

Vereintes Land, vereinter Handel



WUT UND WENDE

Friedliche Revolution und Mauerfall

Versorgung und Konsum spielen beim gesellschaftlichen Umbruch östlich des Eisernen Vorhangs eine wichtige Rolle. Der Protest gegen das sozialistische Regime wird in erheblichem Maße auch von der Unzufriedenheit der Menschen mit der materiellen und wirtschaftlichen Lage im Land befeuert. Mit dem Fall der Mauer am 9. November 1989 öffnen sich für die DDR-Bürger nicht nur die Grenzen zur weiten Welt, sondern auch zu einem Warenangebot, das ihnen bislang nur aus dem Fernsehen bekannt war.

von Marvin Brendel

Die politische Situation in der DDR spitzt sich im Sommer 1989 zu. Bei den Kommunalwahlen am 7. Mai hatten Bürgerrechtler erstmals die von vielen bislang nur vermutete Wahlfälschung tatsächlich nachgewiesen. Es folgt ein Proteststurm gegen das SED-Regime mit zahlreichen Eingaben, Aktionen und Anzeigen. In Budapest, Prag und Warschau wollen DDR-Bürger durch die Besetzung der westdeutschen Botschaften ihre Ausreise erzwingen. In der DDR prägen im Herbst 1989 vor allem die Montagsdemonstrationen in Leipzig, Berlin, Halle und zahlreichen anderen großen und kleineren Städten das Bild der friedlichen Revolution. Die Kritik der Demonstranten richtet sich nicht zuletzt auch gegen die Versorgungslage in der DDR. Die Unzufriedenheit mit dem qualitativen und quantitativen Warenangebot

war gerade in den 1980er-Jahren noch einmal deutlich gestiegen. Durch die hohe Devisenverschuldung war die DDR damals nicht mehr in der Lage, ihre sinkende wirtschaftliche Leistungsfähigkeit mit Importen für den Konsumbereich auszugleichen.

Um das Handelsbilanzdefizit gegenüber den westlichen Ländern zu senken, sah sich die Regierung vielmehr zu einer Ausweitung der Exporte gezwungen. Die Folgen zeigten sich im Einkaufsalltag vieler Bürger: Leere Regale, Warteschlangen vor Geschäften und lange Lieferzeiten für Produkte wie Möbel, Pkw oder Elektrogeräte waren die Regel. Gute Beziehungen zum Verkaufspersonal wurden daher gepflegt, knappe Produkte gekauft, wenn sie erhältlich waren. Was man nicht selbst brauchte, konnte immer noch als Tauschmittel oder zur Beglückung der Verwandtschaft dienen. Große Gefrierschränke anzuschaffen, um begehrte Nahrungsmittel horten zu können, war ebenso üblich, wie Einkaufsbeutel für sich plötzlich ergebende Kaufgelegenheiten mit sich zu führen. Dass die DDR-Bürger beständig die Warenvielfalt des Westens vor Augen hatten, befeuerte die Unzufriedenheit weiter. Durch das weit verbreitete Westfernsehen, die Pakete der Westverwandtschaft und die DDR-Intershops, in denen es die begehrten Westprodukte für Westgeld zu kaufen gab, hatten sie die Verlockungen des kapitalistischen Systems stets vor Augen.

Insofern verwundert es nicht, wenn Wissenschaftler die friedliche Revolution von 1989 rückblickend auch als „Konsumrevolution“ interpretie- →



Großer Grenzverkehr: DDR-Bürger überqueren am 10. November 1989 den Grenzübergang Rudolphstein in Richtung Westen.



