

DARF'S A BISSERL MEHR SEIN?

Selbstbedienung spart Zeit



Vor 70 Jahren eröffnete die Linzer Konsumgenossenschaft den ersten Supermarkt in Österreich. Das Konzept Selbstbedienung machte Konsum zum Top-Player im heimischen Lebensmittelhandel, doch die Konkurrenz schlief nicht. Eine Supermarkt-Zeitreise.

Text **Tano Bojankin**

Es gibt Tage, da ist in der Weltgeschichte einiges los. Der 27. Mai 1950 war auf den ersten Blick nicht so ein Tag. Zumindest wenn man eine Blitzrecherche in einschlägigen Online-Chroniken startet. Und trotzdem veränderte dieses Datum die junge österreichische Nachkriegsgeschichte.

In Linz, damals geteilt in eine amerikanische und eine russische Zone, eröffnete nämlich vor 70 Jahren der erste Supermarkt Österreichs. In der Wiener Straße 2, im amerikanischen Teil der Stadt, wurde Geschichte geschrieben: Hier stand fortan kein Kaufmann mehr hinter der Ladentheke und bediente seine Kunden. Wer einkaufte, durfte seine Waren selbst aus den Regalen klauben und an der Kassa bezahlen. Was heute selbstverständlich ist, war damals eine Innovation, die mit dem griffigen Slogan »Selbstbedienung spart Zeit« beworben wurde.

Zunächst wurde das neuartige Konzept, das aus den USA nach Europa schwappte, aber erst einmal skeptisch beäugt. Es stammt von Clarence Saunders, der bereits 1916 die heute noch bestehende Piggly-Wiggly-Supermarktkette in Memphis, Tennessee gründete und noch im selben Jahr den »Self-Serving Store« als Patent anmeldete. In den 1920er- und 1930er-Jahren wurde der Super-

markt zur vorherrschenden Vertriebsform im Lebensmitteleinzelhandel. In Europa setzte sich dieser erst nach dem Zweiten Weltkrieg durch, denn das direkte Bedienen der Kundschaft durch den Kaufmann war eine jahrhundertealte Tradition. Bye-bye »Darf's ein bisserl mehr sein«, hello »Do it yourself«, da ist der Österreicher erst einmal vorsichtig. Die erste Skepsis wich rasch einer Liebe auf den zweiten Blick, denn bereits im Juli eröffnete in Linz der nächste Supermarkt, und noch im selben Jahr kaufte man schon in Wien, Graz und Baden auf diese neuartige Weise ein.

Betreiber der Märkte waren zunächst Konsumgenossenschaften. Diese gab es bereits seit dem 19. Jahrhundert. Sie waren als selbstorganisierte Einkaufs- und Unterstützungsorganisationen zur Lebensmittelversorgung parallel zur industriellen Revolution entstanden und hatten sich sukzessive in ganz Europa durchgesetzt. Die Idee dahinter: Mitglieder der Genossenschaft sollten günstig und effektiv mit Waren versorgt werden. Konsumorganisationen wurden neben Gewerkschaft und Partei zu einer tragenden Säule der sozialdemokratischen Bewegung – und zu Supermarktpionieren. Der Konsum, wie man die Geschäfte in der Alltagssprache nannte, leistete gute Pionierarbeit. Bereits die ersten Selbstbedienungsläden hatten

Österreichs
erster
Supermarkt
in der
Wiener
Straße 2 in
Linz, 1950



Fotos links & rechts: Archiv der Stadt Linz

nämlich alle Grundelemente, die diesen Ladentyp kennzeichnen: etwa getrennte Ein- und Ausgangsbereiche, langgestreckte Grundrisse, Wandregale auf beiden Längsseiten; Kunden passierten schon damals alle in den Gängen präsentierten Waren auf ihrem Weg zur Kassa.

Die Herausforderer

Das Konzept Supermarkt wurde bei heimischen Konsumenten immer beliebter. Und die Pioniere wurden zu Platzhirschen, die ziemlich schnelle Jäger, respektive Herausforderer, anlockten. Einer der Ersten, die in ein Konkurrenzverhältnis mit dem Konsum traten, war der Wiener Fritz Mauthner. Der Absolvent des Theresianums gründete einen Getreide- und Lebensmittel-Import-Export, der zu beachtlicher Größe anwuchs. Das Konzept Supermarkt hatte Mauthner bereits bei Handelsreisen in den USA kennengelernt. 1954 eröffnete er am Hohen Markt in Wien seinen ersten Dittrich-Supermarkt. 13 Jahre später verkaufte er seine Kette, die mittlerweile 30 Filialen zählte und 150 Millionen Schilling (heute rund 57 Millionen Euro) Umsatz machte, an Julius Meinl, in gewisser Weise ebenfalls ein Platzhirsch – allerdings der alten Schule. Meinl – 1862 gegründet – hatte bis 1945 fast 700 Lebensmittelgeschäfte im ganzen Gebiet der ehemaligen Donaumonarchie. Zwar gingen durch die Verstaatlichung der Läden hinter dem Eisernen Vorhang zwei Drittel des Umsatzes verloren, aber Meinl konnte seine Stellung als größtes privates Unternehmen im Lebensmittelhandel dennoch bis zum Ende der 1970er-Jahre halten.

