

Konfrontation statt Kooperation: die Ladenschluss-Debatte

Verbraucherpolitik und Sozialpolitik verfolgen gemeinsame Ziele, sie sind Brüder im Geiste. Wenn es konkret wird und verbraucherrelevante Interessen tangiert werden, können die Vorstellungen in beiden Politikbereichen sich trennen. Dann wird aus programmatischer Kooperation schon mal praktische Konfrontation. Das mit sozialpolitischen Argumenten betonierte Ladenschlussgesetz von 1956 verhinderte über 30 Jahre eine Öffnung von gewerblichen und anderen Organisationen zu Lasten der Verbraucher. Die lange und harte Debatte über eine Lösung dieses Konfliktes illustriert, wie Verbraucher- und Sozialpolitik zu Gegnern werden können.

1. Verbraucherpolitik und Sozialpolitik: gleiche Ziele?

Verbraucher- und Sozialpolitik verfolgen zu großen Teilen die gleichen Ziele. „Die Zielgruppenbezogenheit der Verbraucherpolitik und -aufklärung mit einer besonderen Akzentsetzung auf die sozial schwachen Haushalte gehört zu den essentiellen Aufgaben der Verbraucherorganisationen seit ihrem Bestehen“, heißt es in dem Gutachten ‚Qualitativer Konsum und Verbraucherpolitik‘, das 1985 für die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) erstellt worden war (ISG 1985). Die Stiftung Verbraucherinstitut, eine von AgV und Stiftung Warentest gegründete Weiterbildungseinrichtung, beschrieb einen ihrer Aufgabenbereiche so: „Die Berücksichtigung sozialpolitisch orientierter Verbraucherarbeit findet ihren Niederschlag in Veranstaltungen und Materialien für die Arbeit mit Senioren, Ausländern, Aussiedlern, Analphabeten und überschuldeten Haushalten.“ (Stiftung Verbraucherinstitut 1988a, 16) Lucia A. Reisch (2005) nennt neben den wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Zielen/Leitbildern die sozialpolitische Dimension, die den Ausgleich sozialer Härten bei alten Menschen, Kindern, Jugendlichen, Migranten und einkommensschwachen Haushalten fokussiert, wenn es um die effiziente Versorgung mit Konsumgütern und Diensten oder die Sicherung der Verbraucherposition geht. Eine Differenzierung in Einkommensverwendung als Aktionsfeld der Verbraucherpolitik und Einkommenserzielung als das

der Sozialpolitik ist vordergründig. Eine Erhöhung des Nominaleinkommens beziehungsweise die Stärkung der Kaufkraft sind basale Voraussetzungen für ‚Konsumfreiheit‘ (wie immer man sie definiert), für Kauf und Nutzung knapper Güter. Stets sind Verbraucherinteressen in beiden Politikfeldern tangiert, was zur Kooperation drängt (Reifner 1990). Man könnte Verbraucher- und Sozialpolitik als ‚Brüder im Geiste‘ bezeichnen.

Das bedeutet keinesfalls, dass es zwischen beiden Politikbereichen nicht zu Spannungen und Konflikten kommen kann. So bewirken die Aktivitäten der Verbraucherorganisationen Verteilungswirkungen zugunsten der Mittel- und Oberschichten, die von den Leistungsangeboten relativ stärker Gebrauch machen (Minte 1978). Man kann sich auch vorstellen, dass die Informationsangebote von Verbraucherverbänden und Stiftung Warentest den Wettbewerb auf Konsumgütermärkten zu Lasten marktschwacher Anbieter verschärfen, deren Umsatzverluste die Entlassung von Angestellten erzwingen. Oder: Wenn die Gewerkschaft Verdi von der Bundesregierung verlangt, gesetzgeberisch den Mindestlohn drastisch zu erhöhen, kann dieser zu erhöhten betrieblichen Kosten führen, die über die Verkaufspreise auf die Verbraucher abgewälzt werden.

Verbraucherschutz – oder generalisierend Verbraucherschutz – ist nicht selbsterklärend, auch nicht bezüglich vulnerabler Verbrauchergruppen. Aus dem Sozialstaatsprinzip des Grundgesetzes ergibt sich „anerkanntermaßen eine Schutzpflicht des Staates, soweit es eines angemessenen Ausgleichs im Zusammenleben der Individuen, bedarf; beispielhaft sei auf das Verbraucher-, Mieter- oder Arbeitnehmerschutzrecht verwiesen.“ (Spindler 2024, 5) Worüber ein staatlicher Schutzschirm gehalten wird, ist dabei offen und wird im politischen Alltag von den dominierenden Machtverhältnissen auf Bundes- und Landesebene entschieden. Hilfreich ist hier die Unterscheidung Gerhard Scherhorns von allgemeinen und speziellen Verbraucherinteressen. Letztere richten sich auf einzelne Güter oder Güterbündel bei hoher Nutzeneinschätzung, allgemeine Verbraucherinteressen dagegen auf eine Vielzahl von Einzelgütern mit geringer aktueller Nutzeneinschätzung sowie „auf Verhaltensregelungen übergreifender Art (z.B. Produzentenhaftung bei Umweltverschmutzung)“ (Scherhorn 1975, 108). Solche Verhaltensregelungen übergreifender Art werden sich besonders politischen Bewertungen anbieten, ihr normativer Charakter dürfte stets politischen Präjudizien ausgeliefert sein. Bundes- oder landesweit geregelte Ladenöffnungszeiten sind ein anschauliches Beispiel. Sie regeln übergreifend, ohne Bezug auf einzelne Güterarten, Verbrauchergruppen, Handels- oder Dienstleistungsformen, wann die Türen für Kunden geschlossen bleiben. Verbraucherinteressen werden davon ganz allgemein berührt und das in durchschlagender Weise. Spezielle Verbrau-

cherinteressen, die sich auf einzelne Güter(bündel) richten, sind zwar politischer Bewertung ausgesetzt (aktuell anschaulich im Nachhaltigkeitskontext), aber doch auf ihre Singularität reduziert, auf inhaltlich und zeitlich weniger allgemeine Gültigkeit, was beides ein geringeres strittiges Potential beinhaltet. Bei speziellen Verbraucherinteressen können Verbraucher- und Sozialpolitik häufiger gemeinsame Sache machen.

Anders bei allgemein tangierten Verbraucherinteressen: Hier trennen sich schon mal die Wege, und wenn ‚Verhaltensregelungen übergreifender Art‘ im Streit sind, dann geht es mitunter ‚um die Wurst‘, nämlich um verbraucherpolitisch Entscheidendes. Beispielsweise um die Frage, wie lange Einzelhandelsgeschäfte, Dienstleistungsbetriebe, Galerien, Museen oder öffentliche Einrichtungen für kaufwillige und informationsbereite Verbraucher zugänglich sein sollen. Diese Frage war Gegenstand heftiger Debatten über drei Dekaden, während der man von einer gezielten Exklusion der Verbraucher aus den Märkten sprechen kann, von einer Einschränkung der Konsumfreiheit, die ordnungspolitisch unverständlich, und verbraucherpolitisch sinnlos, aber sozialpolitisch gewollt war.