Poesie des Protests: Auch die mangelhafte Warenversorgung in der DDR ist für viele Bürger ein Grund, auf die Straße zu gehen. Doch anstelle rein materialistischer Forderungen nach westlichem Überfluss geht es den Teilnehmern einer Leipziger Montagsdemonstration im Herbst 1989 um grundlegende Reformen in Wirtschaft und Politik.

ren. Bei einer Umfrage des Leipziger Instituts für Marktforschung im Dezember 1989 gaben 91 Prozent der befragten Ostdeutschen an, ein besseres Warenangebot sei ihnen wichtig. Damit verwies der Wunsch nach besseren Konsumangeboten andere Ziele, wie politische Reformen (87 Prozent), freie und geheime Wahlen (85 Prozent) oder freie Reisemöglichkeiten (70 Prozent), auf die Plätze. So überrascht es nicht, dass die DDR-Bürger nach dem Mauerfall die westdeutschen Geschäfte stürmen, um diese und die neue Warenwelt zu erkunden. Dafür stehen ihnen pro Person 100 DM zur Verfügung – das sogenannte Begrüßungsgeld. Mit dieser 1970 eingeführten Zuwendung wollte die Bundesrepublik DDR-Bürgern den Aufenthalt im Westen erleichtern. Gegen Vorlage eines Personalausweises oder Reisepasses kann jeder Besucher aus der DDR das Begrüßungsgeld erhalten.

Ein ganzes Land im Schlussverkauf

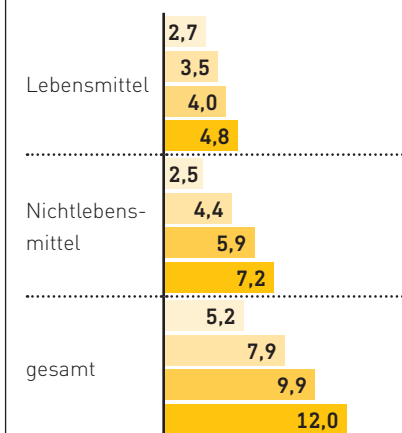
In den Tagen und Wochen nach dem Mauerfall öffnen vor allem in Westberlin und an der innerdeutschen Grenze viele Händler sogar an Wochenenden bis spät in die Abendstunden ihre Geschäfte für die neue Kundschaft. In der DDR tauchen bald die ersten

fliegenden Händler aus den alten Bundesländern auf. Aus Kofferräumen und von Lkw-Ladeflächen herab verkaufen sie Waren, auf die Konsumenten im Osten jahrelang verzichten mussten. Besonders gefragt sind Südfrüchte, Gemüse, Kosmetika, Bekleidung, aber auch Teppiche und Joghurt. Doch nicht nur die Händler kommen. Auch die westdeutschen Konsumenten kaufen mit ihrer starken D-Mark gerne im Osten ein. Auf ihren Einkaufszetteln stehen unter anderem Haushalts- und Eisenwaren, Unterwäsche sowie Fleisch und Kartoffeln. 1989 nimmt der Einkaufstourismus in die DDR solche Ausmaße an, dass die DDR-Regierung noch im November 1989 mit einem Beschluss versucht, den „Abverkauf an ausländische Staatsbürger“ einzudämmen.

Am 1. Juli 1990 wird mit der Währungsunion die D-Mark in der DDR eingeführt. Für den ostdeutschen Einzelhandel bringt das jedoch nicht die erhoffte Wende zum Besseren. Stattdessen fällt er, wie der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) in seinem Jahresbericht für 1990 konstatiert, „in ein tiefes Loch“. Demnach fehlen damals in den Kassen der ostdeutschen Einzelhändler Monat für Monat zwischen vier und fünf Milliarden D-Mark. Der HDE

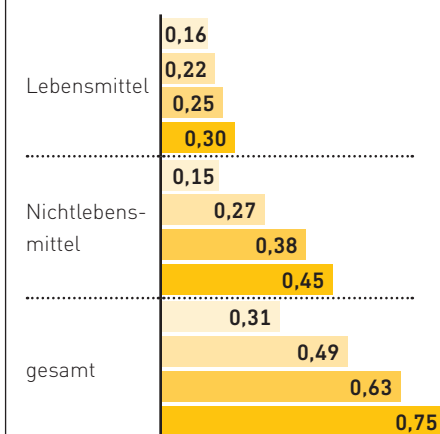
VERKAUFSFLÄCHE IM OSTDEUTSCHEN EINZELHANDEL

(Angaben in Millionen Quadratmetern)



