die bevorzugte Farbe ist (...) blond, ein Trend, der in den 30er Jahren begann. Und so wie das Idol Marilyn Monroe blondierten sich die Frauen mit Wasserstoffperoxyd.

Konjunktur hatten auch Haarteile, als modischer Pony, Chignon oder für mehr Volumen. Trendig waren Perücken als schnelle „Zweitfrisuren“.

Teenager mochten lange Haare, die wie beim Vorbild Brigitte Bardot zum hohen Pferdeschwanz gebunden waren und dazu Stirnfransen á la Audrey Hepburn. Die Frisurenmode der männlichen Jugend war an Vorbilder wie Elvis Presley, Marlon Brando und James Dean angelehnt, die mit ihren pomadisierten Stirnlocken und der hochgekämmten Bombagefrisur die Frisurenmode geradezu revolutionierten.

Inwieweit diese Modetrends den Arbeitsprozess und den Lebensunterhalt der Sindlinger Friseure förderten, kann nicht mehr erschlossen werden. Festzuhalten ist aber, dass die Frisur doch eine wichtige Rolle spielte, die nur von Fachleuten erfüllt werden konnte.

„In den 50er Jahren und zu Beginn der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts nagelten die Frauen ihre Haare mit Haarspray an Ort und Stelle fest, beliebt waren auch Toupieren und Dauerwellen. Es war nebensächlich, dass das Haar schwer geschädigt und widerlich anzufassen war und dass die Frisuren unendlich viel Wartungsarbeit erforderten und doch nie richtig saßen. Künstlerisch-künstliche Frisuraufbauten und Kunsthaar waren angesagt. Friseure wie Antoine oder Monsieur Guillaume waren dafür berühmt. Die persische Prinzessin Farah Diba wurde Vorbild für hochgestellte Frisuren. Hochtoupiere war angesagt, manch eine Frisur erinnerte an die Hochfrisuren im Rokoko. Der Wiederaufbau Europas war in vollem Gang und die Sehnsucht nach Wohlstand stand bei den meisten Menschen im Vordergrund. Die Haare spiegelten die Stimmung des Jahrzehnts wieder - auch sie bewegten sich zwischen Tradition und Modernität. ...

Die Swinging Sixties führten zur Auflösung der gebändigten Pracht. Es gab zahlreiche Anstöße für neue Frisurentrends: Etwa die Pilzköpfe der Beatles, die geometrischen Schnitte von Vidal Sassoon oder die langen, kaum manipulierten Haare der "Blumenkinder". Offen getragene, meist schulterlange Haare, weniger Künstlichkeit und Bewegung im Haar kennzeichneten die Zeit ab Mitte der 60er Jahre. Im Partnerlook wurden sich die Geschlechter immer ähnlicher - Männer probierten lange Haare aus, Frauen standen überwiegend auf kürzere Haare. Mit dem geradlinigen Five-Point-Cut revolutionierte der Londoner Starfriseur Vidal Sassoon 1963 die Welt der Frisuren und Friseure. Er passte dabei geometrische Formen den individuellen Gesichtszügen seiner Kundinnen an. Der politische Geist der 68er, der für Aufbruch, Ausbruch aus gesellschaftlichen Konventionen und Liberalisierung stand, zog schließlich auch an den Frisuren nicht spurlos vorbei. Die bedeutendste Veränderung im Haarstil der Nachkriegszeit betraf die Männermode: Nachdem über 150 Jahre männliche Kurzfrisuren üblich gewesen waren, ließen Männer ihre Haare wieder lang wachsen“

(so: homepage planet-wissen;frisuren,2014)

d) Schreiner/Maler/Polsterer

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Schreinerei (Zimmerer) (S) / Maler (Tapezierer) (M) / Polsterer (P)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße	1 (S) 1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)
Alt Sindlingen	1 (S)	1 (S)	1 (S) 1 (M)			
Am Lachgraben			1 (M)	1 (M)	1 (M)	1 (M)
Farbenstraße	1 (P)	1 (P) 1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee	1 (S)	1 (M)				
Hakengasse						1 (M)
Herbert-von-Meister-Str.	1 (S)	1 (S)	1 (S)			
Horles						
Huthmacherstraße						
Johann-Sittig-Str.						
Krümmling		1 (S)	1 (S)			
Küferstraße			1 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)
Lehmkaufstr.						
Okrifteler Str.	1 (M)					
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse		1 (S)				
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.	1 (S) 1 (M)	2 (S)	1 (S)	1 (S)	1 (S)	
Weinbergstr.	1 (S) 1 (M)	3 (S) 1 (M)	2 (S) 1 (M)	1 (M)	1 (S)	1 (S)
Westenbergerstr.						
Zehnthofgasse	1 (S)	1 (S)				
Zur Friedenseiche						
gesamt	7 (S) 4 (M) 1 (P)	11 (S) 3 (M) 1 (P)	8 (S) 4 (M)	3 (S) 3 (M)	4 (S) 2 (M)	3 (S) 3 (M)