Die wahren Herausforderer des Konsums, der sich in den 1950er-Jahren eine ausgezeichnete Marktposition erarbeitet hatte, waren aber zwei ganz andere Unternehmerpersönlichkeiten: Karl Wlaschek und Jenö Eisenberger. Zwei Geschäftsmänner und harte Konkurrenten, die den heimischen Markt lange prägen sollten. Zwei Unternehmer, die bei aller Konkurrenz einiges gemeinsam hatten. Sie starteten ohne Kapital, setzten mit Risikobereitschaft Innovationen um und verkauften schlussendlich ihr Werk ertragreich. Wlaschek, eigentlich Jazzmusiker und Barpianist, baute in den 1950er-Jahren eine Diskontparfümerie-Kette auf, bevor er 1961 seinen ersten Billa eröffnete. Als Wlaschek 1969 sein Zentrallager von Wien-Hernals nach Wiener Neudorf übersiedelte, wurde am freiwerdenden Standort sein erster Merkur als Verbrauchermarkt eröffnet.

Eisenberger, der den Zweiten Weltkrieg mit falschen Papieren in Budapest überlebt hatte, startete hingegen als »fliegender Händler« und eröffnete ebenfalls 1961 gemeinsam mit seinem Kompagnon Walter Löwe den ersten Löwa-Supermarkt. Wlaschek und Eisenberger, zwei Workaholics, die 1971 sogar fusionieren wollten. Das Vorhaben scheiterte aber an den unterschiedlichen Geschäftskonzepten der beiden Konkurrenten. Billa machte mehr Umsatz, hatte aber viele kostenintensive Kleinfilialen. Löwa schrieb hingegen mit größeren und weniger Filialen mehr Gewinn. Verkauft hat Eisenberger dann trotzdem. 1972 ging Löwa an die deutsche Tengelman-Gruppe. Auf den Geschmack gekommen, baute er bereits 1972 gemeinsam mit Meinl die Pam-Pam-Märkte auf, die er dann 1975 an den Mitgründer verkaufte.

Ein anderer Konsum-Herausforderer wuchs in den 1950ern im Westen Österreichs heran: die »freiwillige Handelskette« Spar. Die Idee, dass unabhängige Kaufleute und Großhändler Lizenzgebühren zahlen und von einer gemeinsamen Logistik, Werbung und einem einheitlichen Markenauftritt inklusive Tannenlogo profitieren, kommt aus den Niederlanden. 1954 nahm sie Hans F. Reisch auf und gründete mit hundert anderen selbstständigen Kaufleuten die österreichische Spar-Niederlassung. Bereits Ende der 1950er-Jahre war Spar flächendeckend in Österreich vertreten. Im folgenden Jahrzehnt setzten auch Händler, die unter der Tannenflagge segelten, vermehrt auf Selbstbedienung, und 1970 gipfelte alles in der Gründung der Spar Österreichischen Warenhandels-AG. Zehn Großhandelsfamilien unter der Initiative von Hans F. Reisch und Luis Drexel standen hinter der AG, deren Kapital zu 90 Prozent von den Familien Reisch, Drexel und Poppmeier kontrolliert wurde – und wird.

Der rote Riese wankt

Indes entwickelte sich der Konsum trotz Konkurrenz weiterhin prächtig. Er stieg zum Marktführer auf und war Treiber der Modernisierung des österreichischen Lebensmittelhandels. Neben der Forcierung von Selbstbedienungsläden wurden Massenfiliensysteme eingeführt und Geschäfte mit immer größeren Verkaufsflächen eröffnet. So brachte man mit der Coop in Graz den ersten Verbrauchermarkt mit über 1.000 Quadratmetern Verkaufsfläche auf Schiene und rea-



Der erste Löwa-Supermarkt in Wien in der Rechten Wienzeile 21, 1961

Foto: Firma Eisenberger, Wien



Eröffnung einer Billa-Filiale in Wien in der Prager Straße 274 mit dem Publikumsliebbling Heinz Conrads, um 1965

