

# Tante Emma vermisst!

Dorfläden im Landkreis Tuttlingen

Eine Ausstellung des  
Freilichtmuseums Neuhausen ob Eck

FREILICHT  
MUSEUM   
NEUHAUSEN OB  
ECK

Träger: Landkreis Tuttlingen



LANDKREIS  
TUTTLINGEN

## Impressum

Herausgeber: Landkreis Tuttlingen © 2013  
Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck  
Internet: [www.freilichtmuseum-neuhausen.de](http://www.freilichtmuseum-neuhausen.de)

Alle Rechte vorbehalten.

Präsentation, Konzept und Redaktion:  
Christof Heppeler, Walter Knittel, Corinna Schweininger, Bettina Zundel

Archivarische Beratung: Dr. Hans-Joachim Schuster

Text: Corinna Schweininger (S. 3 - 19), Walter Knittel (S. 20 – 22)

Redaktionelle Mitarbeit: Karl-Heinz Reizner

Ausstellungsaufbau: Willi Hepfer, Elmar Fritz, Martin Bertsche, Jürgen Thiel, Gudrun Kühnle

Layout und Satz: absurd orange, Tübingen

Bildnachweis: sämtliche Bilder Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck

Die redaktionelle Verantwortung für Text und Bilder liegt ausschließlich bei den Autoren und dem Herausgeber.

## Vorwort

Unsere Dörfer verändern sich fortwährend. Wir erleben derzeit tiefgreifende Veränderungen. Im Zeitalter der Globalisierung, der Digitalisierung und der nahezu unbeschränkten Mobilisierung lösen sich die traditionellen Strukturen der Dorfgemeinschaften auf. Oft spüren wir es erst, wenn Gewohntes fehlt.

An vielen Stellen wird der Wandel sichtbar, am Beispiel der alten Dorfwirtschaften ebenso wie an den althergebrachten Dorfläden. Dabei werden die Vorstellungen vom alten Dorfladen meist mit dem Bild des typischen „Tante-Emma-Ladens“ verknüpft. Ob es diese je so in dieser typischen Form gegeben hat, ist ebenso zu hinterfragen wie die Vorstellung, dass diese in der heutigen modernen Warenwelt noch ohne Weiteres so existieren könnten.

Dennoch gibt es auch im Landkreis Tuttlingen noch funktionierende Dorfläden, die dem Bild der alten Dorfläden durchaus noch nahe kommen. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, diese Läden und ihre Geschichte aufzuspüren und zu dokumentieren. Fünf solcher Läden, immerhin, lassen sich im Landkreis Tuttlingen noch finden, und seien sie in ihrer Ausstattung, Einrichtung oder in ihrem Betrieb doch so unterschiedlich.

Die Historikerin Corinna Schweininger hat im Auftrag des Landkreises und mit Unterstützung des Freilichtmuseums Neuhausen ob Eck und des Kreisarchiv- und Kulturamtes des Landkreises diese Läden aufgespürt, ihre Besitzerinnen und Besitzer befragt und deren Geschichte, soweit sich darüber etwas finden ließ, dokumentiert. Im Rahmen dieser Broschüre und einer Ausstellung im Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck hat sie in Kooperation mit dem Museumsteam ihre Ergebnisse dargestellt.

Den fünf Dorfläden, aber vor allem den Menschen, die sie betreiben, danken wir für ihre Bereitschaft, ihre „Ladengeschichte“ für uns zu öffnen und bereitwillig Auskunft auf unsere Fragen zu geben. Danken dürfen wir ihnen aber auch dafür, dass sie mit ihrem „Geschäft“ einen unverzichtbaren Beitrag zur Nahversorgung in den einzelnen Orten leisten, der ohne ihr persönliches Engagement sicher so nicht möglich wäre. Dies soll auch durch diese Dokumentation und die Ausstellung gewürdigt werden.

Das Projekt „Dorfläden“ im Landkreis Tuttlingen wäre nicht möglich gewesen, ohne die finanzielle Förderung durch LEADER SüdWestAlb aus Mitteln der Europäischen Union und des Landes Baden-Württemberg. Auch hierfür gilt unser Dank!

Nun wünsche ich allen Leserinnen und Lesern viel Vergnügen bei der Lektüre!

Stefan Bär  
Landrat

## Inhaltsverzeichnis

Impressum .....	2
Vorwort .....	3
Inhaltsverzeichnis .....	5
Tante Emma gesucht .....	6
Entwicklung von Technik und Einzelhandel in den letzten 100 Jahren .....	8
Tante-Emma-Läden im Landkreis .....	10
Warenwelt .....	12
Kommunikation .....	14
Service .....	15
Zukunftsaussichten und Überlebensstrategien .....	16
Alternative Konzepte, Ergebniszusammenfassung, Ausblick .....	18
Von „Tante Emma“ zu „Onkel Franz“ – Rettung für einen Dorfladen? Das „Kaufhaus Pfeiffer“ .....	20
Literaturverzeichnis .....	23

## Tante Emma gesucht

*Wir erinnern uns alle an „Tante Emma“ als taffe ältere Dame, die in ihrem winzigen Laden alle erdenklichen Produkte des täglichen Bedarfs führte. In Regalen bis unter die Decke standen Lebensmittel neben Haushalts-, Kurz- und Schreibwaren, neben Textilien und Putzmitteln. Egal, was man brauchte, „Tante Emma“ hatte es vorrätig. Sie versorgte das Dorf mit allem nötigen, so wie es zuvor ihre Mutter und davor ihre Großmutter mit Leidenschaft getan hatte. Die Inhaberin kannte außerdem jeden im Dorf persönlich. Wollte man das Neueste erfahren oder hatte man ein Problem, ging man zu „Tante Emma“ in den Laden. So oder so ähnlich sieht das Bild in unseren Köpfen aus, wenn wir an einen typischen „Tante-Emma-Laden“ denken. Diese Definition bestimmte die Suche nach entsprechenden Dorfläden im Landkreis Tuttlingen. Schnell musste festgestellt werden, dass die Realität weit weniger idyllisch ist und war.*

In über 20 Gemeinden im Landkreis gibt es gerade noch fünf Läden, die auf den ersten Blick zu diesem Bild passen (es konnten eigentlich sechs Läden ausfindig gemacht werden, einer wollte jedoch nicht in die Ausstellung aufgenommen werden). In den anderen Fällen gibt es entweder gar keine Läden mehr, oder diese gehören zu übergeordneten Organisationen wie „Edeka“, „Markant“, „Ihr Kaufmann“ und „Netto“ – um nur die bekanntesten zu nennen – und sind schlicht zu groß, um als „Tante-Emma-Laden“ zu gelten. Ein weiteres Phänomen sind moderne Bäcker, die ihr Angebot weit über den bloßen Verkauf von Backwaren ausgedehnt haben. Aber auch Bäcker sind keine typischen „Tante Emmas“. Was ist also übrig von „Tante Emma“ im Landkreis Tuttlingen?