Diese Handwerkszweige (Polsterer waren eher eine Seltenheit) hatten offensichtlich ebenfalls ihre Glanzzeit bis in die 60er-Jahre. Sicherlich sank z.B. die Zahl der Schreiner drastisch von 11 Betrieben auf drei, diese Reduzierung war sicherlich auch eine Folge der Veränderungen in der Möbelherstellung. Handgefertigte Möbel konnten der Konkurrenz aus dem Möbelhaus nur noch selten standhalten. Neue Materialien (Spanplatten, PVAC-Weißleime, Kunststofffolienbeschichtung) hatten seit den 50er Jahren den traditionellen Massivholzmöbelbau durch die Technik der Plattenmöbel ersetzt und eine neue Verarbeitungstechnologie entstehen lassen (Heißpressen für die Furniertechnik, maschinelle Kantenbearbeitung im Durchlaufverfahren).

Stabil blieb die Zahl der Maler, wobei sich aus der Übersicht nichts über die Anzahl der Beschäftigten sowohl bei den Malern als auch bei den Schreibern aussagen lässt. Die Firma Welz hatte z.B. fast 20 Mitarbeiter. Offensichtlich boten der lokale und der regionale Markt ausreichend Nachfrage für eine gesicherte Beschäftigung.

e) Spengler/Schlosser(Schmiede)/Küfer

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Spenglerei (Sp) / Schlosserei (SI) / Schmiede (Sm) / Küfer (K)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße						
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben						
Farbenstraße		1 (K)			1 (Sp)	1 (Sp)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse	1 (SI)	1 (SI)	1 (SI) 1 (Sm)	1 (Sm)		
Herbert-von-Meister-Str.						
Horles		1 (Sp)				
Huthmacherstraße						
Johann-Sittig-Str.				1 (Sp)	1 (Sp)	
Krümmling		1 (Sm)	1 (Sm)			
Küferstraße	1 (K)					
Lehmkastr.		1 (K)	1 (K)			
Okrifteler Str.						
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse			1 (SI)	1 (SI)		
Schreinerstraße		1 (K)				
Sindl. Bahnstr.	1 (Sp)	1 (Sp)				1 (Sp)
Weinbergstr.	1 (Sm)					
Westenbergerstr.	1 (Sp)	1 (Sp)	1 (Sp)			
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	2 (Sp) 1 (SI) 1 (Sm) 1 (K)	3 (Sp) 1 (SI) 1 (Sm) 3 (K)	1 (Sp) 2 (SI) 2 (Sm)	1 (Sp) 1 (SI) 1 (Sm)	2 (Sp)	2 (Sp)

Die o.g. Berufszweige unterlagen sehr stark dem technischen Veränderungsprozess:

- **Schmied:** Das Schmieden von Metall war über Jahrhunderte unentbehrlich für die Werkzeug- und Geräteherstellung, aber auch als Beschlagschmied für Wagen und Ackergeräte, als Hufschmied, Kunstschmied, Schlosser und Werkzeughersteller war sein Wissen bzw. Können zunächst unersetzlich. Heute sind Metallbauer, aber auch Schlosser und Klempner in die Nachfolge des klassischen Schmieds getreten. In dieser Tabelle habe ich auch den Goldschmied in der Hakengasse miterfasst.
- **Küfer:** In diesem Beruf wurden Gefäße aus Dauben, d.h. speziell gefertigten Holzstücken, gefertigt, die mit hölzernen oder eisernen Reifen zusammengehalten wurden. Handgefertigte Holzfässer wurden in den letzten Jahrzehnten aber mehr und mehr durch industriell hergestellte Gefäße aus Kunststoff oder Metall ersetzt. Heute sind es hauptsächlich Winzer, die den Vorteil von Eichenholzfässern zu schätzen wissen: Durch die Poren des natürlichen Werkstoffs

dringt – im Gegensatz zur Variante aus Kunststoff oder Stahl – Sauerstoff ins Innere des Fasses, was vor allem der Reifung von Rotweinen dienlich ist. Das war für Sindlinger Küfer aber keine Alternative!

- **Spengler** oder **Klempner** ist die Berufsbezeichnung für einen Handwerker, der Gegenstände aus Metall bearbeitet und herstellt. Er verarbeitet Bleche zu Bauteilen im Bauwesen oder Handelswaren. Die Aufgabe des Klempners ist hauptsächlich das Verkleiden von Dachflächen, Fassaden und Schornsteinen mit Blechen sowie die Montage von Regenrinnen. Dabei stellt er benötigte Bauteile zum Teil selbst von Hand oder maschinell her und bringt sie an Gebäuden an. Weitere Aufgaben sind unter anderem das Erstellen und die Montage von Passteilen aus Metallprofilen, Feinblechen und Kunststoffen für Rohre, Kanäle und Geräte der Lüftungstechnik, sowie die Wartung und Reparatur von Klempnererzeugnissen.