2. Die bleierne Zeit

2.1 Das Ladenschlussgesetz von 1956

Das Gesetz über den Ladenschluss von 1956 stellte für den Deutschen Gewerkschaftsbund (DGB) einen ‚historischen Kompromiss‘ zwischen Einzelhandel, Gewerkschaften und den damaligen Verbraucherorganisationen dar. Es verkürzte (in Westdeutschland) die geltenden Öffnungszeiten unter der Woche und schränkte diese an den Samstagen noch deutlicher ein. Und historisch war auch die Dauer dieser ‚komischen Idee‘ (Ludwig Erhard). Über dreißig Jahre galten folgende Regelungen für Verkaufsstellen:

- Von Montag bis Freitag darf im Einzelhandel von 7 Uhr bis 18 Uhr geöffnet werden.
- Samstags dürfen die Geschäfte bis 14 Uhr öffnen, jeden ersten Samstag im Monat bis 18 Uhr.
- An Sonn- und Feiertagen bleibt alles geschlossen.

Dass diese Festschreibung der Öffnungszeiten den Zeitpräferenzen der Verbraucher nicht entsprach, machten verschiedene Studien deutlich (Kuhlmann 1990). Und in Europa stand Deutschland mit seinem Ladenschluss allein, die meisten Nachbarländer regelten die Öffnungszeiten weniger restriktiv wie Großbritannien

en, Schweden, Spanien, Italien oder die Niederlande, wo die Gemeinden über die Öffnungszeiten entscheiden. Man konnte sich auch fragen, warum viele Berufsgruppen abends, nachts oder samstags arbeiten und darüber kaum klagen: Busfahrer, Schichtarbeiter in der Industrie, Krankenschwestern und -pfleger, Polizisten, Versicherungsvertreter, Feuerwehrleute, Journalisten und die in der Gastronomie Tätigen.

Nach 1956 wurde an das Ladenschlussgesetz eine Generation lange nicht gerührt. Für eine subjektiv empfundene gute Sache, das Arbeitnehmerinteresse, war den Lobbyisten in Gewerkschaften, Wirtschaftsverbänden und Parteien offensichtlich jedes Regulierungsmittel recht. Der Stuttgarter Oberbürgermeister Manfred Rommel meinte dazu einmal, ein „Interessenklüngel aus Gewerkschaftern, Arbeitgebern, Sozialdemokraten und CDU-Mittelstandspolitikern“ würde hartnäckig die Forderungen nach großzügigeren Öffnungszeiten abblocken (Spiegel Nr. 40/1989, 142). Pro Ladenschlussgesetz waren auch noch Andere: Tankstellen, Bahnhofskioske oder die Versandhändler, denen knappe Einkaufszeiten für Einzelhandelskunden willkommen waren.

2.2 Machtloses Anrennen

Die Verbraucherverbände standen in diesem Konflikt lange auf verlorenem Posten, ihnen fehlten vergleichbar starke Bundesgenossen. Gegen die übermächtige Allianz einiger Handelsverbände und Gewerkschaften, die in der SPD einen politischen Verbündeten hinter sich wussten, war nichts auszurichten. „Es ist ein mächtiges Kartell von Verbänden und Parteien, das den Status quo beim Einkaufen abdeckt [...] Die Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen (HBV) und die Deutsche Angestellten-Gewerkschaft (DAG) sind sich, ein seltener Fall von Harmonie, einig mit der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE) [...] Mit dabei in diesem Läden-zu-Klub sind die Sozialdemokraten (aus Rücksicht auf die Gewerkschaften) und weite Teile der Christen-Union (aus Rücksicht auf den mittelständischen Handel.“ (Spiegel 1987)

Dieser Allianz stand eine „wenig schlagkräftige Truppe“ gegenüber, einige „Marktwirtschaftler an Universitäten und Forschungsinstituten, Hausfrauenverbände und Verbrauchermarkt-Unternehmen, die gesamte FDP und Teile der CDU“, wie der Spiegel 1987 weiter schrieb. Die FDP beteiligte sich zwar an wechselnden Bundesregierungen, blieb aber als Juniorpartner samt ihren ordnungspolitischen Vorstellungen, die freie Öffnungszeiten nahelegen, ohne Einfluss. Die Presse war wohlwollend, aber ohne eigene Initiative und Kampfeslust. Die AgV als Spitzenverband der Verbraucherzentralen und einiger auch sozialpolitisch

orientierter single issue-Verbände bemühte sich redlich. Sie forderte von Anfang an eine Diskussion über den verkorksten Ladenschluss. Aber ihr fehlte zunächst neben dem Rückhalt Verbündeter eine gewisse Entschiedenheit, was wohl auf uneinheitlichen Meinungen innerhalb des Verbandes beruhte. So räumte 1984 der damalige AgV-Präsident Helmut Lenders in einem Artikel zum Ladenschluss ein: „Aber auch in der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher gibt es unterschiedliche Auffassungen über den wünschenswerten Umfang, die Ausgestaltung und die möglichen positiven wie negativen Auswirkungen einer Ausweitung der Ladenöffnungszeiten. Im übrigen hat die AgV auch in der Vergangenheit nicht in vorderster Linie bei den in Intervallen auftretenden Vorstößen zur Änderung des LSG gestanden.“ (Lenders 1984, 179f.) Der höchste Repräsentant der damaligen Verbraucherverbandspolitik ging davon aus, dass „für die Beschäftigten im Einzelhandel durch weitere Stückelung der täglichen Arbeitszeit und teilweise Verlagerung in die Arbeitsstunden insgesamt eine Verschlechterung ihrer sozialen Situation eintritt, auch wenn der geltende Arbeitsschutz selbstverständlich eingehalten wird.“ (Lenders 1984, 187) Offenbar lenkte das Engagement des langjährigen SPD-Bundestagsabgeordneten und Düsseldorfer SPD-Vorsitzenden für die Arbeitnehmerinteressen den Blick übermäßig auf deren mögliche Benachteiligung, was einen Konflikt mit den Verbraucherinteressen bedeutete, deren Verfolgung primäre Aufgabe seines Amtes war. Die „Interessendivergenz zwischen Arbeit und Konsum, die bis in den Verbandsbereich hineinragt“ (Biervert 1977, 43), wurde hier überdeutlich sichtbar.

Das gewaltigste Hindernis für eine Modernisierung des Ladenschlussgesetzes war die wirtschaftliche Mitbestimmung, die für Gewerkschaften und Sozialdemokraten traditionelle Bedeutung hat. Die Arbeitszeiten und somit die Ladenschlusszeiten unterliegen der Mitbestimmung; selbst wenn das Parlament die Öffnungszeiten ganz freigeben würde, könnten die Betriebsräte dies einfach unterlaufen. Hinderlich war vermutlich auch das Nullsummindenken in der gegnerischen Allianz, jegliche Veränderung der Öffnungszeiten ginge zu Lasten der Arbeitnehmer und Handelsbetriebe.