Bei näherer Betrachtung der verbliebenen fünf Läden zeigte sich schnell, dass es den einen typischen Laden mit dem allgemeingültigen Erfolgskonzept nicht gibt. Die Läden sind im Gegenteil sehr verschieden und spiegeln ein heterogenes Bild vom täglichen Kampf ums Überleben. Sie müssen sich individuell an die Situationen in ihren Dörfern anpassen und entsprechen niemals im Ganzen der gesuchten Definition. Dies soll in den folgenden Kapiteln verdeutlicht werden.

Besuche in verschiedenen Gemeindearchiven brachten hervor, dass die Situation auch zu Beginn des 20. Jahrhunderts – der vermeintlichen Blütezeit der „Tante-Emma-Läden“ – nicht unbedingt ideal war.

Zwar existierten in den meisten Gemeinden zeitweise vier bis fünf so genannte Spezerei- oder Kolonialwarenläden gleichzeitig, jedoch war diesen oft nur ein kurzes Leben geschenkt. Kaum einer überdauerte die Zeit von zehn Jahren. Das Einkommen der Ladeninhaber war zudem stets sehr gering, sodass der Laden allenfalls als Zuverdienst gedient haben kann.



Nach dem Zweiten Weltkrieg waren dann höchstens zwei Läden übrig, von denen nur einer bis heute existieren konnte. Wie auch in anderen Gebieten schließen die Dorfläden, sobald die aktuellen Inhaber sie altershalber nicht mehr weiterführen können.

Die historischen Quellen und die aktuelle Situation lehren uns also, dass wir unser Bild vom idyllischen „Tante-Emma-Laden“ gründlich überdenken müssen.

Daran schließt sich die Frage an, ob ein Dorfladen – einmal ohne „rosa Brille“, ganz realistisch betrachtet – in unserer Gesellschaft überhaupt noch einen Platz hat. Oder haben wir uns in unserer Lebensweise schon so sehr verändert, dass „Tante Emma“ gar nicht überleben kann? Werden die Dorfläden über kurz oder lang alle nur noch im Museum zu bestaunen sein – wie das „Kaufhaus Pfeiffer“ im Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck?

Im Folgenden soll nun eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Entwicklungen in Technik und Einzelhandel der Untersuchung einen Rahmen geben. Danach werden die fünf gefundenen Läden kurz vor-

gestellt und einzelne Aspekte werden näher betrachtet. Die Frage nach Zukunftsperspektiven und alternativen Konzepten darf im Anschluss daran natürlich nicht fehlen. Abschließend wird ein kurzes Fazit gezogen.

## Entwicklung von Technik und Einzelhandel in den letzten 100 Jahren

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts wurden mit Eisenbahn und Dampfschiff zwei für den Einzelhandel entscheidende technische Entwicklungen vorangetrieben. Waren konnten jetzt über weite Strecken schnell und zuverlässig verteilt werden. Das heißt, Händler waren nun unabhängiger von regionalen Ernten und konnten auch Waren aus fernen Ländern günstiger und regelmäßiger anbieten. Insgesamt wurde das Sortiment stetig ausgeweitet und reagierte damit auf die wachsenden Ansprüche und die zunehmende Kaufkraft breiter Bevölkerungsschichten.

Eine Grundlage für die massenhafte Entstehung von kleinen und kleinsten Handelsgeschäften war der Erlass der Gewerbefreiheit, der 1871 für das gesamte Kaiserreich gültig wurde. Die zünftischen Zwänge fielen damit weg und jeder durfte ein Gewerbe betreiben. Für viele erschien ein kleiner Laden als Nebenerwerb notwendig, denn Industrialisierung und Bevölkerungswachstum brachten auch Armut mit sich. Ein eigener kleiner Laden konnte ohne größere Vorkenntnisse und mit geringem Kapitalaufwand eröffnet werden. Der erhoffte Zuverdienst stellte sich jedoch nicht immer ein – wie oben bereits erwähnt wurde. Schon Anfang des 20. Jahrhunderts wurden Konsumvereine und Genossenschaften gegründet, um Warenpreise senken zu können und die Konkurrenzfähigkeit kleiner Läden zu erhalten.

Nachdem viele Geschäfte im Zweiten Weltkrieg nur als Verteiler der staatlich gelenkten Nahrungsmittelversorgung gedient hatten, begann in den 1950ern ein großer Wandel in verschiedenen Bereichen. Besonders einschneidend zeigte sich die Abkehr von Bedienungsläden hin zur Selbstbedienung. Bereits zu Beginn der 1950er-Jahre begann sich diese Verkaufsform durchzusetzen: vorportionierte, in genormten Mengen abgepackte Waren sparten Personalkosten und erleichterten einen schnellen Einkauf. Ein Selbstbedienungsladen konnte ein wesentlich größeres Sortiment auf einer größeren Fläche anbieten als ein kleiner „Tante-Emma-Laden“. Anfang der 1960er-Jahre entstanden dann die ersten Supermärkte am Rand der Städte.

### „Kalte Küche“

Eine folgenreiche technische Entwicklung dieser Zeit war der Kühlschrank. Kühlmöbel wurden zwar schon früher erfunden, aber Anfang der 1960er-Jahre begannen sie auch für den Mittelstand erschwinglich zu werden. Bereits 1969 besaßen 86 % der westdeutschen Haushalte einen Kühlschrank (Teuteberg S. 61). Hatte man zuvor nur das eingekauft, was man unmittelbar verbrauchte, ergab sich nun die Möglichkeit, auch Leichtverderbliches wie Wurst, Fleisch und Molkereiprodukte über längere Zeit zu lagern. Eine parallele Entwicklung bilden Tiefkühlgeräte und entsprechende Produkte. Schon während des Zweiten Weltkrieges wurde diese Technik gefördert, um die Wehrmacht zu versorgen. Der bedeutende Zugewinn ergibt sich durch die langanhaltende Konservierung ohne bedeutende Verschlechterung von Geschmack und Qualität. Absatztests zeigten bereits 1956 eine große Nachfrage, auch wenn hier noch lange nicht jedes Geschäft und jeder Haushalt über die entsprechenden Geräte verfügten. Der große Boom der Tiefkühlprodukte kam deshalb erst in den 1980ern. Eine Folge der Tiefkühltechnik war, dass regionalspezifische und saisonale Unterschiede weiter eingeebnet wurden – Lebensmittel waren nun das ganze Jahr überall verfügbar.

Ebenfalls zeitgleich zu den beiden vorgenannten Entwicklungen fand das Auto seine massenhafte Verbreitung. Alles zusammen bewirkte eine Veränderung im Kaufverhalten der breiten Bevölkerung: man kaufte nun seltener, aber mehr ein. Der bequeme Wocheneinkauf mit Auto und Einkaufswagen wurde in den 1960er-Jahren zum Alltagsphänomen.

Während Supermärkte versuchten, Kunden mit einem breiten, gut sortierten Warensortiment und kostbar wirkenden Verpackungen zu locken, entstand bald auch die Gegenbewegung der Discounter, die auf alle Verfeinerungen verzichteten und ihre Waren massenhaft aus Großpaketen verkauften. „Tante Emma“ konnte erstere im Warensortiment nicht überbieten und letztere im Preis nicht unterbieten.