Der *Gas- und Wasserinstallateur* wird umgangssprachlich oft fälschlich als Klempner bezeichnet, da dieses früher der gleiche Beruf war. Die Faustregel lautet: Alles, was vor der Entnahmestelle ist, bearbeitet der Installateur.

(Aus Vereinfachungsgründen habe ich in der Tabelle diese Tätigkeiten unter dem Begriff „Spenglerei“ zusammengefasst.)

Gerade zu diesem Tätigkeitsfeld hat der langjährige Archivar des Sindlinger Geschichtsvereins, Karlheinz Tratt, eine ausführliche Geschichte seines Unternehmens vorgestellt: „100 Jahre Gas und Wasser in Sindlingen, 1910 - 2010“, Frankfurt 2010.

f) Baugeschäfte/Maurer/Dachdecker/Fliesenleger

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Bau (B)/Maurer (M)/Dachdecker (D)/Fliesenleger (F)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße		1 (M)	1 (M)	1 (F)	1 (F)	1 (F)
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben						
Farbenstraße						
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.						
Horles						
Huthmacherstraße			1 (B) 1 (D)			
Johann-Sittig-Str.						
Krümmling						
Küferstraße				1 (F)		
Lehmkastr.						
Okrifteler Str.	1 (B)	1 (B)			1 (D)	1 (D)
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)
Weinbergstr.	1 (B)	2 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)
Westenbergerstr.	1 (B)	1 (B)	1 (B)			
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche	1 (D)	1 (D)	1 (D)	1 (D)	1 (D)	1 (D)
gesamt	4 (B) 1 (D)	5 (B) 1 (D) 1 (M)	4 (B) 1 (M) 2 (D)	3 (B) 2 (D) 2 (F)	3 (B) 3 (D) 1 (F)	3 (B) 3 (D) 1 (F)

Auch hier verbergen sich hinter den Zahlen sehr unterschiedliche Beschäftigungsverhältnisse: vom Kleinstbetrieb bis zum kleinen mittelständischen Unternehmen. In der Zeit des Siedlungsbaus, vor allem durch den Bauverein, waren Sindlinger Firmen stark involviert; danach mussten sich die Unternehmen stärker auf den privaten Einzelbau konzentrieren, um ihren Fortbestand zu gewährleisten.

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts war es in Sindlingen wohl durchaus üblich, dass Baufirmen auf eigene Initiative und Rechnung Häuser erstellten und dann Käufer suchten, während in der heutigen Zeit das Bauen auf Bestellung eindeutig vorherrscht.

g) Foto/Optik/Uhren/Brennstoffe

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Foto (F) / Optik (O) / Uhren (U) / Brennstoffe (B)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße		1 (B)	1 (B)			
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben						
Farbenstraße			1 (F)	2 (F)	1 (F)	1 (F)
Feierabendweg						
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.						
Horles						
Huthmacherstraße						
Johann-Sittig-Str.						
Krümmling						
Küferstraße			1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)
Lehmkauststr.						
Okrifteler Str.	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)	1 (B)	
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse		1 (U)				
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.			1 (U)	1 (F) 1 (O) 1 (U)	1 (F) 1 (O) 1 (U)	1 (U) 1 (O)
Weinbergstr.						
Westenbergerstr.						
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	1 (B)	2 (B) 1 (U)	3 (B) 1 (F) 1 (U)	2 (B) 3 (F) 1 (O) 1 (U)	2 (B) 2 (F) 1 (U) 1 (O)	1 (B) 1 (F) 1 (U) 1 (O)

Zu diesen Fachgeschäften finden sich entsprechende Informationen in der Dokumentation der einzelnen Straßen nachlesen. Die Tabelle vervollständigt an dieser Stelle lediglich die Gesamtstruktur dieser Branchen für den Stadtteil.

h) Fuhrgeschäfte (Speditionen)/Fahrschulen

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Fuhrgeschäfte (F) / Fahrschule (FS)					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße			1 (F)			
Alt Sindlingen						
Am Lachgraben						
Farbenstraße						
Feierabendweg				1 (FS)	1 (FS)	1 (FS)
Goldgewann		1 (F)				
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.						
Horles						
Huthmacherstraße						
Johann-Sittig-Str.						
Krümmling				1 (F)		
Küferstraße						
Lehmkautstr.			1 (F)			
Okrifteler Str.			1 (F)			
Pfingstbornstr.			1 (F)			
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.			1 (F)	1 (F) 1 (FS)	1 (F) 1 (FS)	1 (FS)
Weinbergstr.						
Westenbergerstr.						
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt		1 (F)	5 (F)	2 (F) 2 (FS)	1 (F) 2 (FS)	2 (FS)