Die im Streit mit dem ‚Interessenklüngel‘ wenig aussichtsreiche Position der Verbraucherverbände legte eine Mischung aus Galgenhumor, Ironie und Widerstandsgeist nahe, die in dem Couplet ‚Das Ladenschlußlied‘ (nach der Melodie ‚An der Nordseeküste‘, Text: Heiko Steffens) hörbar wurde (VZ Berlin 1993):

An Ladenschlußzeiten haben wir uns gewöhnt.
 Waren sie auch nicht Spitze, wir haben nie gestöhnt.
 Jetzt will man sie ändern, ach, es ist ein Graus.
 Nie wieder abends gemütlich zu Haus.
 Doch im Einzelhandel, in unserem Land
 machen uns bange Männer bestimmt keine Angst.
 Den ganzen Tag stehen, bis spät in die Nacht,
 das hat sich der Bangemann fein ausgedacht.
 Er kennt nicht die Praxis, kennt nur Theorie.
 Wer lebt von Diäten und ner Menge Marie.
 Doch im Einzelhandel, in unserem Land
 machen uns bange Männer bestimmt keine Angst.
 Die Wenderegierung tut niemandem gut,
 besonders im Handel kommt vielen die Wut.
 Drum wendet die Wende und macht euch bereit,
 es muß sich was ändern, es ist höchste Zeit.
 Denn im Einzelhandel, in unserem Land
 machen uns bange Männer bestimmt keine Angst.
 Herr Blüm und Konsorten erzählen manche Mär,
 doch selbst unsere Oma, die glaubt es nicht mehr.
 Sie wollen uns verKohlen, drum Freunde gebt acht.
 Auch wir können kämpfen, das wär doch gelacht!!!
 Denn im Einzelhandel, in unserem Land
 machen uns bange Männer bestimmt keine Angst.

Die Unzufriedenheit der Konsumenten mit den frühen Schließzeiten und der Wunsch nach einem stressfreien abendlichen Einkauf zeigten sich im demoskopischen Interview. Die Bundesregierung hatte 1988 geplant, die Öffnungszeiten an einem Tag in der Woche für Handel, Behörden und Dienstleister bis 21 Uhr zu verlängern, was kontrovers diskutiert wurde. Dazu stellte das Emnid-Institut im Frühjahr 1988 in einer bundesweit repräsentativen Stichprobe folgende Frage: „Die Geschäfte machen ja normalerweise um 18.30 Uhr zu. Es gibt Überlegungen, einen sogenannten Dienstleistungsabend einzurichten und die Ladenschlußzeiten zu verändern. Das heißt, an einem Tag in der Woche sollen Banken, Behörden, Versicherungen, Handwerksbetriebe, andere Dienstleistungsbetriebe und Einzelhandelsgeschäfte abends länger aufhaben. Halten Sie persönlich einen solchen Dienstleistungsabend für sehr nützlich, etwas nützlich oder nicht notwendig?“

Die überwiegende Mehrheit der Befragten, 62 Prozent, hielt einen derartigen Abend für (sehr oder etwas) nützlich, nur ein Prozent hatte dazu keine Meinung. Ein Jahr vorher hatten auf dieselbe Frage des Instituts 65 Prozent zustimmend geantwortet. Trotz der Debatten in den Medien, in denen jegliches Pro und Contra zu hören war, und trotz der kommunikativen Übermacht von Wirtschaftsverbänden und Gewerkschaften gegenüber den Verbraucherverbänden blieb die Zustimmung zum Dienstleistungsabend auf hohem Niveau – die Verbraucher wussten, was sie wollten: verlängerte Öffnungszeiten. Die sollten am besten am Freitag (30 Prozent) oder am Mittwoch (27 Prozent) stattfinden; den Donnerstag, der es schließlich wurde, wollten nur 18 Prozent der Befragten.

Besonders hoch wurde die Nützlichkeit eines ‚langen Donnerstag‘ von jüngeren Auskunftspersonen eingeschätzt, die in Großstädten leben (40 Prozent für ‚sehr nützlich‘). Auch andere Besonderheiten fielen auf (Tab. 1).

Tabelle 1: Zustimmung zum Dienstleistungsabend (Angaben in Prozent)

Ich halte einen Dienstleistungsabend für ...	Gesamt	Berufstätige	mit Kindern bis 14 Jahre	mit Abitur	HH-Einkommen über 4000 DM
sehr nützlich	29	34	32	41	39
etwas nützlich	33	35	36	35	38
nicht notwendig	37	31	31	23	24
Basis (100 %)	3016	1423	649	416	570

Quelle: Stiftung Verbraucherinstitut (1988b)

Es waren schon 1988, so ließe sich interpretieren, die Angehörigen einer sozialen Schicht, die man heute mit Andreas Reckwitz (2019) die ‚neue Mittelklasse‘ nennt, die verlängerten Öffnungszeiten besonders zustimmten. Dieses Milieu umfasst ein gebildetes urbanes Publikum, das sich weltoffen gibt, überdurchschnittlich aufgeschlossen gegenüber ‚Reformen‘ ist, das die Annehmlichkeiten von Konsum und Wohlstand schätzt und folglich komfortablere Shoppingzeiten verlangt. Auch in anderen Milieus wurde eine Verbesserung der Einkaufssituation durch einen Dienstleistungsabend gesehen, die Nützlichkeitsrate fiel in keiner Großgruppe unter (vom Autor geschätzte) 50 Prozent. In Kenntnis dieser Situati-

on ‚an der Front‘ der wählenden Konsumbürger und vermutlich auch mit Blick auf koalitionsfreundliche Stammwähler aus der urbanen Mittelklasse besann sich die Bundesregierung unter Helmut Kohl mit dem liberalen Wirtschaftsminister Helmut Haussmann eines Besseren. Zumal der Bundesrat die Gesetzesvorlage der Bundesregierung zur Einführung eines Dienstleistungsabends unterstützt hatte.