Die Selbstbedienung als neue Verkaufsform hatte auch Einfluss auf die Verpackungen. Zum einen muss sich ein Produkt nun aus sich selbst heraus erklären, zum anderen muss die Verpackung den im Überfluss lebenden Kunden umwerben und zum Kauf stimulieren. Die Verpackung übernimmt damit die Rolle des Verkäufers, was „Tante Emma“ ein wichtiges Stück Boden entzieht. Die Waren sprechen nun für sich selbst und brauchen niemanden mehr, der sie für den Kunden aus dem Regal holt – anders als zuvor bei losen, offenen Lebensmitteln.

Die Notwendigkeit der Umwerbung des Kunden nimmt zu, denn heute wird der größte Teil der Haushaltsausgaben nicht mehr für die notwendigsten Grundbedürfnisse ausgegeben. Die Nachfrage folgt nicht mehr einem starren Zwangsbedarf, sondern einem elastischen Wahlbedarf. Die prozentuale Aufwendung des Gehalts für Lebensmittel sank in den letzten 60 Jahren stetig: 1950 gab ein Bürger fast die Hälfte des Einkommens für Nahrungsmittel aus, Anfang der 1990er-Jahre waren es bereits unter 20 % (Wenz-Gahler S. 29).

### Neue Währung: Zeit haben

Neben Geld tritt heute eine neue Währung, die immer wichtiger zu sein scheint: Zeit haben. Seit den 1960ern sind immer mehr Frauen erwerbstätig und haben somit weniger Zeit für Einkauf und Küchenarbeit. Durch Schichtdienst, Schule und Vereinsmitgliedschaften ist es außerdem immer schwieriger, alle Familienmitglieder an einen Tisch zu bekommen. Durch Tiefkühler und Mikrowelle können heute einzelne Familienangehörige zu verschiedenen Zeiten, schnell verschiedene warme Gerichte zu sich nehmen. Der Einkauf muss zwischen Arbeit und Familie schnell erledigt werden. Die Zeit wird außerdem durch längere Wege zur Arbeit verkürzt. Es heißt, „Zeit ist Geld“, und so muss auch der Kaufmann bei steigenden Löhnen, Personalknappheit und dem allgemeinen Wunsch nach mehr Freizeit mit Selbstbedienung und Verzicht auf Gespräche auf größere Leistung hinarbeiten. Der Kaufakt wird so „entpersönlicht“ und bekommt in der modernen Welt einen neuen Status.

Ein weiteres Phänomen der Moderne ist das sogenannte event-shopping. Riesige Verkaufsflächen werden vermischt mit Veranstaltungshallen, Spielwelten und Wohnungen. Außerdem bietet das Internet für viele eine Alternative zum realen Gang in den Laden.

Wo bleibt hier noch Platz für „Tante Emma“?

## Tante-Emma-Läden im Landkreis

Im Landkreis Tuttlingen konnten fünf Läden ausfindig gemacht werden, die auf den ersten Blick der Definition eines „Tante-Emma-Ladens“ entsprechen. Diese befinden sich in Gunningen, Renquishausen, Mühlheim, Durchhausen und Hausen ob Verena. Sie sollen hier kurz in ihrem spezifischen Kontext vorgestellt werden.



### Gunningen

In Gunningen betreibt Familie Mayer einen kleinen Laden mit langer Familientradition. In den Archivquellen taucht er erstmals 1921 in Verbindung mit dem Gasthof Rössle als Spezereiwarenhandlung auf, wobei sich die beiden Gewerbe spätestens nach dem Zweiten Weltkrieg getrennt hatten. Der Laden hat unter den fünf gefundenen die traditionellste Einrichtung und das breiteste Warenangebot. Er kommt der Definition am nächsten, ist jedoch täglich nur wenige Stunden geöffnet, da er vor allem als Hobby geführt wird.



### Renquishausen

„Tante Gerdas Laden“ – wie er heute liebevoll genannt wird – ist in den Archivquellen am besten dokumentiert. Erstmals erwähnt wird er 1917 und diente im Laufe der Jahre verschiedenen Frauen dazu ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Ein großer Einschnitt war ein Brand, bei dem 1950 fast das gesamte Gebäude vernichtet wurde. Einige Jahre nach dem Wiederaufbau wurde das Geschäft dann in einen Anbau ausgelagert und entscheidend vergrößert. Als die Inhaberin Gerda Hafen-Jauch vor einigen Jahren altershalber schließen wollte, sorgte der Gemeinderat und die Firma Wölki (Neuhausen ob Eck) für das Weiterbestehen des geschätzten Ladens.



### Mühlheim

In Mühlheim befindet sich der älteste der fünf untersuchten Läden: er entstand spätestens 1885. Im Laufe des Jahrhunderts wandelte er sich vom Hausiererhandel mit Wolle, Faden und Zündhölzern zum Obst- und Gemüseladen, der sein traditionelles Angebot in moderner Zeit weiter ausdehnen muss. Melanie Deufel betreibt hier unter den fünf den einzigen Bedienungsladen und hat als einzige wöchentlich an sechs Tagen ganztags geöffnet.



### Durchhausen

„s Lädle“ in Durchhausen ist im Vergleich zu den bereits genannten ein relativ neues Geschäft. Das Ladengebäude diente früher als Gastwirtschaft, dann als Post und beherbergte auch bereits verschiedene türkische Läden. Die Inhaberin Frau Dubas wohnt als einzige nicht im selben Ort. Unter den fünf ist dies der einzige Dorfladen, der direkt an der Hauptstraße liegt und der einzige, der eine kleine Internetseite betreibt. Sie ist außerdem die einzige, die in einem eigenen Ofen Backwaren frisch bäckt.



### Hausen ob Verena

Hier finden wir den jüngsten der fünf Läden. Der Laden ist als einziger nicht in ein Wohnhaus integriert, sondern steht für sich. Frau Nagel ist neu zugezogen und nutzt die Chance, durch den Laden gleich „mitten-drin“ zu sein. Sie bietet als einzige eine Sitzgelegenheit für Kaffeekunden. Die beiden neueren Läden haben gemeinsam, dass für Krankheits- und Urlaubsfall eine unterstützende Kraft bereitsteht – die drei älteren Läden müssten im Ernstfall für einige Tage schließen.

## Warenwelt

In „Tante Emmas Bedienungsladen“ wurden früher offene, lose und vor allem markenlose Waren aus der Region aus Schubladen und großen Flaschen verkauft. Dies waren zum Beispiel Mehl, Zucker, Öl oder Essig. Die gewünschte Menge wurde dann in die bekannten Spitztüten oder in mitgebrachte Gefäße abgefüllt, danach wurde gewogen und ein Preis ermittelt. Dies änderte sich nach dem Zweiten Weltkrieg, als Waren bald überall nur noch in abgepackter Form vertrieben wurden. Ein Verkauf in der ursprünglichen Art „Tante Emmas“ ist heute aufgrund moderner Vorschriften des WKD nicht mehr umsetzbar.

Die untersuchten Dorfläden im Landkreis Tuttlingen haben sich mit der Zeit an diese Veränderungen angepasst. Die Interviews zeigten, dass der Einkauf für die Läden oft sehr zeitaufwendig ist. Nur diejenigen, die eine Verbindung zu einem größeren Bäcker haben, können über diesen im Großmarkt einkaufen. Für die anderen sind Gebinde und Mindestabnahmen dort zu groß und eine Anlieferung außerdem zu teuer. Sie müssen deshalb auf Angebote im Einzelhandel der Region reagieren, was viel Zeit kostet und nur kleine Gewinnspannen ermöglicht.