Mit der ansteigenden Motorisierung wuchs auch der Bedarf an Transportfahrzeugen. Neben dem traditionellen Pferdefuhrwerk kamen mehr und mehr motorgetriebene Fahrzeuge zum Einsatz. Während private PKWs in Sindlingen bis in die 30er-Jahre eher selten zu sehen waren, bot z.B. Anton Glatt schon in den 20er-Jahren Transportfahrten z.B. in die Pfalz an. Selbstverständlich war Glatt auch einer der ersten Geschäftsinhaber, der über einen Telefonanschluss verfügte, damals durchaus nicht selbstverständlich. Auch in diesem Metier waren die 50er-Jahre „das goldene Zeitalter“: Es gab 5 kleine Speditionsfirmen mit jeweils unterschiedlichem Schwerpunkt. Als der Erwerb von privaten Automobilen möglich wurde, etablierten sich im Ort selbstverständlich auch die Fahrschulen: Strack, Hupperts, Metz usw. sorgten dafür, dass die Sindlinger gut und sicher das Autofahren erlernten.

i) Gaststätten

Zwar hat sich die Anzahl der Gaststätten in Sindlingen in den letzten Jahren nur wenig verändert, dahinter verbirgt sich aber doch ein deutlicher Wandel.

Übersicht über die Versorgungsstruktur Sindlingens im Zeitraum 1900 bis 2000

Straße	Gaststätten/Restaurants					
	1900/1910	1925/35	1955/65	1965/75	1975/85	1985/2000
Allesinastraße	1	1	1	1		
Alt Sindlingen	1	1	1	1	1	1
Am Lachgraben						
Farbenstraße	3	3	2	2	3	3
Feierabendweg	1	1	1	1	1	1
Goldgewann						
Gustavsallee						
Hakengasse						
Herbert-von-Meister-Str.						
Höchster Farbenstr.				1	1	1
Horles						
Huthmacherstraße	2	2	1	1	1	0
Krümmling						
Küferstraße						1
Lehmkauststr.						
Okrifteler Str.	3	3	2	2	1	1
Pfingstbornstr.						
Ranzengasse						
Schreinerstraße						
Sindl. Bahnstr.	1	2	2	4	4	4
Weinbergstr.					1	1
Westenbergerstr.		1				
Zehnthofgasse						
Zur Friedenseiche						
gesamt	12	14	10	13	13	13

Um das Jahr 1955 standen den Bewohnern folgende Gaststätten zur Verfügung:

- „Bayerischer Hof“ (Allesinastraße)
- „Stern“ (Alt Sindlingen)
- „Zur Mainlust“ (Farbenstraße)
- „Nassauer Hof“ (Farbenstraße)
- Café Eisen (Feierabendweg)
- „Zum Löwen“ (Huthmacherstraße)
- „Zum Adler“ (Huthmacherstraße)
- „Zur Krone“ (Okrifteler Straße)
- „Frankfurter Hof“ (Okrifteler Straße)
- „Zum Taunus“ (Sindlinger Bahnstraße)
- „Onkel Peter“ (Sindlinger Bahnstraße)

Die „älteren“ Lokale zeichneten sich dadurch aus, dass sie in der Regel einen größeren Gastraum und einen Saal vorweisen konnten, in de, insb. in den Jahren vor dem Zweiten Weltkrieg die Vereine ihre Feierlichkeiten durchführen konnten. Der „Mainzer Hof“ und die „Krone“ verfügten damals wohl über die größten Säle. Für die Ortsansässigen waren die Gaststätten damals ein geselliger und kultureller Mittelpunkt. Hier traf man sich zum Stammtisch und probte mit den Gesangsvereinen. Es wurden Konzerte veranstaltet und Theaterstücke aufgeführt. Diese Praxis änderte sich in den folgenden 30-40 Jahren: Die großen Säle (z.B. im Mainzer Hof) ließen sich nicht mehr halten, wenn kein großer Verein (ehemals der Radfahrerverein) sie regelmäßig zu nutzen wusste. Im Laufe der Jahre wurden die Lokale entweder geschlossen oder in veränderter Funktion fortgeführt: So wurde z.B. aus dem ehemaligen „Löwen“ die Alexander-Apotheke.

Es entstanden aber auch neue Gaststätten, die spezielle gastronomische Erwartungen der Sindlinger erfüllten: Aus dem ehemaligen Kaufhaus der Farbwerke in der Farbenstraße wurde zunächst der „Bierbrunnen“ bzw. eine Pizzeria, aus dem „Frankfurter Hof“ das Billardlokal „Clic-Clac“, das insb. jüngere Leute anzog. Ein Eiscafé löste das Uhren- und Schmuckgeschäft Zeh in der Bahnstraße ab, das ehemalige Ühlein-Geschäft (Ecke Pfingstbornstraße/Bahnstraße) beheimatet heute ein asiatisches Bistro. Es überlebten aber auch „klassische“ Gaststätten, die sich immer wieder den Bedürfnissen (z.B. durch „Schlachtfeste“) ihrer Gäste anpassten: So kann die Gaststätte „Zur Mainlust“ auf eine lange Geschichte zurückblicken, auch der „Taunus“ hat eine lange Tradition, allerdings mit zahlreichen Höhen und Tiefen.

Auch die „Kneipe um die Ecke“ ist in Sindlingen nicht verschwunden; davon zeugt die „kleine Bierstube „Komm rein“ im ehemaligen Drogeriegeschäft Kloppmann (Bahnstraße).