EINZELHANDELSVERKAUFSFLÄCHE IN DEN NEUEN BUNDESLÄNDERN

(Quadratmeter je Einwohner)



Quelle: HDE

führt das insbesondere auf die „überaus geringen Verkaufsflächen“ zurück, die „eine verbraucherrechte Präsentation des Angebotes unmöglich machen“. 1989 beträgt die gesamte Verkaufsfläche in der DDR gut fünf Millionen Quadratmeter. Auf jeden der 16,43 Millionen Einwohner kommt somit knapp ein Drittel Quadratmeter Einkaufsfläche. In der alten Bundesrepublik sind es je nach Zählweise zwischen 1,0 und 1,3 Quadratmeter je Einwohner. Entsprechend unterschiedlich sind die durchschnittlichen Größen der Verkaufsflächen: In der DDR sind es im Schnitt 68 Quadratmeter, in Westdeutschland 219 Quadratmeter je Verkaufsstelle.

Einen weiteren wichtigen Grund für den Niedergang des überwiegend von den Geschäften der „Handelsorganisation“ (HO) und der Konsumgenossenschaften dominierten DDR-Einzelhandels sieht der HDE in dieser Monostruktur, die „die für den bundesdeutschen Einzelhandel typische Angebots- und Vertriebsvielfalt vermissen lässt“. Mangelnde Kenntnisse beim eigenverantwortlichen Wareneinkauf, der Preiskalkulation und beim Marketing sowie eine fehlende Orientierung an den Kundenbedürfnissen, die sich etwa in wenig verbraucherfreundlichen Öffnungszeiten ausdrückt, verschärfen das Problem. Hinzu kommt die Wucht, mit der westdeutsche Handelsunternehmen in den neuen Markt drängen und die Wettbewerbsintensität erhöhen.

Aufbau Ost im Einzelhandel

Dabei wollen die westdeutschen Handelsfirmen anfangs durchaus mit dem DDR-Handel zusammenarbeiten, beispielsweise im Rahmen von Belieferungsvereinbarungen mit ostdeutschen Handelseinrichtungen. So versorgt die Westberliner Firma Reichelt ab Mitte Februar 1990 vier Ostberliner Kaufhallen mit frischem Obst und Gemüse. Abgerechnet werden die jeweiligen Tagespreise zum Kurs von 1 : 3, sodass beispielsweise am 19. Februar eine Kiwi 1,90 Ost-Mark, eine Gurke 8,70 Ost-Mark oder ein Kilogramm Bananen 8,40 Ost-Mark kosten. Trotz der relativ hoch erscheinenden Preise stößt das



Kurz vor Ladenschließung: Das Feinkostgeschäft in Fürstenwalde mit kleiner Verkaufsfläche und in maroder baulicher Verfassung steht beispielhaft für die Lage des Einzelhandels in der späten DDR.

Angebot auf großen Zuspruch. Allerdings zeigt sich bei solchen Ost-West-Kooperationen rasch, dass die Handelsbetriebe der DDR nicht über die logistischen, finanziellen und personellen Strukturen verfügen, um die neuen Anforderungen tatsächlich bewältigen zu können.

Mit Währungsunion und Deutscher Einheit schwinden für die westdeutschen Handelsgruppen jedoch das Währungsrisiko und die rechtlichen Unsicherheiten, die ihr Engagement in Ostdeutschland bis dato gehemmt hatten. Sehr bald beginnen sie also damit, eigene Handelsstrukturen aufzubauen. Im Zuge dessen etablieren sie im Osten ungekannte Vertriebsformen, insbesondere Discounter und große SB-Warenhäuser, richten die Warendistribution komplett neu aus und steigern zügig die →

Größe der Verkaufsflächen. In der Folge präsentiert sich der Handel in den neuen Bundesländern bereits ein Jahr nach der Währungsunion am 1. Juli 1990 „wesentlich leistungsfähiger, vielfältiger und bunter als zuvor“, wie der HDE in seinem Jahresbericht für 1991 bilanziert.