Trotzdem führen alle ein breites Warenangebot und machen eine Versorgung mit allem Notwendigen möglich. Frische ist dabei oberstes Gebot. In den meisten Fällen sind es jedoch Backwaren, die die Kunden anlocken. Mit Brot und Brötchen werden dann oftmals noch Dinge gekauft, die beim Großeinkauf in der Stadt vergessen wurden. Allerdings kann das Angebot von Backwaren auch nicht als Erfolgsrezept schlechthin bezeichnet werden, denn was in Gunningen, Hausen o. V. und Renquishausen gut funktioniert, läuft in Durchhausen nicht besonders.

Es zeigt sich also, dass jeder Laden sein Sortiment speziell an seine Kundschaft anpassen muss. Selbst der traditionelle Obst- und Gemüseladen in Mühlheim erweitert sein Sortiment auf Backwaren, um eine entsprechende Versorgung seiner Kunden zu erhalten, nachdem der nahegelegene Bäcker geschlossen hat.

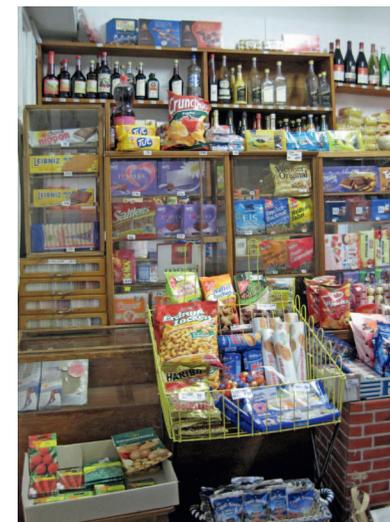
### Besonderheiten im Warenangebot

Besonders im Warenangebot zeigt sich zum Beispiel der Laden in Hausen o. V.: Frau Nagel kauft nicht nur die üblichen Produkte im Groß- und Einzelhandel ein, sondern besorgt auch frische Waren bei verschiedenen Bauern der Region. Ihre Kunden können so Eier, Kartoffeln, Wurst und andere Produkte, die in unmittelbarer Umgebung hergestellt wurden, aus einer Hand kaufen, ohne die einzelnen Bauernhöfe selbst anfahren zu müssen.



Eine weitere Besonderheit stellt das wirklich große Angebot des Gunninger Ladens dar. Hier kriegt man scheinbar tatsächlich noch alles. Zum einen gibt es Lebensmittel aller Art: von Getränken mit und ohne Alkohol über Nudeln, Wurst, Käse, Backwaren, Joghurt, Mehl, Essig, Öl, Fertiggerichte, Süßigkeiten bis hin zu frischem Gemüse und Obst. Zum anderen ist auch das Angebot außerhalb des Lebensmittelbereichs äußerst vielseitig: man findet Blumenerde, Saatgut und Unkrautvernichter ebenso wie Drogerieartikel (von Zahnpasta bis Toilettenpapier), Grußkarten, Tabakwaren, Nähgarn, Feinstrumpfhosen, Grillanzünder und Mausefallen (Diese Auflistung kann selbstverständlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sie soll lediglich einen kurzen Eindruck der Fülle vermitteln.)

Natürlich kann ein kleiner Dorfladen nicht jeden Artikel von mehreren Herstellern und Marken führen. Die ursprüngliche und immer noch praktizierte Idee dahinter war und ist, das Dorf mit allem Nötigen zu versorgen. Ein Problem dabei ist, dass wir es als Kunden heute gewohnt sind, bestimmte Marken zu kaufen. Jeder hat hier andere Vorstellungen und stellt Marken verschiedener Produktparten unterschiedlich aus der großen Auswahl der Supermärkte zusammen – dafür nehmen wir auch bedenkenlos weitere Wege in Kauf.



## Kommunikation

Noch in den 1950er-Jahren trafen sich Frauen, die früher am Dorfbrunnen zusammengekommen waren, beim Einkaufen und tauschten sich dort aus. Nicht selten gab es in den kleinen Läden auch eine Sitzgelegenheit. In dieser Zeit waren weniger Frauen berufstätig als heute und der Einkauf konnte mit größerer Ruhe erledigt werden. Während Lebensmittel gewogen und verpackt wurden, kamen Kunden und Verkäufer ins Gespräch.



Auch heute noch ist der Inhaber eines Dorfladens Mittelpunkt der Kommunikation. Ein kurzes Gespräch über das persönliche Wohlbefinden oder über die jüngsten Ereignisse im Dorf ist überall selbstverständlich. Der Dorfladen kann also durchaus als Nachrichtenzentrale bezeichnet werden. Es wird von den meisten Kunden sehr geschätzt, dass die Verkäufer hierzu Zeit haben und dass sie ihre persönlichen Wünsche und Eigenheiten kennen und darauf eingehen. Das Publikum der fünf untersuchten Läden ist meist sehr gemischt. Ältere Menschen kommen meist regelmäßiger als jüngere, man kann jedoch nicht sagen, ein Dorfladen sei nur etwas für „alte Leute“. Auch

Mütter mit kleinen Kindern schätzen es, nicht extra in die Stadt fahren zu müssen, und ältere Kinder setzen ihr Taschengeld in Süßigkeiten um. In den meisten Fällen kommen die Kunden nur aus dem eigenen Ort und kennen sich untereinander. Durch die oftmals kurzen Öffnungszeiten ist ein Zusammentreffen vorprogrammiert. Meist trifft man sich auf dem Weg zum Laden oder auf dem Heimweg, ab und zu natürlich auch im Laden selbst – dies ist aber nie verabredet.

### Besonderheiten

Bemerkenswert erscheint eine Aussage aus Durchhausen: Gerade für ältere Menschen sei die Aussicht auf ein Treffen mit anderen Kunden oder auch „nur“ auf ein Gespräch mit der Ladeninhaberin Motivation, das Haus zu verlassen. In unserer überalterten Gesellschaft, die zudem immer mehr Alleinstehende hervorbringt, kann ein Dorfladen also eine wichtige Funktion als „Ort der Begegnung“ einnehmen.

Außergewöhnlich ist die Situation in Hausen o. V.: Nur hier finden wir eine Sitzgelegenheit, wie oben beschrieben. Hier treffen sich die Menschen auch aktiv an einem Nachmittag in der Woche, woraus eine Art Kaffeestammtisch erwachsen ist. Im Sommer bleibt der Laden an diesem Tag regelmäßig länger geöffnet, da die Inhaberin weiß, dass viele aus beruflichen Gründen erst später kommen können. Sie nimmt auch hier an der Kommunikation teil und schließt erst, wenn alle wieder nach Hause gehen.

Der Dorfladen ist also nach wie vor Nachrichtenzentrale und Begegnungsstätte. Allerdings nur für diejenigen, die ihn auch frequentieren. Für all die Berufstätigen, die nach der Arbeit schnell in der Stadt einkaufen, statt beim Dorfladen zu halten, ist der Stellenwert dieser Kommunikationsmöglichkeit offenbar nicht mehr vorrangig. Wirkt gerade diese Nähe in unserer immer schnelleren Zeit vielleicht auf manchen sogar abschreckend?