Schluss

Seit den 1960er Jahren hat sich nicht nur in Deutschland, sondern auch in kleinen Stadtteilen wie Sindlingen ein tief greifender Strukturwandel im Einzelhandel vollzogen, der die Standortstrukturen nachhaltig verändert hat. Vor Beginn des Strukturwandels ab den 60er-Jahren des letzten Jahrhunderts war die räumliche Verteilung der Nachfrage für das Versorgungssystem maßgeblich. Es bestand ein sehr enges Netz kleiner und kleinster Lebensmittelgeschäfte in den jeweiligen Wohngebieten. Die geringe räumliche Flexibilität und die begrenzten Lagermöglichkeiten machten für den Konsumenten wöchentlich mehrfache Einkäufe von Waren des kurzfristigen Bedarfs notwendig. Geschäfte für Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs fanden sich in der Regel an Knoten des öffentlichen Verkehrsnetzes, da sie nur dort für die Konsumenten erreichbar waren. Hier wirkten die gewachsenen Strukturen übergeordneter Zentren fort: Für Sindlingen war das zweifelsohne Höchst mit seiner zentralen Einkaufspassage in der unteren Königsteiner Straße.

Mit dem Aufkommen des motorisierten Individualverkehrs, dem Einkommensanstieg, den verbesserten Lagerungsmöglichkeiten erhöhte sich die Flexibilität der Konsumenten erheblich. Die Geschäfte im Nahbereich verloren an Bindungswirkung und es setzte eine Umorientierung auf weiter entfernte, aber attraktivere Einzelhandelsstandorte ein.

Richteten sich die Standorte bis dahin nach der räumlichen Verteilung der Nachfrage, entstanden zunehmend Verkaufsstellen und „Einzelhandelspakete“ in straßenverkehrsgünstigen Lagen außerhalb der traditionellen Geschäftslagen des Ortes. Im Lebensmitteleinzelhandel ist der Strukturwandel besonders weit fortgeschritten. Er ist gekennzeichnet durch das Auftreten neuer (großflächiger) Betriebsformen. Damit einher gingen eine Verkaufsflächenausweitung (insb. durch die Verbrauchermärkte) bei gleichzeitigem Rückgang der Verkaufsstellen und Konzentrationsprozessen auf der Angebotsseite. Der Betriebsformenwandel kann dabei wohl als Motor der Entwicklung angesehen werden. Räumliche Auswirkungen des ablaufenden Strukturwandels sind weitreichende Veränderungen in den Standortstrukturen des (Lebensmittel)-Einzelhandels. Insbesondere die Entstehung von Geschäften außerhalb der gewachsenen Wohnbereiche sowie die Ausdünnung des Versorgungsnetzes innerhalb dieser Wohnbereiche sind hier zu beobachten. Die insb. in den 90er-Jahren entstandenen Filialen weisen deutlich größere Verkaufsflächen aus und eine ausreichende Anzahl von Parkplätzen. Diese Veränderungen im Standortsystem wirken sich wiederum auf die Versorgungssituation der Bevölkerung aus. Vollsortimenter wie REWE oder EDEKA mussten diesem Trend folgen und ebenfalls größere Verkaufsflächen erreichen, was durch die bauliche Enge in den gewachsenen Wohnlagen häufig nicht mehr zu erreichen war. D.h. auch diese Supermärkte suchten autogerechte Standorte außerhalb des Wohnortszentrums. Vor allem die städtischen Randzonen erfuhren dabei einen Bedeutungsverlust, gleichzeitig sind die Distanzen zwischen Versorgungseinrichtungen und Wohnorten im Mittel angewachsen, was die Sicherung der Nahversorgung verschlechtert und teilweise sogar gefährdet. Gleichwohl ist aber nicht davon auszugehen, dass der Wandlungsprozess des Einzelhandels abgeschlossen ist.

Die Betreiberkonzepte und das Einkaufsverhalten haben sich in den letzten Jahrzehnten geändert und werden sich auch in Zukunft wieder ändern. Bisher führten autoorientierte Angebote in Außenlagen dazu, dass Standorte mit guten Parkmöglichkeiten ausgebaut und kleinflächige Standorte in Wohnbereichsnähe aufgegeben werden

mussten. Diese veränderten Betreiberkonzepte haben nun ihrerseits wiederum Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Bevölkerung genommen. „Die fußläufige Nahversorgung ... kann deshalb als hochgradig gefährdet angesehen werden. Dabei sind alle Nahversorgungsanbieter auf die hochfrequentierten Lebensmittelanbieter angewiesen, die für die erforderliche Basisfrequenz am Standort sorgen,“ (so ein Arbeitspapier des Deutschen Städtetages aus dem Jahr 2005).

Die Verlagerung der Vollsortimenter auf Plätze außerhalb der Wohngebiete bedeutet nun auch einen Kaufkraftabfluss, der sich negativ auf andere ansässige Geschäfte im Nahbereich auswirkt.

