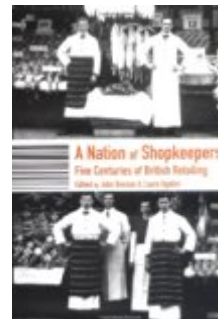


John Benson, Laura Ugolini. *A Nation of Shopkeepers: Five Centuries of British Retailing.* London: I.B. Tauris, 2003. 269 S. \$26.95, paper, ISBN 978-1-86064-708-6.



Reviewed by Stefan Schwarzkopf

Published on H-Soz-u-Kult (November, 2003)

Seit einigen Jahren bereits hat sich die Universität von Wolverhampton in der Nähe Birmingham's mit Studien zur britischen Konsumkultur und der Geschichte des Einzelhandels in England hervorgetan. Als Zentrum dieser Forschungen fungiert das dortige Centre for the History of Retailing and Distribution (CHORD), dessen Leitung maßgeblich in den Händen John Benson's und Laura Ugolini's liegt. Siehe auch die web-page des Forschungszentrums unter <http://pers-www.wlv.ac.uk/~in6086/chord.html>.

Beide haben nun in einem sehr schön gestalteten Sammelband Aufsätze vorgelegt, welche einen Überblick geben über die neueren Ansätze und Ergebnisse der Forschungen zur britischen Konsum- und Einzelhandelsgeschichte. In ihrer Einleitung (S. 1-24) verweisen die Herausgeber auf eine ganze Reihe von Unebenheiten in der Forschungsliteratur zur Einzelhandels- und Konsumgeschichte, deren (teilweiser) Beseitigung jener Band gewidmet ist. Zunächst kritisieren Benson und Ugolini die überproportionale Konzentration der gegenwärtigen Forschung auf (groß)städtische Warenhausunternehmen des 20.

Jahrhunderts bzw. deren Konkurrenten in den „multiples“, den großen Einzelhandelsketten. Diese künstliche perspektivische Engführung habe, so Benson und Ugolini, zu einer Überbetonung der historischen Rolle von Londoner Großwarenhäusern geführt sowie zu einer einseitigen Konzentration auf eine Minderheit scheinbar „innovativer“ Unternehmer, wie den Kaufhausbesitzer Gordon Selfridge oder den Gründer der Einzelhandelskette „Lipton's“, Thomas Lipton. Das Resultat dieser unausgeglichene Zugangsweise zum Problem des britischen Konsums in der Neuzeit ist ein Bild, welches zum einen dominiert wird von „großen Männern“ mit großen Wirtschaftsunternehmungen und zum anderen das Ausmaß struktureller Veränderungen im Verlaufe des 20. Jahrhunderts klar überbetont.

Demgegenüber machen Benson und Ugolini darauf aufmerksam, dass bis weit in das 20. Jahrhundert hinein kleine und Kleinstgeschäfte das Bild des englischen Einzelhandels prägten und dementsprechend jene Handelsformen die englische Konsumkultur hauptsächlich beeinflussten. Beide Herausgeber versammeln dementspre-

chend Beiträge, die in der Majorität den Schwerpunkt auf den unabhängigen Einzelhandel legen, darüber hinaus aber auch auf die Rolle von Hausierern, Straßenhändlern, Märkten sowie das oft übersehene Engagement der Arbeiterklasse im modernen Einzelhandel des 19. und 20. Jahrhunderts. Die einzelnen Beiträge betonen weiterhin die Notwendigkeit für größere Aufmerksamkeit gegenüber lokalen und regionalen Besonderheiten in der historischen Entwicklung des Einzelhandels sowie gegenüber der komplexen Interaktion zwischen den „großen“ – aber wenigen – Warenhäusern und Ketten und den „kleinen“ – aber die Mehrheit bildenden – unabhängigen Geschäften und traditionellen Handwerksläden. So nutzt beispielsweise der Beitrag von Andrew Alexander, Gareth Shaw und Deborah Hodson (S. 127-154) umfangreiche Statistiken, um die gleich bleibende Bedeutung regionaler Unterschiede im englischen Einzelhandel zwischen 1890 und 1939 nachzuweisen – ein Befund der gegen die These von der nivellierenden Wirkung des Wachstums der Warenhaus- und Einzelhandelsketten spricht. John Stobart's Beitrag (S. 155-178) wiederum zeigt anhand des Beispiels Stoke-on-Trent, dass die Behauptung, in der Hauptsache hätten große, überregionale Ladenketten die Schaffung „moderner“ innenstädtischer Shopping-Zonen beeinflusst, sich nicht ohne weiteres aufrecht erhalten lässt.

Eine ähnliche Neuorientierung der Forschung mahnen die Herausgeber auch im Bereich der Frage nach der „Modernität“ verschiedener Entwicklungen im Einzelhandelsgewerbe an. Im Allgemeinen verortet die englischsprachige Literatur den Beginn „der Moderne“ früher als die deutschsprachige Forschung. Zu diesem Problem liegt bereits seit längerem die Sonderausgabe der Zeitschrift *Business History*, „Special issue on the emergence of modern retailing, 1750 – 1950“, Vol. 40, Nr. 4, 1998. Gleich zwei der versammelten Beiträge zeigen die zutiefst „moderne“ Natur des frühneuzeitlichen Einzelhandels auf: Claire Walsh (S. 52-79) befasst sich mit der verführerischen Kreativität des Designs englischer „shopping gal-

leries“ des 18. Jahrhunderts und Sheryllyne Haggerty (S.106-126) beschäftigt sich anhand Liverpools mit der Entstehung internationaler Netzwerke sowie der Rolle von Unternehmerinnen bei der Herausbildung einer transatlantischen Konsumkultur in eben jener Zeit. Zuletzt verweisen die Herausgeber auf die begrenzte Aussagekraft von Nachfrage-orientierten Modellen zur Erklärung des strukturellen Wandels im Einzelhandel des 19. und 20. Jahrhunderts. Demgegenüber laden Benson und Ugolini dazu ein, die zweite Seite der Münze, als die strukturelle Angebotsseite, ebenfalls zu betrachten. Hier müsste die Betonung stärker auf die Erforschung der Auswirkungen gesetzgeberisch-regulierender Aktivitäten zentraler oder lokaler Autoritäten gelegt werden, so die Herausgeber. Als Beispiel dafür steht Helle Betramsen's Studie (S. 206-225) zu „Kendal Milne“, Manchester's erstem Warenhaus. Betramsen zeigt, dass Erfolg und Expansionspolitik dieses Warenhauses sich weniger dem „Unternehmergeist“ der Besitzer verdankt, als vielmehr den unvorhersehbaren Folgen regulatorischer Eingriffe lokaler Stadträte. Auf viele dieser notwendigen Perspektivänderungen der historischen Forschung zu Konsum und Einzelhandel hat allerdings vor Jahren bereits hingewiesen: Spiekermann, Uwe, *Basis der Konsumgesellschaft. Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland, 1850 - 1914*, München 1999.

Abschließend muss hier auch erwähnt werden, dass sich Benson's und Ugolini's Buch durch ein hervorragend bearbeitetes Register auszeichnet, welches die Recherche sowohl von Personen, Orten als auch Einzelschlagwörtern erleichtert.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Stefan Schwarzkopf. Review of Benson, John; Ugolini, Laura. *A Nation of Shopkeepers: Five Centuries of British Retailing*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. November, 2003.

URL: <https://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=17855>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 United States License.