## Service

Dieser Unterpunkt verbindet verschiedene Sichtweisen: viele der hier aufgezählten Qualitäten würde ein Dorfladenbesitzer nicht als besonderen Service bezeichnen. Schaut man aber über den Tellerrand hinaus in Richtung der Supermärkte und Discounter, zeigt sich, dass vieles gar nicht (mehr) so selbstverständlich ist.

Die fünf ausgewählten Läden sind sich hier in vielerlei Hinsicht sehr ähnlich. Für alle steht Freundlichkeit an oberster Stelle. Jeder bekannte Kunde wird mit Namen begrüßt, Stammkunden legt man die Sachen schon bereit und Kinder bekommen oftmals ein kleines „Gutsle“. Durch persönliche Bekanntschaft mit den meisten Kunden ist es kein Problem, wenn Waren oder Geld einmal liegen bleiben. Genauso ist es kein Problem, einmal etwas anschreiben zu lassen, wenn der Geldbeutel zu Hause liegt. Braucht ein Kunde einmal etwas, das nicht im Sortiment ist, kann er es jederzeit bestellen und es wird schnellstmöglich besorgt. Als Service kann man auch das Anbieten von Zigaretten und Zeitungen bezeichnen, denn an diesen Artikeln verdient der einzelne Laden nichts. In sehr dringenden Fällen kann es auch passieren, dass ein Kunde den Ladeninhaber zu Hause anruft und dieser den Laden außerhalb der Öffnungszeiten kurz aufschließt. Allen ist es sehr wichtig, Zeit für ihre Kunden zu haben. Sei es für ein kurzes Gespräch oder nur, dass der Kunde in Ruhe sein Kleingeld abzählen kann.



### Besonderheiten

In Durchhausen und Gunningen werden Kunden die Waren auch nach Hause geliefert. Dies wird nur von wenigen angenommen, da die meisten sehr darauf bedacht sind, eigenständig zu bleiben. Bei Glatteis oder im Fall von schweren Getränkekisten ist aber mancher doch froh um einen solchen Service.

In Gunningen verändern sich die Öffnungszeiten während der Sommerferien. Außerdem gibt es in diesen Wochen täglich frische Backwaren, damit die Dorfbewohner nicht wegen einiger Brötchen in ihrem Urlaub morgens schon in die Stadt fahren müssen.

Als besonders erscheint auch die Verbindung von Laden und Postwesen. In Mühlheim findet die Einrichtung der Deutschen Post – inklusive Paketwaage und Schließfächern – Platz in dem ohnehin sehr kleinen Laden. Frau Deufel bedient beide Teile des Geschäfts eigenständig. Ähnliches finden wir in kleinerer Form in Durchhausen und Hausen. Frau Dubas bietet einen Paketservice an und nahm Briefmarken ins Sortiment auf, da vor dem Laden ein Postkasten steht. Frau Nagel sorgte für einen Südmaillkasten vor dem Laden und verkauft auch entsprechende Briefmarken. Für die Einrichtung einer Poststelle fehlt beiden leider der Platz. Auch in Renquishausen gab es diese Verbindung zur Post, jedoch wurde diese von höherer Stelle geschlossen.

In allen Dorfläden finden wir einen Service, der sonst nirgendwo mehr in dem Maße üblich ist. Außerdem versuchen alle Läden hier möglichst vielseitig zu sein. Sie erscheinen als grüne Oasen in der viel beklagten „Servicewüste Deutschland“.

## Zukunftsaussichten und Überlebensstrategien

Allen fünf Ladenbetreibern gemeinsam ist, dass sie so lange wie möglich weiter machen wollen. Für alle ist ihr Geschäft ein Lebenstraum, mit dem sie viel Leidenschaft verbinden. Ebenfalls allen gemeinsam ist die Sorge, dass sich ihre Kunden umorientieren würden, wenn sie den Laden für einen längeren Urlaub schließen würden. Bei der Frage nach einem eventuellen Nachfolger waren sich alle einig, dass es wohl nicht ihre Kinder sein werden, die den Laden weiterführen. Die einzige, die sich keine Sorgen um ein Weiterbestehen des Geschäfts macht, ist Frau Hafen-Jauch in Renquishausen.

Um die Überlebenschancen zu steigern, entwickelte jeder Laden seine eigene Strategie.

### Gunningen

Der Gunninger Laden erfährt relativ wenig Unterstützung durch die ortsansässigen Vereine und die Gemeinde. Der Großteil der Einwohnerschaft arbeitet außerhalb und kauft auch dort ein. Der Laden gehört jedoch schon immer zur Familie, und solange er sich noch einigermaßen selbst trägt, ist an ein Aufhören nicht zu denken. Man ist hier sehr bemüht, das Sortiment laufend auf die modernen Bedürfnisse abzustimmen. Im Sommer werden sogar die Öffnungszeiten und das Backwarenangebot erweitert und auf Handzetteln jedem Haushalt bekannt gegeben.

### Renquishausen

In Renquishausen war die Gemeinde sehr daran interessiert, den Laden zu halten, und fand mit der Firma Wölki (Neuhausen ob Eck) einen Weg, dies zu verwirklichen. Zahlreiche Einwohner und auch Kunden von außerhalb tragen durch ihren regelmäßigen Einkauf dazu bei. Frau Hafen-Jauch ist froh über die Möglichkeit, noch in „ihrem“ Laden arbeiten zu können, ohne ständig allein präsent sein zu müssen. Der Ruf und die Bekanntheit des Ladens in der Umgebung ist die einzige Werbung, die gemacht wird. Kleine Sorgen kommen allenfalls auf, bei dem Gedanken, ob mancher Kunde vielleicht aus bleibt, wenn nicht mehr wie gewohnt „Tante Gerda“ hinter der Theke steht.



### Mühlheim

Neben dem täglichen Kundengeschäft im Laden beliefert Frau Deufel auch Vereine und Wirtschaften mit Gemüse und Obst. Durch ihre dadurch erhaltene und geförderte Bekanntheit erhofft sie sich natürlich auch neue Kunden. Auch die Post spült den ein oder anderen Kunden in den Laden, der sonst nicht gekommen wäre und der sich durch Sichtkontakt zum Kauf von einigen Lebensmitteln entscheidet. Man versucht natürlich auch hier auf die Bedürfnisse der Menschen einzugehen. Zum Beispiel sind nun auch Backwaren auf Bestellung erhältlich, nachdem der nahegelegene Bäcker geschlossen hat.

Eine Vergrößerung des Ladens war eigentlich nie ein Ziel gewesen, er war schon immer als Nebenverdienst gedacht und das soll auch so bleiben. Sorgen bereitet höchstens die immer älter werdende Stammkundschaft.