Es war auch in Sindlingen zu beobachten, dass Discounter auch den Supermarkt „um die Ecke“ gefährden. Damit verlieren aber auch die kleinen Nahversorgungsstandorte ihren Magneten. Dabei ist auch zu bedenken, dass der demographische Wandel der Bevölkerung wieder eine fußläufige Erreichbarkeit notwendig machen wird. Deswegen müssen Lösungen gefunden werden, um den die fußläufige Erreichbarkeit mit Gütern und Dienstleistungen des alltäglichen Bedarfs nicht aufgegeben wird. (ebd.)

Der Städtetag sieht in seinem Positionspapier eine Verkaufsfläche ab 700 m² als Zielgröße an. Dieses Kriterium erfüllt der REWE-Supermarkt in der Bahnstraße. Weiterführende Angebote werden in Sindlingen wohl kaum umgesetzt werden können, da die großen Anbieter im Lebensmittelbereich ihre Standardkonzepte haben:

- Discounter: 800-1000 m² Verkaufsfläche, 100 – 150 Stellplätze, 5000 m² Grundstück, Hauptverkehrsstraße
- Vollsortimenter: 1200 bis 1500 m² Verkaufsfläche, 120 – 150 Stellplätze
- Verbrauchermarkt: ab 3000 m² Verkaufsfläche, 250 bis 300 Stellplätze
- Eine „Paketlösung“ (Lebensmitteldiscounter ab 800 m², ein Vollsortimenter ab 1200 m² Verkaufsfläche, ein Getränkemarkt ab 600 m² Verkaufsfläche, ein Drogeriemarkt ab 600 m² Verkaufsfläche, ergänzend ein Bäcker, Metzger und ggf. auch einen Textildiscounter mit 400 bis 600 m² Verkaufsfläche, der dafür ca. 15.000 m² Grundstücksfläche und ca. 300 Stellplätze benötigt,

das wird in Sindlingen nicht zu realisieren sein. Die Frage ist, ob dies auch wünschenswert wäre.

Der Städtetag betont auch noch, dass die „Warendistribution in kleineren, nicht an Großanbieter gebundenen Geschäfte ... kostenintensiv (ist) ... Selbstständige Einzelhändler mit kleineren Flächen haben sogar Schwierigkeiten überhaupt vom Großhandel beliefert zu werden“ (ebd.)

So kommt der Städtetag zu dem Schluss, ein Zentrenkonzept zu entwickeln und bau- und planungsrechtliche Instrumentarien konsequent einzusetzen.

Wirken sich die geschilderten Tendenzen auf die Attraktivität des Stadtteils aus?

Im Jahr 2014 legte das Jugend- und Sozialamt der Stadt Frankfurt die Ergebnisse eines „Monitoring 2013 zur sozialen Segregation und Benachteiligung in Frankfurt am Main“ vor. (Verfasser Pia Bolz, Dr. Herbert Jacobs, Nicole Lubinski). Hier flossen die Untersuchungsergebnisse aus dem Jahr 2012 ein. Diese Studie kommt zu dem Schluss, dass Sindlingen durch eine relativ hohe soziale Belastung gekennzeichnet sei. Die Arbeitslosendichte, d.h. die Zahl der Arbeitslosen bezogen auf die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter von 15 bis unter 65 Jahren, lag bei 7,5% (in Frankfurt

insg. bei 5,3%), ca. 16% der Sindlinger Bewohner erhielten „existenzsichernde Mindestleistungen“ (in Frankfurt insg. nur 12%). Insgesamt kam diese Studie zu dem Ergebnis, dass die soziale Benachteiligung in Sindlingen im Zeitraum 2009 bis 2012 deutlich zugenommen hat: Auf einer Skala von 109 Stadtteilbezirken Frankfurts steht Sindlingen (Süd) im Jahr 2012 auf Platz 90 (im Jahr 2009 Platz 81), Sindlingen (Nord) auf Platz 89. Die Verschlechterung der Positionierung betrifft nur Sindlingen (Süd) und resultiert aus der Zunahme von Personen mit „existenzsichernden Mindestleistungen“ und der Zunahme der „Arbeitslosendichte“. Unter diesen Aspekten wird sich die politische Diskussion in Zukunft sicherlich mit den Zukunftsperspektiven dieses Stadtteils beschäftigen müssen. Wie kann Sindlingen attraktiv werden für den Zuzug neuer Bevölkerungsgruppen?

Es kann sicherlich nicht die Absicht einer historisch angelegten Arbeit sein, Empfehlungen für die Zukunft auszusprechen. Da spielen zweifelsohne weitere Faktoren ein, die in der vorliegenden Analyse überhaupt nicht untersucht wurden. Dennoch stimmt das Resümee der letzten hundert bzw. fünfzig Jahre für die Entwicklung des Stadtteils doch nachdenklich.

