



*Um 1930 Neumühler Straße Nr. 44 auf der Schwarzen Heide
Lebensmittelgeschäft Carl Bellenberg*

Juli 1999

<i>Montag</i>		<i>5</i>	<i>12</i>	<i>19</i>	<i>26</i>
<i>Dienstag</i>		<i>6</i>	<i>13</i>	<i>20</i>	<i>27</i>
<i>Mittwoch</i>		<i>7</i>	<i>14</i>	<i>21</i>	<i>28</i>
<i>Donnerstag</i>	<i>1</i>	<i>8</i>	<i>15</i>	<i>22</i>	<i>29</i>
<i>Freitag</i>	<i>2</i>	<i>9</i>	<i>16</i>	<i>23</i>	<i>30</i>
<i>Samstag</i>	<i>3</i>	<i>10</i>	<i>17</i>	<i>24</i>	<i>31</i>
<i>Sonntag</i>	<i>4</i>	<i>11</i>	<i>18</i>	<i>25</i>	

Bei Tante Emma gab es alles zu kaufen

Der "Tante-Emma-Laden" ist heute ein nostalgischer Begriff geworden für die Einkaufsläden im Wohnbezirk, gleich um die Ecke, wohin man, wenn man etwas vergessen hatte, auch ein Kind schicken konnte. In diesen heimischen Geschäften, wie sie heute nur noch in Kinderbüchern dargestellt werden, konnte man wirklich alles für den täglichen Gebrauch kaufen.

Ein gutgeführter "Tante-Emma-Laden" war Zivilisation und ein Stück Kultur. Hier wurden über fast ein Jahrhundert Waren des täglichen Bedarfs an Menschen verteilt. Sie wurden zum Kommunikationszentrum, hier redeten Menschen miteinander, tauschten Neuigkeiten aus. Es war aber auch der Ort, wo Klatsch und Tratsch blühten.

Vor und nach dem Krieg war der Arbeitsaufwand dieser Geschäfte besonders aufwendig. Die Zuteilung der Waren erfolgte über Lebensmittelkarten. Ständig wurden bestimmte Waren und Mengen aufgerufen, und der Kaufmann, meistens war es die Ehefrau, sammelte die Kartenabschnitte, um dafür wieder neue Rationen zu bekommen. Noch viel schwerer war das Verteilen der Waren auf die Kundschaft, wenn draußen lange Schlangen sich bildeten und mancher Käufer wieder nach Hause gehen mußte, weil die zugeteilten Angebote ausverkauft waren.

"Ding-Dong" klang es, wenn der Kunde durch die Ladentür trat. In Schrankwänden mit vielen Regalen, Haken und Schubläden, in Kisten, Truhen und Säcken war Ware verstaut. Jede Raumecke hatte ihre besondere Verkaufsfunktion. Fleisch und Wurst, Butter und Käse, Oele und Fette waren fein säuberlich getrennt. Es wurde alles abgewogen, jeder konnte auf den Zeiger der Waage schauen. In Tüten, Gläsern und Packpapier wurden dem Kunden die Konsumgüter mitgegeben. Weiße Kittel oder Schürzen, oft sogar ein weißes Häubchen, rundeten das Bild im Krämerladen ab. Jeder Kunde wurde freundlichst begrüßt. Man kannte sich; man gehörte zur nahen oder umliegenden Nachbarschaft. Häufig war zu hören: "Darf es etwas mehr sein?" oder "Mama kommt bezahlen, wenn der Papa Lohntag hat". Ja, das "Anschreiben" oder "auf Latte" kaufen war noch möglich. Dem Käufer wurde Vertrauen entgegengebracht, später um so mehr zum Erhalt der Kundschaft. Das "Kucki-Buch" lag immer wohlbehütet unter der Theke. Heute im SB-Markt ist für solch ein Buch kein Platz mehr; dafür räumen die Geldinstitute Überziehungskredite ein. So haben sich die Zeiten gewandelt.

Die 70er Jahre brachten die stets sauberen, weißen Schürzen der "Tante Emma" in arge Bedrängnis, und viele Kolonialwarengeschäfte mußten schließen. Das Bild der Städte wurde immer mehr von Kaufhäusern und Filialen großer Ladenketten geprägt.

Gegen die aufkommenden Giganten der SB-Branche mit ihren Supermärkten hatten die kleinen Emmaläden keine Chance mehr. Die Angebotspaläste bieten zwar alles, von der Mettwurst bis zum Staubsauger, aber das menschliche Miteinander ist dabei abhanden gekommen. Schade ist es teilweise.

Natürlich ist ein kleiner Supermarkt immer noch größer als der größte Kolonialladen. Der wirkliche Unterschied ist jedoch darin zu sehen, daß die Arbeit früher vom Verkäufer getan wurde, heute muß der Kunde sie selber tätigen. Im Lebensmittelladen alter Prägung mußten die Verkäufer laufen, sie mußten aus Fässern, Säcken, Schubladen, Töpfen und Blechkästen Salzheringe, Mehl, Nudeln, Schmalz und Öl zusammentragen, abwiegen und noch dazu auf die Qualität hinweisen, denn sie waren auch ihre einzigen Werbeträger. Fernsehwerbung und Zeitungsbeilagen gab es noch nicht.

Die Familien konnten in ihren neuen Kühlschränken und Gefriertruhen mehr Lebensmittel aufbewahren und somit auch die Sonderangebote der Großläden nutzen. Nachwuchssorgen kamen auf; jungen Verkäufern und Fachpersonal boten sich in Supermärkten und größeren Betrieben bessere Verdienstmöglichkeiten und Aufstiegschancen. Fachmärkte für Bau- und Heimwerker sowie Filialen von Handelsketten für Schuhe, Bekleidung, Parfüm, Schreibwaren u.s.w. bestimmten die Preise.

Die Groß- und Supermärkte verlagerten sich an die Peripherie der Wohngebiete; sie lockten mit Parkplätzen, preiswertem Sprit, Einkaufswagen und vielen Sonderangeboten. Der Slogan hieß: Ein schöner Einkaufstag - alles unter einem Dach.

Natürlich wird man eingestehen, daß die Zeit praktischer und rationeller geworden ist. Alles ist heute portioniert und vorgepackt. Es gibt keine Gewichtsteine mehr, die gute alte Waage ist abgeschafft, und Flaschen für Milch und Oel brauchen auch nicht mehr mitgebracht zu werden. Die Wurst ist vakuum verpackt, Mayonnaise gibt's in der Tube, und neben Obst und Gemüse liegen stapelweise Zeitschriften und Empfehlungen, wie der Mensch sich verhalten soll.

Große Vorteile der Supermärkte sind natürlich nicht zu übersehen. Parkplatzangebote für die Autos sind Voraussetzungen. Die Kaufabwicklung ist wesentlich übersichtlicher und schneller geworden. Dadurch, daß der Kunde qualitäts- und preisbewußter geworden ist und die Märkte sich darauf eingestellt haben, ist das Umtauschen von Waren bedeutend einfacher geworden.

Die Haushalte sind auf die neue Zeit fixiert und ausgerichtet. Die Kellerregale und Vorratsschränke stehen voll mit angebrochenen Tüten und Packungen. In den meisten Küchen stehen Geräte zur Schnellzubereitung von speziell vorbereiteten Speisen. Essenzzubereitungen aus vielen Einzelteilen und Zutaten werden immer weniger,