### Durchhausen

In Durchhausen konnte eine Zusammenarbeit mit den Vereinen bisher nicht erreicht werden. Und auch die Gemeinde hält sich mit Unterstützung zurück. Der Paketservice und die ofenfrischen Backwaren brachten leider auch nicht den erhofften Erfolg. Frau Dubas bietet jedoch mehrmals wöchentlich einen Frühstücksservice für eine ortsansässige Firma, was ihr beim Überleben hilft. Sie macht regelmäßig Werbung im Gemeindeblatt, die Internetpräsenz blieb bisher ohne große Resonanz – vielleicht ist die Zeit hierfür noch nicht ganz reif.

### Hausen o.V.

Der Hausener Laden wird von Gemeinde und Vereinen sehr unterstützt. Die Gemeinde hilft bei der Miete, verschenkt Geschenkkörbe und Gutscheine vom Laden, und die ohnehin sehr aktiven Vereine kaufen die Waren für ihre Feste im Dorfläden. Weitere Überlebensstrategien, wie der Südmailkasten, die Kaffeesitzzecke und das Angebot von regionalen Waren aus einer Hand, werden gut und dankbar angenommen. Solange alles so bleibt wie es ist, sieht Frau Nagel keine Probleme für die Zukunft, aber natürlich wäre mehr Kundschaft und damit ein größerer Verdienst schön. Werbung wird auch hier höchstens im Gemeindeblatt gemacht – die Leute kennen den Laden.

Es zeigt sich also, dass keiner der Läden aus sich selbst heraus, ohne weitere Zuverdienste, bestehen kann. Alle brauchen größere Abnahmen einzelner, um am Ende des Monats noch ein Plus schreiben zu können. Entscheidend ist der Traum vom eigenen Laden und die entsprechende Leidenschaft hinter dem Tun der Betreiber. Sich selbst im Bewusstsein der Leute zu halten, ist zwar für alle wichtig, kann aber auch nicht der entscheidende Rettungsanker sein. Wer von der Gemeinde gefördert wird, hat es sicher einfacher, jedoch entscheiden letztlich die Kunden durch ihren Einkauf wie viel in der Kasse bleibt.

## Alternative Konzepte, Ergebniszusammenfassung, Ausblick

Mit einem alternativen Konzept begegnet uns zum Beispiel der Landmarkt in Dürbheim. Er ist 2010 gegründet worden und wird genossenschaftlich organisiert. 210 Eigentümer starteten mit großer Euphorie, um die Nahversorgungslücke in ihrem Ort zu schließen. Nach zwei Jahren muss man nun aber feststellen, dass der erhoffte Ertrag bei weitem nicht erreicht werden konnte. Selbst ehrenamtliches Engagement beim Regale Auffüllen und Prospekte Austragen helfen nur wenig, und auch Vergünstigungen einbringende Mitglieds-karten werden von Gemeindemitgliedern nicht genutzt. Man wünscht sich auch hier mehr Rückhalt aus der Gemeinde, das heißt, ohne entsprechende Kundenzahl geht es nun einmal nicht. Die Genossenschaft ist also auch kein Erfolg garantierendes Konzept für einen Dorfladen, und man befürchtet in Dürbheim (wie auch in anderen Gemeinden): muss der Laden erst einmal geschlossen werden, dann bleibt er für immer zu.

Auch überregional agierende Unternehmen bemühen sich, die Nahversorgung auf dem Land zu erhalten. Man kann in der alternden Gesellschaft, mit zunehmender Anzahl von Ein- und Zweipersonenhaushalten, natürlich auch eine Chance sehen. Um auf diesem – wie gesehen – schwierigen Feld bestehen zu können, schließen sich Einzel- und Großhändler zusammen. Sie wollen auch in ländlichen Gebieten ein breites Angebot und vertretbare Preise sichern und eigenständige Betriebe erhalten. Namentlich setzen sich hier die „Markant“-Gruppe, „Ihr Kaufmann“ und „Edeka“ ein, es gibt aber auch weniger bekannte Initiativen wie das „Um's Eck“-Konzept. All diese Nahversorger setzen auf regionale Produkte, die eine Qualität liefern, welche die Discounter in der Stadt nicht leisten können. In vielen dieser Märkte werden neben dem üblichen Sortiment an Lebensmitteln und Non-Food-Artikeln auch weitere Serviceleistungen angeboten: wie zum Beispiel eine Post, ein Toto-Lotto-Geschäft oder eine Annahmestelle für die Reinigung.

All diese Initiativen hören sich sehr vielversprechend an, und man wird sehen, ob sie in der (post-)modernen Gesellschaft bestehen können. Die „Tante-Emma-Läden“ fallen jedoch durch das Raster dieser Konzepte, da sie durch ihre geringe Grundfläche nicht all die vorgesehenen Waren unterbringen könnten. Sie bleiben also abhängig vom Wohlwollen der Menschen in ihren Gemeinden.

### Ergebniszusammenfassung

Festzuhalten bleibt: Es gibt tatsächlich kein allgemeingültiges Erfolgskonzept für „Tante-Emma-Läden“. Was in der einen Gemeinde gut ankommt, muss im Nachbardorf noch lange nicht funktionieren. Ein Problem im klassischen Konzept der „Tante-Emma-Läden“ ist das Ziel der Versorgung der Menschen mit dem Notwendigsten. Dieses kollidiert mit der Nachfrage nach verschiedenen Marken und mit deren vielfältiger Verfügbarkeit in unmittelbarer Umgebung.

Die Entfernung, die wir als „ums Eck“ bezeichnen, ist in den letzten Jahrzehnten stark gewachsen – beinahe jeder kann „mal schnell“ in die Stadt fahren. Der Dorfladen funktioniert noch immer als Nachrichtenzentrale und bekommt als Begegnungsstätte in neuester Zeit außerdem eine neue soziale Funktion. Im Dorfladen finden wir zahlreiche Serviceleistungen, die heute nicht mehr als selbstverständlich gelten können. Jeder der fünf untersuchten Läden passt sich, so gut er kann, an Kundenwünsche an und sichert durch weitere Dienstleistungen sein Überleben.

Viele Gemeinden wünschen sich einen Laden im Dorf und fördern entsprechende Vorhaben. Letztlich entscheiden jedoch die Kunden durch ihren Einkauf, ob der Laden bestehen kann oder nicht.

### Ausblick

Gerade die letzte Bemerkung zeigt, dass ein Laden in der modernen Gesellschaft kein Selbstläufer mehr ist. Er muss aktiv von Kunden unterstützt werden, andernfalls helfen die besten Konzepte und Angebote nichts. Gerade an diesem Punkt erkennen wir aber ein interessantes Dilemma der Moderne:

Unbestreitbar gehört „Tante Emma“ zu unserem tiefen inneren Heimatgefühl, gleichzeitig wirken viele Erhaltungsversuche heute etwas künstlich und überholt.

Raum und Zeit haben sich in den letzten 50 Jahren stark verändert. Während die Strecken, die wir für bestimmte Produkte in Kauf nehmen, immer größer werden, wird die Zeit für deren Einkauf immer geringer. Der allgemeine Überfluss tut dann das Seine dazu.

„Tante Emma“ hat es schwer, den Anschluss an diese Veränderungen nicht zu verlieren.

Die moderne Gesellschaft scheint an einem Scheidepunkt angelangt, an dem ihr technisch mehr möglich ist, als ihr möglicherweise gut tut. Oftmals steht man vor der Entscheidung zwischen Preis und Qualität.

