

Richard Vahrenkamp

# **DIE LOGISTISCHE REVOLUTION**

*Der Aufstieg der Logistik in der  
Massenkonsumgesellschaft*

Deutsches Museum  
Beiträge zur Historischen Verkehrsforschung

**campus**



## Inhalt

1 Einleitung	9
1.1 Die Massenkonsumgesellschaft	10
1.2 Der Lieferservice als Gegenstand der Logistik	12
1.3 Supply Chain Management und Infrastrukturen	16
2 Die Innovationen im Handel als Impulsgeber für die Konsumgüterindustrie und die Logistik	19
2.1 Kaufhäuser und Filialketten als Multiplikatoren der Warenvielfalt 1880-1945	22
2.2 Die Konzentration der Kaufhäuser in der Bundesrepublik 1950-1990	47
2.3 Der Supermarkt als Handelsinnovation der 1950er Jahre	49
2.4 Die Ausdifferenzierung im Handel in der Bundesrepublik 1960-1990	57
3 Die Speditionen als Träger des Lieferservices 1900-1938	60
3.1 Einleitung	60
3.2 Die Geschäftsfelder von Speditionen	62
4 Der Lieferservice in der Eisenbahnlogistik 1850 bis 1945	65
4.1 Anreize im Preissystem der Eisenbahn für den LKW-Verkehr	67
4.2 Die Sammelgut-Eisenbahnspedition	70
4.3 Die Verletzlichkeit der Güterbahnhöfe im Luftkrieg	71
5 LKW-Lieferverkehre in der sich entwickelnden Massenkonsumgesellschaft 1900-1938	74
5.1 Die Diffusion von Lastkraftwagen zu Beginn des 20. Jahrhunderts	74
5.2 Die Rolle des Lastkraftwagens in der Massenkonsumgesellschaft	77
5.3 Der Werkverkehr mit dem Lastkraftwagen	79
5.4 Der gewerbliche Lastkraftwagen-Fernverkehr	88

5.5 Der Kampf der Reichsbahn gegen den LKW in der Weimarer Republik	96
5.6 Das Spannungsfeld der NS-Verkehrspolitik zwischen LKW-Marginalisierung und Autobahn-Innovation	106
5.7 Private Speditionen im Abwehrkampf gegen Staatsspeditionen	118
5.8 Institutionalisierung und Verbandsentwicklung der Spediteure	121
6 Stückgut und Expressgut als Grenzen der Eisenbahnlogistik 1900 bis 1938	124
6.1 Der Stückgutverkehr der Eisenbahn	126
6.2 Der Engpass der Zuroll- und Abroll-Dienste im Stückgutversand	131
6.3 Das lokale Netzwerk der Güterbahnhöfe als Engpass für den Umschlag	134
6.4 Ferngüterzüge	146
6.5 Die Überlastung der Güter- und Rangierbahnhöfe	147
7 Das Straßennetz als Infrastruktur des LKW-gestützten Lieferservice	151
7.1 Theorie der Infrastruktur: Das Autobahnnetz und das Internet als Infrastrukturen	151
7.2 Die Motorisierung 1920 bis 1930 in Deutschland	155
7.3 Die Arbeiten der STUFA	159
7.4 Die Kontroverse Autobahn vs. Landstraße in der Weimarer Republik	161
7.5 Die Finanzierung des Straßenbaus	163
7.6 Der Autobahnbau in Italien	166
7.7 Die Diskussionen im Ausland	172
7.8 Die Autobahn Köln - Bonn 1932	175
7.9 Die Gründung der Hafraba in Frankfurt a. M. 1926	198
7.10 Die Aktivitäten der Hafraba	204
7.11 Das Scheitern der Hafraba	216
8 Der Aufstieg der Logistik in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts - Ein Überblick	223
9 Die Massenkonsumgesellschaft und das Wachstum des Autobahnnetzes	225