3. Der ‚lange Donnerstag‘ – nur ein Etappenerfolg

3.1 *Ein erste Verbesserung für die Verbraucher*

Ab dem 5. Oktober 1989 erlangte der Gesetzentwurf der schwarz-gelben Koalition zur Einführung eines Dienstleistungsabends (DLA) Geltung. Das Gesetz sah vor, dass die Geschäftszeiten des Einzelhandels an Donnerstagen bis 21 Uhr ausgedehnt werden können, und empfahl darüber hinaus allen privaten und öffentlichen Dienstleistungsbetrieben mit regem Publikumsverkehr die gleiche Regelung. So öffnete beispielsweise die Verbraucherzentrale Berlin ihre Beratungsangebote für Ratsuchende jeden Donnerstag bis 20.30 Uhr. Die Geschäfte mussten die erweiterte Verkaufszeit am Donnerstag allerdings in der Woche wieder ausgleichen. Die zulässige Gesamtöffnungszeit von 53 Stunden in der Woche durfte nicht überschritten werden, und die Öffnungszeiten am ersten Samstag in den Monaten von April bis September wurden auf 16 Uhr zurückgenommen. Damit sollte der ‚traditionelle Ausgleich‘ zwischen dem sozialen Schutzbedürfnis der Beschäftigten und den Interessen der Verbraucher erhalten bleiben. Mit diesem Konzept waren mehrere Ziele verbunden: eine Belebung der Innenstädte, Schaffung neuer Arbeitsplätze, Stärkung der wirtschaftlichen Dynamik, Verbesserung der Lebensqualität der Bürger. Angesichts der Regelungen im europäischen Binnenmarkt wollte man „keine Insel des Reglementierungs-Miebs in Europa sein“, argumentierte der Minister für Arbeit und Sozialordnung Norbert Blüm (F.A.Z. 1988). Fazit: Ein recht zwiespältiger Kompromiss zwischen den gegnerischen Brüdern Verbraucherpolitik und Sozialpolitik war dieser laue Abend am Donnerstag. Doch war er ein erster Erfolg einer inzwischen stärker gewordenen Verbraucherpolitik. Welche Resonanz fand die Lockerung des Ladenschlussgesetzes bei den Konsumenten?

Die VZ Berlin und das Verbraucherinstitut beauftragten im Spätherbst 1989, kurz nach Einführung des langen Donnerstags, eine weitere Repräsentativbefragung von über 3.000 Auskunftspersonen durch Emnid. Die Fragestellung lautete diesmal: ‚Die Geschäfte machen ja normalerweise um 18.30 Uhr zu. Es gibt nun

seit Oktober diesen sogenannten Dienstleistungsabend und die Ladenschlusszeiten sind verändert. Halten Sie persönlich diesen Dienstleistungsabend für sehr nützlich, etwas nützlich oder nicht notwendig?'. Die Zustimmung zum langen Donnerstag hatte auch so kurz nach Einführung des DLA zugenommen (66 Prozent gegenüber 62 Prozent im Vorjahr), besonders bei Frauen, jüngeren Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen sowie, womöglich überraschend, bei leitenden Angestellten und Beamten, Selbständigen und Freiberuflern und schließlich bei Berliner Bürgern. In Berlin zeigte sich ein besonders hohes Interesse auch daran, Galerien und Museen noch spät besuchen zu können. Man kann hier von einem Meinungsklima sprechen, das für die damalige Mittelschicht, beziehungsweise die neue Mittelklasse von Reckwitz, typisch sein dürfte, also auch für Meinungsbildner, die für die weiteren Debatten um die Öffnungszeiten eine Schlüsselrolle einnehmen konnten. Ihre von Reckwitz beschriebenen Bestrebungen nach Singularisierung (alles Individuelle, was das Leben ausmacht, soll einzigartig und authentisch sein) und nach Valorisierung (alles Individuelle soll in sich wertvoll sein, von der Ernährung über Partnerschaft bis zum politischen Engagement) bedürfen ja eines gehörigen Potentials konsumistischer Wahloptionen: bei einer Vielzahl von Marktangeboten, bei statuskonformen Preisen, identitätsförderlichen Narrativen von Markenartikeln sowie, nicht zuletzt, beim uneingeschränkten Zugang zu Erwerbs- und Nutzungsorten. So lagen bei den bevorzugten Einkaufsstätten prompt die Kauf- und Warenhäuser, die damals noch so erlebten Kathedralen des modernen Konsums, ganz vorne (56 Prozent), noch vor Geld- und Kreditinstituten (39 Prozent) und Facheinzelhändlern (37 Prozent). Der DLA diene letztlich allen Verbrauchern und Haushalten. Von vielen Intensivkonsumenten, die man der neuen Mittelklasse zurechnen konnte, wurde er besonders geschätzt; diese sahen sich vermutlich mehrheitlich an der Seite utilitaristisch oder hedonistisch orientierter Verbraucher.

3.2 Der Kompromiss blieb umstritten

Von vielen Unternehmen, Organisationen und Ämtern freilich wurde ein verlängerter Einkaufsabend überhaupt nicht geschätzt. Der Karstadt-Chef Walter Deuss beispielsweise meinte, der DLA-Kompromiss sei, sachfremd und kundenfeindlich, weil die am Donnerstag gewonnene Einkaufszeit samstags wieder abgezwickelt würde (Spiegel 1989). Im November 1989 wurden in der Westberliner City die Öffnungszeiten am Wochenende trotz des Ansturms von Verbrauchern aus Ost-Berlin und der DDR nicht verlängert. Sogar die meisten Behörden verweigerten sich dem DLA; bei Post- und Arbeitsämtern, Pass- und Führerscheinstellen blie-

ben die Türen weiterhin am frühen Abend zu, ebenso bei Ärzten und Rechtsanwälten. Die Verbündeten der bislang so erfolgreichen Allianz aus Gewerkschaften, bestimmten Handelsverbänden und Teilen der traditionell sozialpolitisch orientierten SPD blieben bei ihrem Widerstand. Die VZ Berlin kommentierte daher die Emnid-Ergebnisse in drastischem Ton: „Die Verbraucherzentrale hat den Eindruck, dass der Dienstleistungsabend vor allem den betreffenden Gewerkschaften ein Dorn im Auge ist, der sie blind gegenüber allen Argumenten und der Wirklichkeit macht. Das Ladenschlussgesetz ist längst kein Arbeitsschutzgesetz mehr. Ein verkaufsoffener Abend in der Woche berührt in keiner Weise die im Einzelhandel bestehende wöchentliche Arbeitszeit, die im Laufe des Jahres noch auf 37 Stunden reduziert wird.“ (VZ Berlin 1990) Das sah man aus sozialpolitischer Perspektive ganz anders: Die Gewerkschaft HBV drohte zu Jahresbeginn 1990 mit ‚Ladenschluß-Streiks‘. Die Betriebsräte im Einzelhandel würden bei den laufenden Verhandlungen zu den neuen Betriebsvereinbarungen nach wie vor gegen längere Öffnungszeiten kämpfen, und die HBV wolle „mit allen Mitteln“ durchsetzen, dass der Dienstleistungsabend nicht in die Betriebsvereinbarungen aufgenommen wird (Spandauer Volksblatt 1990). Dazu sollten zusammen mit der DAG Urabstimmungen vorbereitet werden. Verlängerte Öffnungszeiten an Donnerstagen würden von der DAG ‚grundsätzlich abgelehnt‘ werden, sagte dazu ein DAG-Sprecher (Tagesspiegel 1990). Gegenüber solchen Tönen fuhr auch die VZ Berlin aus verbraucherpolitischer Perspektive grobes Geschütz auf: „Unverständlich sind Streikankündigungen, um eine Begrenzung der Arbeitszeiten zu erreichen. Wenn dabei als Streiktermin auch noch der kommende Winterschlußverkauf genannt wird, so müßte dies als Affront gegen die Verbraucher ausgelegt werden.“ (VZ Berlin 1990)