Neben dem desolaten Zustand der Verkehrsinfrastruktur, den mangelhaften Kommunikationsverbindungen und häufig fehlenden Ansprechpartnern in der Administration der sich auflösenden DDR ist der Mangel an ausreichend großen und zeitgemäß ausgestatteten Verkaufsräumen das wohl größte Problem der westdeutschen Handelskonzerne bei ihrem „Aufbau Ost“. Anfänglich weichen die Unternehmen daher vielfach in Provisorien wie große Zelte aus oder widmen Lager- und Fabrikhallen zu Verkaufsflächen um. Für ihre Neubauten zieht es sie dann vor allem auf die grüne Wiese an den Stadträndern, wo die Kommunen bevorzugt neues Bauland zu günstigen Konditionen ausweisen. Verkehrsgünstig gelegen, bietet sich den Handelskonzernen dort viel Platz für große Verkaufsflächen und viele kostenlose Parkplätze.

Geburtsfehler mit Folgen

Die Entwicklung, deren Folgen bis heute nachwirken, begleitet der Handelsverband durchaus kritisch: „Entgegen dem Rat des HDE sind die neu gebauten Einkaufsstätten überwiegend auf der grünen Wiese entstanden, in Form gewaltiger, Kaufkraft aufsaugender Einkaufszentren und Fachmarktparks, aber auch solitärer Projekte am Stadtrand.“ Während sich im Westen rund 80 Prozent aller Großbetriebe wie Waren-, Kauf- und Bekleidungshäuser in den Innenstädten oder in Stadtteilzentren befänden, seien es im Osten nur 20 Prozent. Dies lasse, so der Verband, den Innenstädten und dem dort ansässigen Einzelhandel kaum Entwicklungschancen. Doch insgesamt, so bilanziert der HDE in seinem Arbeitsbericht 1993, befinde sich der ostdeutsche Einzelhandel „auf dem Weg zur Normalität“: Die ostdeutschen Händler „haben gelernt, Bedarf beim Kunden zu erzeugen,

mit wechselnden Nachfragetrends umzugehen und die Preispolitik den Erfordernissen anzupassen“. Wettbewerb empfinden sie „nicht mehr als Bedrohung“, ihre Probleme gleichen sich denen der westdeutschen Händler an.

Als „besorgniserregend“ bewertet der Verband allerdings die Flächenexpansion. Bis Ende 1993 ist die Verkaufsfläche im ostdeutschen Einzelhandel auf rund zwölf Millionen Quadratmeter angewachsen, die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner beträgt 0,75 Quadratmeter. Unter Berücksichtigung der Kaufkraft, die im Osten nur bei rund 70 Prozent des Westniveaus liegt, hat die Verkaufsfläche in den neuen Bundesländern damit zum westdeutschen Niveau aufgeschlossen. Für etliche Regionen und Branchen ist teilweise vom „Overstoring Ost“ die Rede. Ab 1995 kommt es dann zu erwarteten Konsolidierungs- und Bereinigungsprozessen mit allenfalls schwachen Umsatzzuwächsen, Schließungen und zunehmender Konzentration.

Begleitet wird die Transformation durch die neuen Einzelhandelsverbände auf dem Gebiet der früheren DDR. Bereits im Dezember 1989 entsteht der „Verband Thüringer Kaufleute“ als erster Arbeitgeberverband des Handels in der DDR. Auch in Ostberlin und den anderen neuen Bundesländern gründen sich in den folgenden Monaten neue Handelsverbände. Im Mai 1990 etablieren sie einen gemeinsamen Sprecherrat, der die Interessen des privaten Handels gegenüber Regierung und Behörden der noch existierenden DDR vertritt. Anfang November 1990 werden die ostdeutschen Handelsverbände feierlich in den HDE aufgenommen. ■

Zum Einkauf nach Nirgendwo: Das neue Einkaufszentrum Saale-Park wird Ende 1991 am Schkeuditzer Kreuz eröffnet und entzieht dank seiner verkehrsgünstigen Lage den Großstädten Leipzig und Halle viel Kaufkraft. Mit 76 000 Quadratmetern Verkaufsfläche und 7 000 Parkplätzen gehört die Anlage zu den zehn größten Shoppingcentern Deutschlands.