10 Die logistische Funktion der Autobahnen in der Massenkonsumgesellschaft	233
11 Die Eisenbahnlogistik in Westdeutschland	245
11.1 Das hartnäckige Defizit der Bahn	248
11.2 Der Kombinierte Verkehr	250
11.3 Die Bahnreform in den 1990er Jahren	258
11.4 Die Debatte um Güterverkehrszentren und die Citylogistik	262
11.5 Die Auslagerung des Stückgutverkehrs auf die Bahntrans	270
12 Die Eisenbahnlogistik in Europa	276
13 Alpenquerende Güterverkehre	281
14 Liberalisierung und Regulierung des LKW-Verkehrs in Westdeutschland 1945 bis 1986	285
14.1 Der Kampf der Verkehrspolitik gegen den LKW	288
14.2 Die Entwicklung der Marktanteile von Bahn und LKW	299
14.3 Die Stakeholder der Regulierung	300
15 Die gemeinsame Verkehrspolitik in Europa und die Liberalisierung des LKW-Verkehrs	303
15.1 Die gemeinsame Verkehrspolitik der EWG	305
15.2 Die Politikfelder der Liberalisierung und der Harmonisierung	307
15.3 Die Euro-Abgasnormen und der saubere LKW	309
15.4 Die Liberalisierung des LKW-Verkehrs nach 1986	312
16 Die Automotive Logistik der Automobilindustrie	319
17 Der Europäische Binnenmarkt als Logistik –Treiber	323

18 Paketdienste als Schrittmacher der Logistikindustrie	328
19 Die logistische Revolution in den 1990er Jahren	334
20 Die Evolution von Logistikkonzepten in der Betriebswirtschaftslehre	343
20.1 Die Entwicklungsstufen der Logistik nach Baumgarten/Walter und Wildemann	343
20.2 Die Entwicklungsstufen der Logistik nach Weber	345
Anhang: Dissertationen der deutschen Verkehrswissenschaft zur Besonderheitenlehre des Verkehrs 1929 bis 1978	348
Abkürzungen	352
Tabellen und Abbildungen	354
Literatur	361
Editorische Notiz	389

Die Massenkonsumgesellschaft westlichen Stils ermöglicht dem Konsumenten eine breite Auswahl von Waren und Dienstleistungen. Das Angebot an Waren vergrößerte sich in den vergangenen 100 Jahren beträchtlich, nachdem bereits im 19. Jahrhundert verschiedene Beobachter auf die Warenvielfalt hingewiesen hatten. Karl Marx hob sie im Jahre 1867 mit dem berühmten Einleitungssatz seines Werkes "Das Kapital" als Charakteristikum der kapitalistischen Gesellschaften hervor, und Émile Zola schilderte in seinen Romanen "Der Bauch von Paris" und "Das Paradies der Damen" plastisch die Warenfülle in den Pariser Markthallen und Kaufhäusern. Im 20. Jahrhundert wuchs die Warenvielfalt umso mehr an. Die als Shopping Malls bezeichneten neuen Vertriebsformen im Einzelhandel boten verschiedene Artikel in der Größenordnung von einigen 100.000 an. Die Angebote an konsumentennahen Dienstleistungen wie Bankkredite, Versicherungen und die Tourismusindustrie waren ebenfalls von Vervielfältigung gekennzeichnet. Sie sind keine Selbstverständlichkeit, sondern basieren auf einem komplexen System logistischer Dienstleistungen, die sich parallel mit der Massenkonsumgesellschaft herausgebildet haben, aber in der Öffentlichkeit nahezu unbeachtet geblieben sind. Man nahm das Warenangebot unreflektiert als gegeben hin. In diesem Band sollen die logistischen Dienstleistungen, welche die Massenkonsumgesellschaft ermöglichen, diskutiert und dabei gezeigt werden, wie sich die logistischen Dienstleistungen parallel zur Massenkonsumgesellschaft seit der Jahrhundertwende 1900 entwickelt haben. Vor der Erläuterung der logistischen Grundfunktionen, soll hier die Massenkonsumgesellschaft charakterisiert werden.

## 1.1 Die Massenkonsumgesellschaft

Die modernen Gesellschaften werden häufig mit dem Begriff der Massenkonsumgesellschaften beschrieben. Die Zeitperiode nach 1950 kennzeichnet die Evolution eines konsumorientierten Wirtschaftssystems in Europa, dessen Anfänge bis 1900 zurückreichen. Es ist von der Verbindung von Konsumgüterindustrien mit großflächigen, filialisierten Handelssystemen gekennzeichnet, welche die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen. Massenproduktion, Massendistribution und Massenkonsum bildeten ein System. Eine besondere Stellung innerhalb der Konsumgüterindustrie nehmen die Automobilindustrie und der Automobilhandel ein, welche die Basis für die Massenmotorisierung legen. Das Automobil ermöglichte den Einkauf in peripher gelegenen Großmärkten und den bequemen Transport großer Mengen an Konsumgütern und schuf so die Voraussetzungen für die Konzentration im Einzelhandel auf großflächige Einheiten.