Die VZ Berlin hatte sich im Ringen um verlängerte Öffnungszeiten schon frühzeitig hervorgetan. Bereits 1975 führte sie eine Podiumsdiskussion zum Ladenschluss durch und in den Verbraucher-Sendungen im dritten TV-Programm des Südwestfunks Baden-Baden mit dem mehrdeutigen Titel ‚Nach Ladenschluß‘ konnte sie ihre Forderungen zum Thema lancieren. Als 1978 der Bundespräsident Walter Scheel die Verbraucherzentrale Berlin besuchte, bewegte man den ehemaligen FDP-Politiker, vermutlich ohne große Mühen, zu dem Statement ‚Ich bin für verlängerte Öffnungszeiten!‘. Mit dem auf einem kleinen Plakat kodifizierten Spruch sahen sich lange Jahre alle Besucher konfrontiert, die ahnungslos das Besprechungszimmer in der VZ Berlin betraten. Die Berufung der Geschäftsführerin Frau Dr. Thea Brünnner 1979 in den Verbraucherbeirat beim Bundesminister für Wirtschaft dürfte weitere Gelegenheit geboten haben, zum Ladenschluss kritisch Stellung zu nehmen. In zahlreichen Hörfunk- und TV-Sendungen sowie

den Printmedien hat die VZ seitdem ihre verbraucherpolitischen Forderungen zum Ladenschluss vertreten.

Die Debatte um verlängerte Ladenöffnungszeiten hielt an und blieb hart. So meinte ein DAG-Vertreter in einer Sitzung des Verbraucherausschusses des Berliner Senats noch 1993, die Beschäftigten im Einzelhandel würden jede Veränderung des Ladenschlussgesetzes als einen Angriff auf ihre Arbeitnehmerschutzrechte betrachten. Und ein HBV-Vertreter bezweifelte in der Sitzung sogar jetzt noch ein Interesse der Verbraucher an verlängerten Öffnungszeiten (Senatsverwaltung für Wirtschaft und Technologie 1993). Sozialpolitik kann hartleibig sein. Der Präsident der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE) Hermann Franzen nannte 1993 das Ladenschlussgesetz ein Ordnungsprinzip mit viel mehr Vor- als Nachteilen, dessen Aufhebung dazu führe, dass qualifiziertes Personal den Handel verlassen würde, die Debatte innerhalb der Regierungskoalition über verlängerte Öffnungszeiten treffe im Einzelhandel „blanke Nerven“ (F.A.Z. 1993). „Es geht um reine Interessenwahrung: der etablierte Handel und die für ihn ‚zuständige‘ Gewerkschaft wollen keinen Außenseiterwettbewerb hochkommen lassen“, konstatierte der Wirtschaftsjournalist Hans D. Barbier (ebd.) – die Politiker hätten nicht den Schneid, dem Handel und seiner Gewerkschaft ein Stückchen Freiheit und Wettbewerb zuzumuten. In kühler Einschätzung der Widerstandskräfte von Einzelhandelsverbänden, Gewerkschaften und sozialpolitisch engagierten Teilen der eigenen Union verschob Bundeskanzler Helmut Kohl mit einem Machtwort die geplante Gesetzesreform auf die kommende Legislaturperiode. Dabei hatte schon die Monopolkommission die Argumente der Ladenschlussregulierer stichhaltig zerpfückt und Gründe angeführt, das Gesetz zu streichen. Nicht überlegene sozialpolitische Argumente verhinderten die Freigabe, sondern Machtfragen.

Als 1995 der stellvertretende Vorstandsvorsitzender der VZ Berlin, Professor Dr. Heiko Steffens, zum Präsidenten der AgV (bis 2001) berufen wurde, erhielt der heterogene Dachverband von verbraucherorientierten Verbänden einen themenkundigen und streitbaren Promoter zeitgemäßer Öffnungszeiten von Handels- und Dienstleistungsbetrieben. In seinem Positionspapier für ein Gespräch im Ministerium für Arbeit und Sozialordnung 1995 hieß es u.a.: „Für die Verbraucherverbände ist das Ladenschlußgesetz von 1956 ein ordnungspolitisches Ärgernis, das den stationären Einzelhandel und seine Beschäftigten zu Lasten der Verbraucher vor wirksamem Wettbewerb abschirmte [...] Die Gründe, die 1961 zur Bejahung der Verfassungskonformität durch das Bundesverfassungsgericht geführt haben, sind angesichts der grundlegend veränderten volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und des aktuellen Modernisierungsbedarfs nicht mehr zeit-

gemäß [...] Das Ladenschlußgesetz ist aber kein taugliches Instrument des Schutzes der Arbeitnehmer oder der Arbeitsmarktpolitik [...] Die Verbraucherverbände unterstützen die vom ifo-Gutachten vorgeschlagene Verlängerung der werktäglichen Ladenöffnungszeiten von 6 bis 22.00 Uhr und samstags bis 18.00 Uhr.“ (Steffens 1995)

4. Tempora mutantur, Öffnungszeiten auch

4.1 Neue Konsumerfahrungen der Verbraucher

Nicht nur die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hatten sich verändert, auch die kumulierten Erfahrungen der Verbraucher mit dem DLA im Konsumalltag hatten ihre Wirkung. Das zeigten verschiedene repräsentative Befragungen in beiden Teilen Berlins. Die Fragen lauteten jeweils: „Es gibt nun seit Oktober 1989 diesen sogenannten Dienstleistungsabend und die Ladenschlusszeiten sind verändert: Jeden Donnerstag haben viele Dienstleistungs- und Handelsbetriebe bis 20.30 Uhr auf. Halten Sie persönlich diesen Dienstleistungsabend für sehr, nützlich, etwas nützlich oder nicht notwendig?“ (Tab 2).