Vielleicht kann die Hinwendung zur Qualität regionaler Produkte, weg von der ständigen Schnäppchenjagd, auch die kleinen Dorfläden retten – wenn es dann noch nicht zu spät ist.

## Von „Tante Emma“ zu „Onkel Franz“ – Rettung für einen Dorfladen? Das „Kaufhaus Pfeiffer“

Kann man „Tante Emma“ retten? Kann man einen außergewöhnlichen alten Dorfladen, der die Geschichte eines Ortes und die seiner Bewohner für eineinhalb Jahrhunderte mitbestimmte, erhalten? Dass sich selbst ein großer, in seiner Zeit lange Jahre „moderner“ Laden auf Dauer nicht in seiner ursprünglich idyllisch-nostalgischen Form erhalten lässt, lehrt uns auch das Beispiel des „Kaufhauses Pfeiffer“ aus Stetten am kalten Markt.

Über 150 Jahre stand das Haus in der Heuberggemeinde, die in der Regel als Bundeswehrstandort bekannt ist. Über eineinhalb Jahrhunderte konnten sich die Bewohner hier mit allen notwendigen Dingen des täglichen Bedarfs eindecken. Mindestens rund 70 Jahre war das außergewöhnliche dörfliche „Kaufhaus“ zudem Ziel und Anlaufpunkt für Tausende von Bewohnern des Heubergs rund um Stetten am kalten Markt. Über sieben Jahrzehnte war das „Kaufhaus Pfeiffer“ weit mehr als ein gewöhnlicher Dorfladen. Bis in die Neunzigerjahre war es gleichbedeutend mit einem Laden, „in dem man einfach alles bekam“.

Kam der Laden in der Hauptstraße in Stetten am kalten Markt, gleich neben der Kirche, fast 80 Jahre lang eher der Vorstellung eines „Tante-Emma-Ladens“ mit dem üblichen Kolonialwarenangebot im ehemaligen Wohnzimmer des Bauernhauses nahe, so rückte ihn die strategische Modernisierung und Umgestaltung zum „Kaufhaus“ im Jahre 1925 in jeder Beziehung deutlich weg vom kleinen Dorfladen der „Tante Emma“. Diese verschaffte der vormaligen „Handlung“ aber über siebzig weitere Jahre lang eine neue wirtschaftliche Basis und sicherte den Betreibern, nicht zuletzt für rund vierzig Jahre dem letzten Betreiber „Onkel Franz“, eine Existenz.

Mit dem Tode des letzten Besitzers, Franz Pfeiffer, im Jahr 1995 war dann auch für diesen besonderen Dorfladen in Stetten Schluss. Das unverändert erhalten gebliebene Konzept hatte sich überholt, war nicht mehr zeitgemäß und „rentierte“ sich am Ende nicht mehr. Retten konnte diesen ungewöhnlichen Laden und seine Einrichtung, vor allem aber seine Geschichte, nur ein Umzug ins Freilichtmuseum. Eine Zukunft gab es für diesen Laden nur als Museumsobjekt, wenn auch als außergewöhnliches und nicht eben typisches.

### Von der Handlung zum Kaufhaus

Neben dem spektakulären Umzug des ganzen Gebäudes über mehrere Jahre hinweg ins Freilichtmuseum sind es jedoch vor allem die bedeutsame Geschichte dieses Hauses und das unglaublich umfangreiche und vielfältige Sortiment an Waren aus einem ganzen Jahrhundert, die das „Kaufhaus Pfeiffer“ sehenswert und in jedwedem Sinne erhaltenswert machen. Im Jahr 1925 ließ Friedrich Pfeiffer, der Vater von Franz Pfeiffer, das Haus umbauen und im bisherigen Ökonomie teil einen damals hochmodernen Ladenraum einrichten. Die bisherige „Handlung Fr. Pfeiffer“ wurde zum „Kaufhaus Friedrich Pfeiffer“ ausgebaut. Im hinteren Teil des Hauses wurde zudem noch ein zweites geräumiges Treppenhaus angebaut, über das eine „Konfektionsabteilung“ im Obergeschoss zugänglich gemacht wurde. Bis zum Tode von Franz Pfeiffer im Februar 1995

wurde weder am Gebäude noch an der Ladeneinrichtung Grundlegendes verändert. Rund 70 Jahre blieb das „Kaufhaus Pfeiffer“ somit praktisch unverändert in Betrieb.

Geradezu sensationell ist der kulturgeschichtliche Wert des erhaltenen Warensortiments. Mehrere zehntausend Objekte konnten im gesamten Haus gesichert und ins Museum übernommen werden. Kaum die Hälfte davon kann im Ladenraum und in den zahlreichen Räumen des Hauses im Museum ausgestellt werden. Das Freilichtmuseum verfügt nun über Objekte, die fast lückenlos eine dörfliche Warengeschichte des 20. Jahrhunderts dokumentiert. Da gibt es nichts, was es nicht gibt: Neben den Steingutöpfen fürs Sauerkraut finden sich ungeöffnete Waschmittelpäckchen aus unterschiedlichen Jahrzehnten, neben den Nesquik-Dosen und modernem Plastik-Spielzeug aus den Achtziger- und Neunzigerjahren eine Kiste mit bester Nähseide in allen Farben, daneben Rasierpinsel und Taschenmesser, Ansichtskarten und Luxus-Kernseife aus den 1920er-Jahren, aber vor allem eine Vielzahl von Stoffballen, Hüten, Kleider, Kittelschürzen, Miederwaren und auffallend viele Fastnachtsartikel aus den Neunzigerjahren.

Die Museumsbesucher sind auf geradezu greifbare Weise fasziniert. Am „Kaufhaus Pfeiffer“ lässt sich die Faszination alter „Dorfläden“ und ihres nostalgischen Warensortiments ablesen. Viele, die Franz Pfeiffer, den „Löhlebempes“, wie ihn alle Welt, wenn auch nicht in seiner Gegenwart, nannte, noch kannten und bei ihm jemals im Laden waren, bringen ihre Geschichten und Anekdoten mit. „Es riecht sogar genauso wie beim Pfeiffer-Franz, bestätigen die Eingeweihten. Besonders gespannt waren die Verantwortlichen des Museums auf die Reaktion der Stettener. Zu Hunderten sind sie erwartungsfroh seit der Eröffnung ins Kaufhaus gekommen – sie zeigen sich alle zufrieden und sind sicher: „Genauso hat es ausgesehen.“



### Innenleben

Das Kaufhaus öffnet einen faszinierenden Blick auf mehr als 100 Jahre Versorgung auf dem Land. Im Jahr 1852 ließ der Hauptlehrer Johann Nepomuk Drißner das Gebäude für seinen Sohn erbauen, der bereits als Kaufmann bezeichnet wird. Unglücklicherweise starb dieser bereits im Jahr 1858 nach drei Ehejahren. Dessen Ehefrau Agathe Sprißler, wenn man so will, über fast sieben Jahrzehnte hinweg die feste „Konstante“ in der ersten Hälfte der Bewohnergeschichte des Hauses, heiratete mit Balthasar Löhle zum zweiten Mal einen „Kaufmann“. Spätestens ab dem Jahr 1859, 150 Jahre vor der Wiedereröffnung im Museum, ist in dem Gebäude ein Kolonialwarenhandel nachzuweisen. Nach dem Tod ihres zweiten Mannes, der sie verlassen hatte und nach Amerika ausgewandert war, heiratete die „Haus Herrin“ ein drittes Mal, erneut einen Kaufmann, Friedrich Pfeiffer aus Stockach. Von deren sechs Kindern, von denen nur vier überlebten, übernahm dann dessen gleichnamiger Sohn Friedrich 1910 das Anwesen. Er hatte große Pläne und baute das Haus 1925 zum Kaufhaus aus.