Die Massenkonsumgesellschaft entwickelte nicht allein großflächige Shoppingeinrichtungen, sondern auch den Massentourismus, der auf logistischen Versorgungskonzepten einer großen Zahl von Touristen beruhte. Package-Angebote, die Bahnreisen nach Bayern und Österreich mit Hotelunterkünften kombinierten, entstanden seit 1900. In den 1920er Jahren ermöglichte der Autobus die Einführung von Ausflugsreisen und Package-Angeboten in Ziele im Mittelgebirge und im Alpenvorland, die bisher von Bahnlinien nicht erschlossen waren. Die Sehnsucht nach Urlaub nutzten auch die Diktatoren Hitler und Mussolini; sie boten preiswerte Bahnreisen an, um populär zu erscheinen. In den 1960er und 1970er Jahren lösten zunehmend Charter-Flugreisen in den Mittelmeerraum die Package-Angebote von Bus und Bahn ab.

Die Massenkonsumgesellschaft war Gegenstand verschiedener Diskurse. Einmal hob die Kulturkritik Exzesse des Konsums hervor, zeigte die Eindimensionalität von Konsumverhalten auf und wies auf den Mangel an Sinnerfüllung hin: Konsum als vergebliche Suche nach der Erfüllung. Die bereits in den 1920er Jahren in den USA sich deutlich entwickelnde Massenkonsumgesellschaft zog bei europäischen Betrachtern Kritik an der Konsumverflachung auf sich, während die USA selbst die

breite Auswahl an Konsumgütern als "Konsumentendemokratie" feierte. Hier verschob sich die Bedeutung von Demokratie als politischer Teilhabe auf den Konsum. Als in den 1920er Jahren in den USA das Vordringen von Big Business und Corporate America in Wirtschaft und Politik beobachtet werden konnte, ließen sich die Ideale von persönlicher Unabhängigkeit und Verantwortung immer weniger verwirklichen. Das Schlagwort der Konsumentendemokratie trug daher zur willkommenen innenpolitischen Stabilisierung bei. Das Thema Konsum wurde von Wissenschaft und Publizistik aufgegriffen. Seit 1913 erschien in dem amerikanischen Verlag Arno Press die Buchreihe "Getting and Spending", welche den Konsum in den Rang einer staatsbürgerlichen Pflicht erhab.

Ohne Zweifel ist der Ansatz der Konsumentendemokratie eine Übertreibung. Gleichwohl zeigt der Zusammenbruch des kommunistischen Ostblocks in den 1990er Jahren den elementaren Wunsch der Bevölkerung nach besserer Versorgung auf, die als eine zivilisatorische Errungenschaft westlicher Gesellschaft verstanden werden kann. Auch wird die politisch stabilisierende Funktion des Massenkonsums deutlich, da berechtigter Weise angenommen werden kann, dass die wirtschaftliche Unfähigkeit des Ostblocks, die Bevölkerung mit Konsumgütern ausreichend zu versorgen, wesentlich zu dessen Zusammenbruch beigetragen hat.

Diesen Zusammenhang hat Jonathan Zeitlin exemplarisch an der Automobilwirtschaft aufgezeigt. Die geringe Automobilichte im Ostblock, der schlechte Zustand des Straßennetzes, der elementare Mangel an Service-Einrichtungen, wie Tankstellen, Reparaturwerkstätten und vor allen Dingen Ersatzteilen, trieb viele Leute in die Verzweiflung und untergrub zugleich die Arbeitsmoral, da sie auf der Jagd nach Ersatzteilen und anderen knappen Konsumgütern den Arbeitsplatz verlassen mussten. In Polen war bereits seit dem Jahre 1970 die Versorgungslage mit Lebensmitteln kritisch und führte immer wieder zu Streiks, Widerstandshandlungen und letztlich zur Gründung der Gewerkschaft Solidarität. Die Wirtschaftslage in Polen besserte sich jedoch nicht und erzwang im Frühjahr 1989 erstmalig in einem Land des Ostblocks die Teilung der Macht zwischen der kommunistischen Partei und Solidarnosc am legendären runden Tisch.

Für Erich Honecker, der ab 1971 in der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) den Vorsitz des Politbüros übernahm, waren die Vorgänge in Polen ein Warnsignal. Mit seiner abenteuerlichen Wirtschaftspolitik, welche die Verschuldung der DDR im Westen, den Stopp von Ersatzinvestitionen für den Produktions- und Dienstleistungsbereich und für die Infrastruktur und den Ausverkauf des DDR-Vermögens umfasste, versuchte er 18 Jahre lang, das Konsumniveau in der DDR zu stabilisieren und die Bevölkerung hinzuhalten, bis die DDR im Jahre 1989 schließlich doch zusammenbrach.