Foto: Rewe International



Piggly-Wiggly-Supermarkt, 1918

Foto: Clarence Saunders, 1918 (Library of Congress)



Piggly-Wiggly-Supermarkt, 1930

Foto: Albuquerque Museum, gift of Ray and Daniel Bandal



Konsum-Großmarkt in Vösendorf bei Wien, 1970

Foto: Forschungsverein Entwicklung und Geschichte der Konsumgenossenschaften (FGK)

lisierte mit dem Konsum-Großmarkt (KGM) in Wien-Vösendorf ein Prestigeprojekt mit riesigen 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Die Genossenschafter setzten im Handel Maßstäbe. Die ertragreichen Großmärkte waren zunächst eine lukrative Angelegenheit und prägten in den 1970er-Jahren die Geschäftsstrategie. Ein Fehler, denn man vernachlässigte den Ladentyp Supermarkt (400 bis 1.000 Quadratmeter), der ab den 1970er-Jahren immer beliebter wurde. Diese kleinere Vertriebsform gewann zunehmend an Bedeutung und konnte ihren Anteil am Lebensmitteleinzelhandelsumsatz bis in die 1990er-Jahre auf über 40 Prozent steigern. Ein großer Vorteil für Wlaschek, der mit Billa schon früh auf diesen Ladentypus gesetzt hatte.

Und die Probleme wurden nicht weniger, Diskontmärkte setzten der ehrwürdigen Genossenschaft zu, die sich bis 1985 weigerte, auf diesen einträglichen Geschäftszug aufzuspringen, der in

den Augen der Verantwortlichen zu konsumentenfeindlich war. Der Konsum verlor langsam an Terrain. Zuerst die Preisführerschaft an Hofer und Billa, am Ende des Jahrzehnts auch die Marktführerschaft an Billa. Der rote Riese taumelte, und man versuchte zu retten, was irgendwie nicht mehr zu retten war. 1993 fusionierten die österreichischen Genossenschafter mit den österreichischen Geschäften der Schweizer Migros-Genossenschaft, die im selben Jahr von der Vorarlberger F.-M.-Zumtobel-Gruppe deren Märkte erworben hatte. Aber bereits im Jahr 1995 löste Migros diese Kooperation wegen Unstimmigkeiten wieder auf. Das war's dann: Am 31. März 1995 musste der Konsum Ausgleich anmelden, der 17.000 Beschäftigte betraf und mit Passiva von 26 Milliarden Schilling (heute rund 2,9 Milliarden Euro) zu Buche schlug. Damit schrieb der Konsum ein zweites Mal österreichische Nachkriegsgeschichte: Es ist die bis dato größte Pleite eines heimischen Unternehmens. [Q](#)

Name-Dropping

Warum heißen die Supermärkte eigentlich, wie sie heißen? Eine kleine Namenskunde.

BILLA

Karl Wlaschek gründete die erste Billa-Filiale 1961 in Wien. Der Name geht ins Ohr und ist ein Kofferwort, das sich aus billig und Laden zusammensetzt. Analog dazu steht Bipa für billige Parfümerien. Merkur ist einfacher herzuleiten: Der Verbrauchermarkt ist nach dem römischen Handlungsgott benannt.

SPAR

Der Name Spar hat nichts mit sparen zu tun. Vielmehr handelt es sich dabei um ein Akronym aus dem Niederländischen, das die Grundidee der Kette zusammenfasst: Door Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig (Durch einträchtiges Zusammenarbeiten profitieren alle regelmäßig), kurz: De Spar. Das heißt auf Niederländisch wiederum die Tanne, die man zum Logo machte.

LÖWA

Jenö Eisenberger und Walter Löwe eröffneten 1961 den ersten Löwa-Supermarkt. Der Name ist einfach aus den ersten Silben des Namens Walter Löwe gebildet. Die Kette Pam-Pam, die Eisenberger mit Julius Meisl ins Leben rief, war von einem kleinen Café in Mexiko inspiriert, das Eisenberger im dortigen Urlaub entdeckt hat.

HOFER

Schon einmal gewundert, warum der deutsche Diskonter Aldi (Albrecht-Diskont) in Österreich Hofer heißt? 1968 stieg Aldi Süd in den österreichischen Markt ein und übernahm die von Helmut Hofer gegründeten Hofer-Märkte. Da ein gewisser Alois Dick seit 1905 seinen Gemischtwarenhandel in Saalfelden Aldi-Markt nannte, konnte Aldi die Märkte in Österreich nicht umbenennen und behielt einfach den Namen Hofer bei.

Quellen