Tabelle 2: Zustimmung zum Dienstleistungsabend in Berlin (Angaben in Prozent)

	1992		1991		1989		1988	
Ich halte einen Dienstleistungsabend für ...	West-Berlin	Ost-Berlin	West-Berlin	Ost-Berlin	West-Berlin	Bund	West-Berlin	Bund
sehr oder etwas nützlich	81	91	75	82	72	66	63	62
nicht notwendig	18	7	25	18	27	33	36	37

Quelle: Stiftung Verbraucherinstitut (1993)

Mit der Zeit und konkreten Alltagserfahrungen wuchs die Einschätzung der Nützlichkeit des DLA, also die Zustimmung zu ihm, in beiden Teilen der Stadt deutlich an. Entsprechend sank die Einschätzung der Minderheit, er wäre eigentlich nicht notwendig. Die sehr hohe Zustimmung im Ostteil der Stadt mag daher rühren, dass man sich dort seit Langem an Früh- und Spätverkaufsstellen gewöhnt

hatte. Diese kleinen Läden, auch in anderen Städten der DDR, hatten außerhalb der geltenden Ladenöffnungszeiten bis 23 Uhr, häufig rund um die Uhr, offen, sogar am Wochenende. Auch sie erfreuten sich wachsender Zustimmung bei den Berlinern, wie man ebenfalls demoskopisch zeigen konnte. Die jährlich wiederholte Frage vom Emnid-Institut an 2000 Auskunftspersonen in Gesamtberlin lautete diesmal: ‚Im Ostteil Berlins bestehen seit 1990 zahlreiche sogenannte Früh- und Spätverkaufsstellen, die die wichtigsten Grundnahrungsmittel und Getränke anbieten. Halten Sie persönlich diese Früh- und Spätverkaufsstellen für sehr nützlich, etwas nützlich oder nicht notwendig?‘ (Tab. 3).

Tabelle 3: Zustimmung zu den Früh- und Spätverkaufsstellen in Berlin (Angaben in Prozent)

	1992		1991	
	West-Berlin	Ost-Berlin	West-Berlin	Ost-Berlin
Ich halte die Früh- und Spätverkaufsstellen für ...				
sehr nützlich	34	57	28	54
etwas nützlich	47	35	44	33
nicht notwendig	2	1	1	1

Quelle: Stiftung Verbraucherinstitut (1993)

Die Früh- und Spätverkaufsstellen, die besondere Sympathie in den Bezirken Mitte, Friedrichshain und Prenzlauer Berg genossen, waren oft Neugründungen nach der Einigung (schon vorher gab es sie in Ostdeutschland), und sie zeugten von Flexibilität, Unternehmungsgeist und Pfliffigkeit im Ostteil Deutschlands, wie man es den westdeutschen Lobbyisten für das restriktive Ladenschlussgesetz gewünscht hätte (Rosenberger 1991). Prompt drohte die zuständige Berliner Senatsverwaltung mit der Schließung zum Neujahrstag 1992 mit der Begründung: eklatanter Verstoß gegen die Ladenschlusszeiten. Die ‚Spätis‘ hatten (beziehungsweise haben) zweifelsohne einen in sozialpolitischer Hinsicht vorteilhaften Charakter für ihre Kunden – ein Sachverhalt, der dem sich sozialistisch gebärdenden Unrechtsstaat DDR seltsam zu Gesichte stand.

4.2 Zerbröselnde Allianzen

Auch bei Wirtschaftsverbänden und Parteien änderten sich Einstellungen und Forderungen. So wurde 1988 eine Arbeitsgruppe der SPD-Bundestagsfraktion eingerichtet, die über eine Änderung der Ladenschlusszeiten beraten sollte. Schon diese Planung provozierte allerdings die DAG zu dem Vorwurf, die SPD handle unaufrichtig, wenn sie die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten im Einzelhandel weiter verschlechtern wolle (F.A.Z. 1988). Nach Einführung des DLA sprach sich der Bundesverband der Filialbetriebe und Selbstbedienungs-Warenhäuser (BFS) für den langen Donnerstag aus; diese Änderung im Ladenschlussgesetz wäre „zum Vorteil der Verbraucher und des stationären Handels im Wettbewerb mit den Versendern“ (F.A.Z. 1989a). 1989 musste die kampfeslustige HDE einräumen, dass der DLA teilweise zu „befriedigenden Ergebnissen für den Handel“ geführt habe, ein aussagefähiges Resümee, ob der lange Donnerstag von den Konsumenten nachhaltig genutzt werden wird, ließe sich erst künftig ziehen (F.A.Z. 1989b). Im selben Jahr berichtete die Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels (BAG), dass die Umsätze am langen Donnerstag besser als erwartet ausfielen, zumal in den Innenstädten. Diese ökonomische Entwicklung verstärkte sich in den weiteren Jahren mit entsprechenden Folgen für verbandspolitische Stellungnahmen. So präsentierte der Deutsche Industrie- und Handelstag (DIHT) 1995 einen Kompromissvorschlag zu erweiterten Öffnungszeiten, und die DAG konnte sich eine werktägliche Öffnung bis 20 Uhr und sonnabends bis 18 Uhr vorstellen. In diese Situation ‚passte‘ ein Gutachten zum Ladenschluss des Ifo-Instituts, das u.a. einen Öffnungsrahmen montags bis freitags von 6.00 bis 22.00 Uhr und samstags von 6.00 bis 18.00 Uhr vorschlug. Diese neue Alternative wurde von der AgV nachdrücklich unterstützt, zumal ein sozialpolitisches Motiv hinzukam: „Wie die Studie zeigt, ist ein relativ hoher Anteil der Einzelhandelsbeschäftigten durchaus bereit, abends oder Samstag nachmittags zu arbeiten, wenn die Bedingungen stimmen.“ (AgV 1995, 3)

So kam es, dass im November 1996 die Ladenöffnungszeiten erneut gelockert wurden. Der DLA und der ‚lange Samstag‘ entfielen, an Wochentagen durften die Geschäfte zwischen 6 und 20 Uhr, an Samstagen bis 16 Uhr geöffnet sein; für die vier letzten Samstage vor dem 24. Dezember galt weiterhin die Schließzeit von 18 Uhr, an Heiligabend von 14 Uhr. Selbst der HDE, „der bis zuletzt gegen eine Änderung des Ladenschlussgesetzes plädiert hatte, riet seinen Mitgliedern, nicht voreilig auf den Abendverkauf zu verzichten.“ (AgV 1997, 26) Ein weiterer Etappensieg der Verbraucherpolitik, nach vorangegangenen Auseinandersetzungen in der schwarz-gelben Koalition zwischen Wirtschaftsministerium und dem für den Ladenschluss zuständigen Arbeitsministerium. Auch jetzt war das Ende der Fah-

nenstange – mit der Fahne relativer Konsumfreiheit – noch nicht erreicht. Auch gegen die neue Regelung wurde mit sozialpolitischen Argumenten opponiert; die AgV forderte, verbraucherpolitisch motiviert, wiederum die völlige Abschaffung des Ladenschlussgesetzes. In einer weiteren Etappe 2003 beschloss der Deutsche Bundestag eine Verlängerung der Öffnungszeiten am Samstag um vier Stunden bis 20 Uhr. Schließlich wurde 2006 im Rahmen der Föderalismusreform die Gesetzgebungskompetenz für den Ladenschluss an die Bundesländer übertragen, die schrittweise die Öffnungszeiten erweiterten.