Es entstand ein richtiges Warenhaus auf dem Land. Es war weit mehr als ein Dorfladen. Neben den damals gleichzeitig in Stetten existierenden fünf weiteren Läden fand das „Kaufhaus Pfeiffer“ seinen eigenen Weg mit einem damals hochmodernen Konzept und einem Warensortiment, das der wirtschaftlichen Bedeutung des zentralen Markortes Stetten auf dem Heuberg und der veränderten Nachfrage in dem Garnisonsstandort entsprach. Neben den klassischen Kolonialwaren waren es vor allem Haushalts-, Luxus- und Geschenkartikel sowie Andenken, vor allem aber Kurz-, Textil- und Wollwaren aller Art.

Es erwies sich als absoluter Glückfall für das Museum, dass Franz Pfeiffer zeit seines Lebens ledig geblieben war. Rund drei Jahrzehnte lebte er allein in dem großen Haus, genügsam und anspruchslos, verwahrte in den zahlreichen Räumen Waren aller Art und persönliche Dinge, auch solche, die sich sicherlich nicht mehr verkaufen ließen, und er scheint wohl kaum je etwas weggeworfen zu haben. Auf dem Heuberg war klar: Beim „Pfeiffer-Franz“ bekam man alles, was man sonst kaum mehr irgendwo fand. Er hatte den Überblick über seine Lager, und wenn er dort etwas nicht fand, dann besorgte er es für seine Kunden. Nur, weiter als in den Ladenraum im Erdgeschoss kam in diesen Jahren kaum mehr jemand, selbst die eigenen Verwandten nur selten. Und so entwickelte sich das Kaufhaus, vor allem auch hinter den „Kulissen“, zu einer wahren Fundgrube für die Museumsfachleute. Dieser Schatz ist zwar nun gesichert, aber noch längst nicht im Detail erforscht. Da gilt es noch viel zu entdecken.

### Neues altes Kaufhaus

Bemerkenswert aus dieser Sicht ist jedoch auch, dass im „Kaufhaus Pfeiffer“ doch weiter eingekauft werden kann. Im ehemaligen Wohnteil und zwischenzeitlichen Verkaufs- und Lagerraum im Erdgeschoss des Hauses, gleich neben dem Hauseingang, findet sich nun das „Museumslädele“. Nach der Besichtigung des ausgestellten historischen Ladens können sich die Besucher im „Museumslädele“ an Naschereien, Museumsprodukten oder Vesper und Getränken göttlich tun und das eine oder andere Andenken an einen Besuch im Freilichtmuseum mit nach Hause nehmen. „Tante Emma“ und „Onkel Franz“ auf zeitgemäße Art?

## Literaturverzeichnis

- » Hochheuser, Michael: Dem Dürbheimer Landmarkt droht das Aus. Das Vorzeigeprojekt als Betriebsmodell in Bürgerhand macht wesentlich weniger Umsatz als notwendig, in: Gränzboten vom 13.12.2012.
- » Schrader, Mila: Tante-Emma-Laden. Kindertraum und Alltagsleben, Suderburg-Hösseringen 2006.
- » Schwedt, Georg: Vom Tante-Emma-Laden zum Supermarkt. Eine Kulturgeschichte des Einkaufens, Weinheim 2006.
- » Spieker, Ira: Ein Dorf und sein Laden. Warenangebot, Konsumgewohnheiten und soziale Beziehungen um die Jahrhundertwende, Münster 2000.
- » Stickel, Antje / Tröscher, Michael (Hg.): 48, 98 Tante Emma – Megastore. 50 Jahre Lebensmittelhandel in Deutschland, Frankfurt am Main 1998.  
Daraus:
  - » Andersen, Arne: Vom Schwarzmarkt zum Supermarkt. Zur Kulturgeschichte des Wirtschaftswunders, in: S.9-23.
  - » Evans, Doris: Freiwahl und Schnellbedienung. Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit, S.30-35.
  - » Kellner, Joachim: Interview mit Peter Schmid. Intelligenten Verpackungen gehört die Zukunft. Schlechtes Design verdirbt den Spaß am Einkaufen, S.95-99.
  - » Köhler, Gert: Tante Emma goes event-shopping. Das Bild der Stadt prägen die Bauten für den Handel, S.44-50.
  - » Schlegel-Matthies, Kirsten: Gefrierkühlkost und Mikrowelle. Die EB-Revolution, die aus der Kälte kam, S.77-80.
  - » Teuteberg, Hans-Jürgen: Der Lebensmittelhandel im Wandel. Zur Wirtschafts-, Technik- und Sozialhistorie des Einzelhandels, S.51-70.
  - » Wenz-Gahler, Ingrid: Im Fachgeschäft ist der Kunde König. Schlaraffenland der Warenkunde, S.24-29.

### Internetquellen

- » <http://www.ums-eck.de/home0.html>  
letzter Zugriff 17.03.2013.
- » [http://www.schwaebische.de/region/sigmaringen-tuttlingen/pfullendorf/rund-um-pfullendorf\\_artikel,-Pffiffige-Geschaefsideen-spiessen-hinter-dem-Herdwanger-Rathaus-\\_arid,5278580.html](http://www.schwaebische.de/region/sigmaringen-tuttlingen/pfullendorf/rund-um-pfullendorf_artikel,-Pffiffige-Geschaefsideen-spiessen-hinter-dem-Herdwanger-Rathaus-_arid,5278580.html)  
letzter Zugriff 27.01.2013.
- » <http://www.markant.com>  
letzter Zugriff 17.03.2013.
- » [http://www.nahversorger-offensive.de/db\\_assets/konzepte/downloads/IK\\_Folder1.pdf](http://www.nahversorger-offensive.de/db_assets/konzepte/downloads/IK_Folder1.pdf)  
letzter Zugriff 17.03.2013.



Träger: Landkreis Tuttlingen



## **Freilichtmuseum Neuhausen ob Eck Träger: Landkreis Tuttlingen**

Info-Service: 07461 - 926 3205

Museumskasse: 07467 - 13 91

Museumsgaststätte Ochsen: 07467 - 12 41

[www.freilichtmuseum-neuhausen.de](http://www.freilichtmuseum-neuhausen.de)

Das Projekt „Dorfläden im Landkreis Tuttlingen“ wird gefördert durch LEADER SüdWestAlb aus Mitteln der Europäischen Union und des Landes Baden-Württemberg.



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ



Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen Raumes (ELER)  
Mitteln der Europäischen Union  
Mitteln des Landes Baden-Württemberg