

# Erwartungshorizont Interview

---

## Aufgabe 3

Was war das Besondere am Kaufhaus Schocken

- Moderne Architektur: Mendelsohn mit Simon Schocken,
  - o Binnenarchitektur: Geschäftsräume entsprechend gestaltet
  - o Waren entsprechend präsentiert, Preisschilder sehr deutlich zu sehen, übersichtlich und geordnete Präsentation, ein standardisierter Eindruck beim Einkauf
- Innovative Werbung: minimalistisch und kleinflächig: das typische „S“ als neues Design
- Begrenzte wertbeständige Auswahl von Waren: immer mehr dazu über Firmenartikel zu produzieren (Textilien, Seifen, Nahrungsmittel)
- Käuferlebnis: großstädtischer Flair, breite Gesellschaftsschichten, zuerst Arbeiter und Bauern, denen man preisgünstige qualitativ gute Waren anbietet, Prinzip weitet sich aus: Käuferlebnis für alle gesellschaftlichen Schichten „Komm wir gehn zum Schocken“
- Ein Warenhaus, alle Waren des täglichen Bedarfs für alle
- Auch heute des Warenhauses: selbst beim Discounter: da kann der Unternehmer und der Reiche einkaufen wie der Sozialhilfeempfänger
- Besonders wirtschaftlich: Maßstäbe:

Inwiefern Schocken wirtschaftlich modern?

- Zentraler Einkauf,
- Warenhäuser unabhängig in Verkaufsentscheidungen: Preise angepasst
- Kein Rabattverkauf
- Analyse zur Wirtschaft: wirtschaftliche Tätigkeit wird reflektiert
- Unternehmerisches Gedenken: klare Ästhetik, die sich an der künstlerischen Moderne des frühen 20. Jahrhunderts ausgerichtet hat
- Neuer Typus von Verkäufer
  - o freundlich, zurückhaltend, informiert und motiviert
  - o Gute Sozialpolitik: dafür Einsatz für das Unternehmen
  - o Verkäufer offen für Kritik der Kunden
- Atmosphäre von Anerkennung der Leistungen und arbeitnehmerfreundliche Sozialpolitik: Ausbildung und Weiterbildung, duales System: „Berufsschule“ plus Betrieb
- Dialektischer Prozess: starke Identifikation der Angestellten: win-win für Arbeitgeber und Arbeitnehmer
- Ein Kaufhaus mit allen Waren des täglichen Bedarfs und teilweise darüber hinaus

Wahrzeichen der Moderne

1. Moderne Konsumgüterindustrie: was Käufer wollten, musste produziert werden  
Freizeitgestaltung: Menschen wollen Radio hören Ende der 20er, Schallplatten, Sport spielt eine größere Rolle (Betriebssport bei Schocken)  
Glitzernde Warenwelt: Ästhetik der Ware und Präsentation spielt eine Rolle: „Das Auge kauft mit“; Beitrag zur Dienstleistungskultur im 20. Jahrhundert: Waren werden geschmacksbildend: man verbindet werde mit einer Marke:
2. Ausweitung des preisgünstigen Massenkonsums: man bekommt alles preiswert für den täglichen Bedarf  
Neue Konsum- und Freizeitgesellschaft
3. Ausdruck der künstlerischen Moderne: Architektur von Mendelsohn

- 
4. Teilhabe von allen gesellschaftlichen Gruppen ist garantiert: Konsum garantiert demokratische Gleichheit, alle zahlen das gleiche, Möglichkeit der demokratischen Teilhabe, Versuch soziale Klassegegensätze zu mindern (wenn nicht zu überwinden)  
→ Linksliberale Reformkonzepte, Schocken als SPDler