5. Verändertes Rollenverständnis

Konflikte zwischen Verbraucher- und Sozialpolitik (der Plural dürfte angebracht sein) lassen sich anschaulich nachzeichnen, in den Medien, in Stellungnahmen von Lobbyvertretern und Politikern; der Dienstleistungsabend kann als Beispiel dienen. Schwieriger ist die Frage zu beantworten (womöglich gar nicht), wie sich derartige Konflikte auf der individuellen Ebene abspielen, bei den Akteuren, die sich, einige entflammt, andere kalten Sinns, in den Interessenkämpfen gegenüber stehen.

Der erwähnte AgV-Präsident Lenders, ein hochverdienter Fahrhensmann der Verbraucherpolitik und einflussreicher SPD-Politiker, der 1984 den Interessen der Angestellten im Einzelhandel noch einen Vorrang gegenüber den Belangen der Verbraucher eingeräumt hatte, sah sich wenig später veranlasst, seine Stellungnahme zu den Öffnungszeiten zu modifizieren. In seinem ‚PS zum Beitrag zur Ladenschlussdiskussion‘ schrieb Lenders (1987, 1) drei Jahre später: „Dieser Aufsatz wurde 1984 geschrieben. Inzwischen sind wir in der AgV zu der Auffassung gelangt, daß Modellversuche sowie Befragungen der Verbraucher nicht weiterführen [...] Der beste ‚Versuch‘ ist unter diesen Gesichtspunkten die generelle Öffnung des Ladenschlußgesetzes für einen Einkaufsabend in der Woche im Rahmen der heutigen Gesamtöffnungszeiten, so wie sie die AgV fordert“.

Es zeigt sich an diesem Einzelfall ein typischer Interrollen-Konflikt: einerseits Erwartungen an den sozialpolitisch engagierten Parteipolitiker, andererseits Erwartungen an den Präsidenten einer Verbraucherlobby: ernst zu nehmende Verhaltenserwartungen, die einander widersprachen. Tonner (1977, 383) sprach daher von einer „latenten Kollisionsgefahr zwischen den beiden Organisationen“ AgV und DGB. Die graduelle Lösung des Konflikts erfolgte hier durch verstärkte Rollendistanz des Parteipolitikers und verstärkte Identifikation mit der Präsidentenrolle. Es gilt wohl, was Bernd Stauss (1980, 209; so auch Petri 1977) befand:

„Arbeitnehmerorganisationen auch als organisierte Verbraucherververtretungen zu verstehen, ist nicht akzeptabel, da eine solche institutionelle Lösung angesichts der vielfältigen Interessendifferenzen zwischen Arbeitnehmer- und Verbraucherrolle zu einer zumindest partiellen Vernachlässigung von Verbraucherinteressen führen kann.“ Inwieweit andere Angehörige der Verbraucherverbände und auch Akteure der gegnerischen Allianz aus Handel und Gewerkschaften vergleichbare Konflikte zwischen unterschiedlichen Rollen erlebten, kann nicht gesagt werden. Die Veränderungen über dreißig Jahre des wirtschaftspolitischen (‘neoliberalen’) Klimas und der wachsende Argumentationsdruck zugunsten längerer Öffnungszeiten dürften die den Verbraucherinteressen entgegenstehenden Rollenerwartungen an die Akteure einschließlich ihrer Sanktionsdrohungen graduell verändert haben. Gemäß dem Motto ‚Wir alle sind Verbraucher‘ verspürten vermutlich auch manche harten Ladenschlussvertreter einen persönlichen Appetenz-Aversions-Konflikt: Als Verbraucher will man einen längeren Einkaufsabend, als Verbandsfunktionär will man den Erfolg gegen verlängerte Öffnungszeiten. Die Berufsrolle war dann wichtiger, aber eine gewisse Nachdenklichkeit dürfte eine spätere Rollendistanz erleichtert haben. Auch darf man annehmen, dass die Beschäftigten im Einzelhandel früher solche Rollen- oder persönlichen Konflikte verspürten, wobei die Bedeutung des gesicherten Arbeitsplatzes vorrangig war. Ein relativ hoher Anteil der Einzelhandelsbeschäftigten war aber auch bereit, abends oder Samstag nachmittags zu arbeiten, „wenn die Bedingungen stimmen“ (AgV 1995, 3). Die meisten der heute im Einzelhandel Tätigen dürften inzwischen mit den ausgedehnten Shopping-Möglichkeiten rund um die Uhr zufrieden sein; man sollte sie einmal nach bestehenden Konflikten befragen. Die Zeiten verändern sich mit ihren Debatten.

6. Verbraucherpolitik und Sozialpolitik im Gleichgewicht?

Zum Stand der noch 1996 nicht enden wollenden Ladenschlussdebatte zog der Publizist Henryk M. Broder ein düsteres Fazit: „Die absurde Klamotte um den Ladenschluß ist das schönste, aber nicht das einzige Beispiel dafür, wie eine verkrustete, übersättigte und unterforderte Gesellschaft es versteht, auf hohem Niveau zu verelenden, anstatt sich dem begrenzten Risiko von Reformen auszusetzen.“ (Broder 1996, 50) Stimmt man dieser pointierten Sichtweise im Wesentlichen zu, erscheint die Hartleibigkeit der langen Debatte über den Ladenschluss, sozialpsychologisch interpretiert, als ein Symptom für eine gewisse Saturiertheit und Selbstgefälligkeit in Wirtschaft und Politik im westlichen Teil Deutschlands,

und als eine Folge moralisch überhöhter Anspruchsinflation, die sich mit ökonomischen Interessen verband und wohlmeinende Politiker in verschiedenen Lagern vor sich hertreiben konnte. Diese mental-ökonomische Konstellation einer vielfältig bleiernen Zeit geriet erst mit der deutschen Einigung ins Wanken, als (unter anderem) neue Erfahrungen der Menschen mit abendlichen Einkaufsmöglichkeiten die Sicht auf berechnete Verbraucherinteressen klärten und so weitere Reformen des Ladenschlusses erleichterten.

Heute ist es für die Konsumbürger selbstverständlich, schon sehr früh und noch spätabends einkaufen zu können, in einigen Fällen rund um die Uhr, zumal die Annehmlichkeiten des Online-Shoppings die Erwartungen an Komfort und Zeitgewinn weiter angehoben haben. Aber auch künftig werden sozialpolitisch engagierte Akteure und Organisationen, heute mit einem Sozialetat von deutlich mehr als 30 Prozent des gesamten Bundeshaushalts im Rücken, selbstbewusst in die Bresche springen, wenn es zur Konfrontation mit anderen Politikbereichen kommt, wenn es wieder einmal ‚um die Wurst geht‘ wie beim Ladenschluss. Darauf muss sich eine Verbraucherpolitik, die sich um einen nachhaltigen, auch gesellschaftlich verantworteten Konsum bemüht, weiterhin einstellen. Kooperation ist meist eine Option, Konfrontation gelegentlich eine Notwendigkeit. Verbraucher- und Sozialpolitik sind zwar Brüder im Geiste, aber keineswegs immer im Alltag. Zwischen ihren Ambitionen besteht ein labiles Gleichgewicht.