Eigentlich hat Sindlingen gute Entwicklungschancen: Der Industriepark Höchst und die gute Erreichbarkeit des Großflughafens Fraport, die gute Verkehrsanbindung per öffentlichem Nahverkehr und per Autobahn, all das müsste eigentlich gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung schaffen.

Aber: Sindlingen (ähnlich wie Höchst) ist von der positiven Entwicklung im Frankfurter Westen weitgehend ausgeschlossen geblieben. Entlang der A66, von Eschborn und der ganzen Flughafenregion, entstanden in den letzten Jahrzehnten viele neue Arbeitsplätze. Standorte wie Eschborn, Niederrad oder der Flughafen haben nachgeordnete Bereiche von Konzernzentralen angezogen. Sicherlich sind hierbei die bei Führungskräften beliebten Wohnbezirke im Vordertaunus nicht zu vernachlässigen.

Dennoch: Ob über die Ansiedlung von Dienstleistungsarbeitsplätzen oder über die Schaffung von Wohnmöglichkeiten neue Impulse für den Stadtteil geliefert werden können, muss die öffentliche Diskussion klären. Sicherlich ist die Wohnfunktion dabei zu erhalten. Standorte in der Nähe der zwei S-Bahnhöfe bieten sich m.E. für die Erschließung an, aber auch im eigentlichen Ortskern lassen sich Flächen für neue Angebote finden. Der zu beobachtende Mangel an bezahlbaren Baugrundstücken für Ein- bis Vierfamilienhäuser könnte dem Stadtteil helfen, seine ins Ungleichgewicht geratene soziale Mischung etwas zu korrigieren.

Wichtig scheint mir aber, dass Sindlingen einen großen Schritt nach vorn wagen muss, um seine Entwicklung voranzutreiben. Das wird nicht konfliktfrei ablaufen, es wäre aber ein Schritt, um das eher negativ geprägte Image dieses Stadtteils zu korrigieren. Um dem Bedeutungsverlust aktiv zu begegnen, ist „eine aktive Standortpolitik“ gefragt, um die gewachsenen Strukturen auf Dauer gegen den enormen Druck der Handelsunternehmen zu verteidigen. Die Schaffung von Einkaufsmagneten und integrierten Einzelhandelsflächen zur Erreichung einer Mindestgröße muss in der Nähe des Stadtteilzentrums erfolgen, nicht auf einer autogerecht erschlossenen Brachfläche in der Nähe.

(vgl. hierzu M. König, Die Krise großstädtischer Subzentren, 2007)

Literatur

Festschriften u.ä.

- Erster Sindlinger Schwimmklub 1901 e.V. (1926)
- Festschrift zur Goldenen Jubelfeier des Gesangvereins Sangerlust (1931)
- Kerbe-Zeitung der Sindlinger Kerbeborsch Jahrgang 1930/31 (Oktober 1950)
- Jubiläums-Liedertag des Sänger-Quartetts „Arion“ (1951)
- Festschrift zum 75-jährigem Jubiläum des MGV „Sangerlust“, 1881 (1956)
- Festschrift zum 100jahrigem Jubiläum des Mannergesangvereins 1859 (1959)
- Festschrift 75-jähriges Vereinsjubilum Mannergesangverein „Meenzerhofgesellschaft“ (1964)
- Liederheft und Programm zur Prunk-Femden-Sitzung des 1. Sindlinger Karnevalvereins 1925 (1967)
- 50 Jahre Sänger-Quartett Arion (1971)
- 100 Jahre Turnverein 1875 e.V. Sindlingen (1975)
- 75 Jahre Deutsches Rotes Kreuz Ffm-Sindlingen (1976)
- Festschrift zum 30jahrigem Jubiläum der Arbeiterwohlfahrt Ortsverein F-Sindlingen e.V. (1976)
- 90 Jahre MGV „Meenzerhofgesellschaft“ F-Sindlingen (1979)
- „50 Jahre“ Kanu Club Kapitän Romer 1932 e.V. (1982)
- 125 Jahre MGV Sangerlust 1859/81 (1984)
- 75 Jahre Meisterschule (1985)
- 1200 Jahre Sindlingen (Festzeitung) (1991)
- 75 Jahre Arion-Chor Ffm-Sindlingen (1996)
- Das Fest '97: 125 Jahre Männerchor/20 Jahre Frauenchor GV Germania
- 90-jähriges Jubiläum 1. FC Viktoria Sindlingen (2000)
- 77 Jahre 1. Sindlinger Karnevalverein 1925 e.V. / 22 Jahre Ehre senat der Sindlinger Fastnacht e.V. (2001/2002)

Otto Zucker: Pfarrfuhrer St. Dionysius (1956)

Andersen, A., Der Traum vom guten Leben, 1997

Berekoven, Ludwig, Geschichte des deutschen Einzelhandels, 2. Aufl., 1987

Deutscher Städtetag, Nahversorgung in den Städten (Arbeitspapier), 2005

Focus (Hrsg.), Der Einzelhandel im Wandel, 2003

Industrie- und Handelskammer Frankfurt, Einzelhandel und demographischer Wandel, 2013

Magistrat der Stadt Frankfurt, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Frankfurt am Main 2003

Nitt-Drieelmann, Einzelhandel im Wandel, 2013

Protzner, Vom Hungerwinter bis zum Beginn der Fresswelle

Vollert, Adalbert, Sindlingen – ein Frankfurter Stadtteil einst und jetzt, 1991

Wildt, M., Am Beginn der „Konsumgesellschaft“, 1994

Außerdem diverse Zeitungen und Zeitschriftenaufsätze, die im Text jeweils angegeben sind.