Literatur

- AgV Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher (1995). *Verbraucherpolitische Korrespondenz* VpK vom 19.9.1995, Nr. 38.
- AgV Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher (1997). *Jahresbericht 1996*. Bonn: AgV.
- Biervert, B. (1977). Restriktionen der Verbraucherpolitik. In B. Biervert, W.F. Fischer-Winkelmann, H.-P. Haarland, G. Köhler & R. Rock (Hrsg.). *Verbraucherpolitik. Diskussionsbeiträge für das 3. Wuppertaler Wirtschaftswissenschaftliche Kolloquium (WWK)*. Bd. 1. Wuppertal: Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Gesamthochschule Wuppertal, 34–44.
- Broder, H.M. (1996). Grundrecht auf Feierabend. *Der Spiegel*, Heft 13, 48–56.
- F.A.Z. (ohne Autor) (1988). SPD will Ladenschluss überprüfen. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 25.8.1988, 11.
- F.A.Z. (ohne Autor) (1989a). Große Betriebe drängen auf Dienstleistungsabend. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 28.1.1989, 26.
- F.A.Z. (ohne Autor) (1989b). Teilnahme am Dienstleistungsabend steigt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 12.10.1989.
- F.A.Z. (ohne Autor) (1993). Der Ladenschluss soll vorerst bleiben. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 10.11.1993, 14.

- ISG Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik e.V. (1985). *Qualitativer Konsum und Verbraucherpolitik*. Gutachten erstellt für die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher (AgV). Bonn: AgV.
- Kuhlmann, E. (1990). *Verbraucherpolitik. Grundzüge ihrer Theorie und Praxis*. München: Franz Vahlen.
- Lenders, H. (1984). Ein Beitrag zur Ladenschluß-Diskussion. In: *Ladenschluß kontrovers – Beiträge zur aktuellen Diskussion*. Schriftenreihe des Vereins für wirtschaftliche und soziale Fragen e.V. Stuttgart: Verein für wirtschaftliche und soziale Fragen e.V., 19, 179–191.
- Lenders, H. (1986). Rahmenbedingungen und Perspektiven der Verbraucherarbeit. In Mielenhausen, E. (Hrsg.). (1986). *Verbraucherpolitik – Politik für Verbraucher?* Osnabrück: Fachhochschule Osnabrück, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, 39–53.
- Lenders, H. (1987). *PS zum Beitrag zur Ladenschlussdiskussion*. Unveröffentlichte Aktennotiz Le/s vom 10.12.1987.
- Minte, H. (1978). Zusammenhänge von Arbeit und Konsum als Problem einer aktiven Verbraucherpolitik. *Aus Politik und Zeitgeschichte*. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, B 24/78, 3–13.
- Petri, K. (1977). Gewerkschaften als Verbraucherorganisation? In B. Biervert, W.F. Fischer-Winkelmann, H.-P. Haarland, G. Köhler & R. Rock (Hrsg.). *Verbraucherpolitik. Diskussionsbeiträge für das 3. Wuppertaler Wirtschaftswissenschaftliche Kolloquium (WWK)*. Bd. 2. Wuppertal: Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Gesamthochschule Wuppertal, 335–349.
- Reckwitz, A. (2019). *Die Gesellschaft der Singularitäten: Zum Strukturwandel der Moderne*. Berlin: Suhrkamp.
- Reifner, U. (1990). Verbraucherschutz – Vom Schutz des Marktes zum kollektiven Schutz des Konsums. In E. Mielenhausen (Hrsg.): *Verbraucherpolitik – Politik für Verbraucher?* Osnabrück: Fachhochschule Osnabrück, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, 245–314.
- Reisch, L.A. (2005). Neue Verbraucherpolitik. Ziele, Strategien und Instrumente. *Wirtschaftswissenschaftliches Studium*, 8, 441–445.
- Rosenberger, G. (1991). Konsumfreiheit am Abend. *Berliner Zeitung* vom 8.7.1991, Nr. 156, 1.
- Senatsverwaltung für Wirtschaft und Technologie (1993). *Ergebnisprotokoll* der 338. Sitzung des Verbraucherausschusses am 07.09.1993. Berlin: Senatsverwaltung für Wirtschaft und Technologie, 2–8.
- Scherhorn, G. (1975). *Verbraucherinteresse und Verbraucherpolitik*. Göttingen: Otto Schwartz & Co.
- Spandauer Volksblatt (1990). HBV droht wieder mit ‚Ladenschluß-Streiks‘. *Spandauer Volksblatt* vom 20.01.2024.
- Spiegel (1987). Unheilige Allianz von Verbandsinteressen. *DER SPIEGEL*, Heft 51, 72–87.
- Spiegel (1989). Rolläden runter. *DER SPIEGEL*, Heft 40, 142.
- Spiegel (1996). Grundrecht auf Feierabend. *DER SPIEGEL*, Heft 13, 48–56.
- Stauss, B. (1980). *Verbraucherinteressen. Gegenstand, Legitimation und Organisation*. Stuttgart: C.E. Poeschel.
- Steffens, H. (1995). *Positionspapier für gemeinsames Gespräch über die Ladenschlußproblematik* am 14.9.1995. Berlin: Bundesministeriums für Arbeit und Sozialordnung.

- Stehn, J. (1987). *Das Ladenschlussgesetz – Ladenhüter des Einzelhandels? Eine Analyse im Lichte ausländischer Deregulierungserfahrungen*. Kieler Diskussionsbeiträge, Nr. 128. Kiel: Institut für Weltwirtschaft.
- Stiftung Verbraucherinstitut (1988a). *Jahresbericht 1988*. Berlin: Stiftung Verbraucherinstitut.
- Stiftung Verbraucherinstitut (1988b). *Ergebnisbericht des EMNID-Instituts zum ‚Ladenschluß‘*. Berlin: Stiftung Verbraucherinstitut.
- Tagesspiegel (1990). Gewerkschaften kündigen Streiks im Einzelhandel an. *Tagesspiegel* vom 16.01.1990.
- Tonner, K. (1977). Gewerkschaften als Verbraucherorganisation. In B. Biervert, W.F. Fischer-Winkelmann, H.-P. Haarland, G. Köhler & R. Rock (Hrsg.). *Verbraucherpolitik. Diskussionsbeiträge für das 3. Wuppertaler Wirtschaftswissenschaftliche Kolloquium (WWK)*. Bd. 2. Wuppertal: Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Gesamthochschule Wuppertal, 373–385.
- VZ Berlin (1990). *Presseinformation – Verbraucherzentrale zum Dienstleistungsabend*. Berlin: Verbraucherzentrale Berlin.
- VZ Berlin (1993). *Pressegespräch zum Ladenschlußgesetz am 1.4.1993*. Berlin: Verbraucherzentrale Berlin.