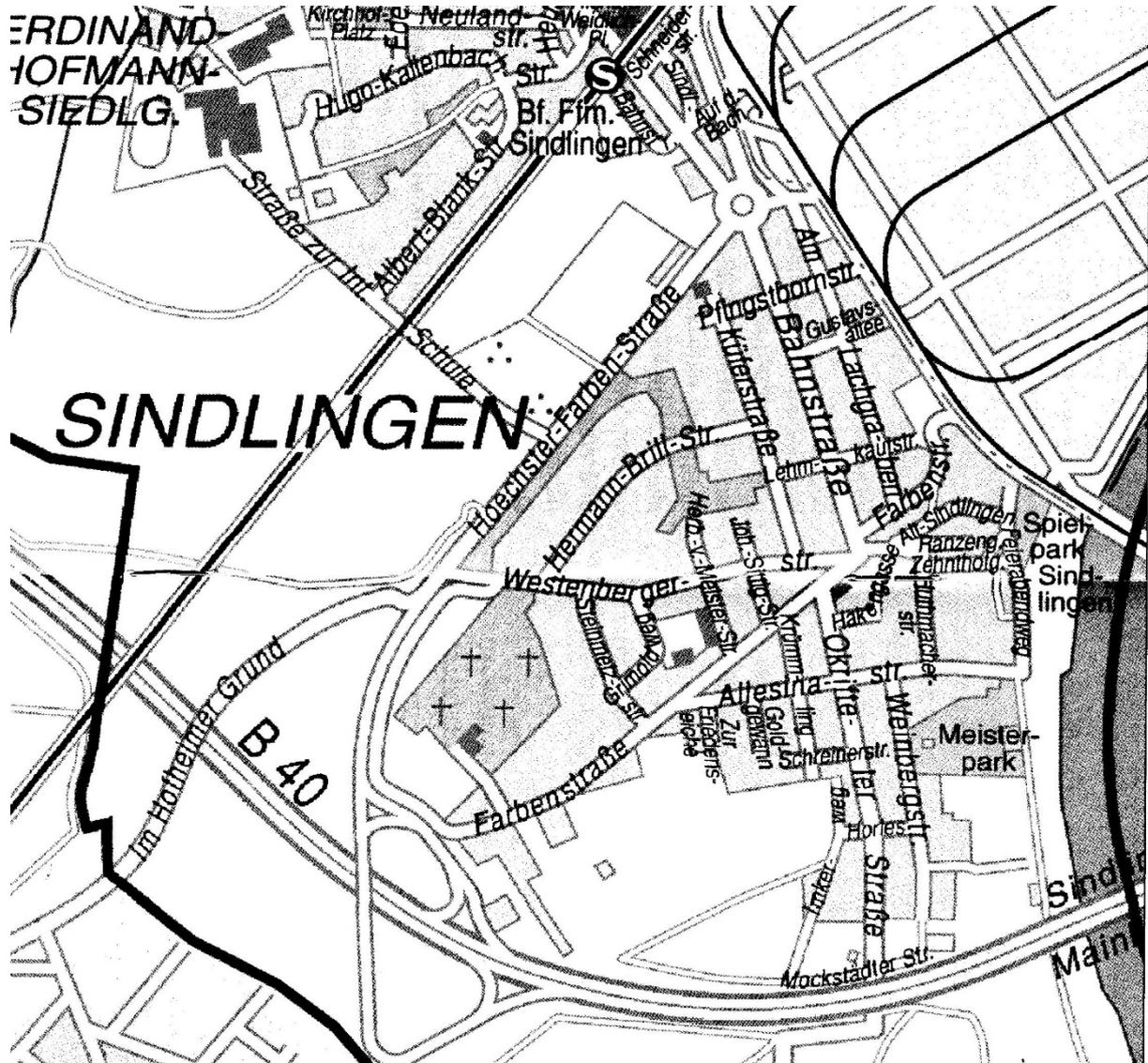
Dokumentation

der Sindlinger

Versorgungseinrichtungen

- nach Straßen geordnet

Ausschnitt aus dem Stadtplan von Frankfurt-Sindlingen



(Quelle: Stadtvermessungsamt Frankfurt, 2008, Lizenz-Nummer 6233-4308-D,

entnommen der Broschüre „Sindlingen – hier bin ich zu Hause“: Ein Wegbegleiter durch den Stadtteil Sindlingen in Frankfurt am Main, hrsg. Vom Regionalrat F-Sindlingen

