

Kassensturz zum Ladenschluss

Es ist nun mal aufregend, wenn Baulöwen illiquide werden und Gesellschafter die Stadt Köln »abzocken«. Nichts ist für Menschen versöhnlicher, als wenn ein großartiger, »göttlicher« Entwurf am Menschlich-Allzu-Menschlichen scheitert.

Und was unternahm der Bauherr damals gegen eine solche destruktive öffentliche Haltung? Wie steigerte er die Popularität des Kathedralenbaus? Das Kölner Erzbistum organisierte gemeinsam mit dem städtischen Handwerk und Handel Wallfahrten für Fremde, die Dombauloterie und einen kontinuierlichen »Rummel«, von dem alle profitierten: die Bürger und die Kirche.

Im Multimedia-Zeitalter sind diese alten Marketingwerkzeuge nicht minder indiziert, auch wenn man sie heute »Events« nennt. Noch finden nur wenige sporadische öffentliche Veranstaltungen zum Thema »Medienstadt Köln« im MediaPark statt. Noch sind diese auch meist nur für Experten und kaum für Laien. Man kann sich aber durchaus vorstellen, daß es in wenigen Jahren anders aussieht: wenn sich der MediaPark zum Brennpunkt einer neuen breiten regionalen kulturellen Bewegung und wirtschaftlichen Entwicklung mausert. Die Voraussetzung hierfür ist, daß die Marketingmaßnahmen die drei Kölner »Kis« – »Kirche, Klüngel, Karneval« (H. HEINE) integrieren.

Es bleibt also abzuwarten, was dem MediaPark-Management einfällt, um dem Kölner Informativismus durch massenattraktive Events lukrative Media-Prozessionen abzurufen. 

Georg Stark

Anmerkungen

¹Dieser Beitrag greift den anlässlich der 1. Grundsteinlegung im MediaPark 1988 in ZWISCHENSCHRITTE veröffentlichten Gedanken auf: STARK, G. (1988): MediaPark Köln – eine zentrale Bauaufgabe für Europa. Zwischenschritte (7)2, 123ff

Die Hetze ist zu Ende. Der Spurt zum Bäcker oder Supermarkt abends kurz vor halb sieben ist Geschichte. Der »Gesetzgeber« verschob die Grenzen der Öffnungszeiten für Wochen- und Samstage auf kundenfreundlichere Werte. So weit, so gut. Man fragt sich jedoch – als Verbraucher wie als Marktforscher –, woher die vorangegangene Diskussion ihren Zündstoff bezog und warum man dieses Uralt-Gesetz nicht unter Applaus aller Beteiligten komplett abgeschafft hat. Denn es ist nicht zu übersehen: Es gab und gibt starke Widerstände auch gegen die letztlich recht mickrig ausgefallene Lockerung. Es bildete sich eine seltsam anmutende Koalition aus alternativen Menschenfreunden, klassenkämpferischen Sozialdemokraten und Gewerkschaften sowie Ladenbesitzer-Verbänden, die wohl am liebsten den Ladenschluß als Menschenrecht ins Grundgesetz geschrieben hätte.

Es ist sicherlich förderlich, die vorgetragenen Argumente der Gegner der Liberalisierung einmal zu würdigen. Es ist dabei im Wesentlichen von zwei Aspekten die Rede: Schutz der »kleinen« Anbieter vor den großen Wettbewerbern, Schutz der Angestellten vor der Ausbeutung und dem Zwang zu abendlichen Arbeiten. Beiden Aspekten ist gemeinsam, daß in ihnen so eine Art »Reservatsmentalität« durchscheint. Man schützt etwas Bedrohtes, gleichfalls Schützenswertes vor einem äußeren Aggressor: dem großen Konkurrenten, dem ausbeutenden Arbeitgeber. Mir will dies nicht so recht einleuchten. Sicher ist es Aufgabe des Staates, uns davor zu bewahren, Opfer von Gewalt und Mordgesellen zu werden. Ebenfalls ist es sinnvoll, Regeln aufzustellen, die bestimmen, wie Menschen miteinander umzugehen haben und wie nicht – zum Beispiel im Straßenverkehr. Aber kann oder soll man per Gesetz festlegen, wann jemand zu arbeiten und einzu-

kaufen hat? Ist mit einer Liberalisierung praktisch automatisch der Schritt in Ausbeutung und Verdrängung des Kleingewerbes getan? Oder steckt hinter den angeführten Argumenten eine andere, unbeübte oder verschwiegene Furcht, die eine große Minderheit in unserer Gesellschaft nach dem staatlichen Türschließer rufen läßt? Ich meine: ja!

Greift man das Bild einer Schutzzone oder eines Reservates auf und bezieht dieses dann weniger auf die betroffenen Personen, sondern mehr auf von offenen oder geschlossenen Läden tangierten Alltagsstrukturen, so kommt man zu einigen interessanten Einblicken in psychologische Sachverhalte. Es zeigt sich, daß unser (bisheriger) Alltag in seinem Ablauf stark geprägt ist durch einige wenige, an feste Zeiten gebundene Ereignisse: das Eintreffen der Morgenzeitung (im Austausch oder zusätzlich: Frühstückfernsehen), die Mittagspause (das Mittagessen), der »Feierabend« gegen 17 Uhr, die TAGESSCHAU in der ARD (nach wie vor einsamer Quotenspitzenreiter bei den Newssendungen), die TAGESTHEMEN ebenda usw. In diesem Ereignis-Ensemble spielt auch der Ladenschluß eine wichtige Rolle. Er markiert, bis wann man sich mit oder ohne Kaufabsicht an Orten aufhalten darf, an denen Produkte und Waren zum Erwerb angeboten werden. Bezieht man nun die Bestrebungen nach Reservaten und Schutzzonen auf diese den Alltag ordnenden, begrenzenden und rhythmisierenden Ereignisse, so liegt der Schluß nahe, daß hier etwas bewahrt werden soll, was uns – oder zumindest einem Teil von uns – Halt und Sicherheit in einem ansonsten eher fließenden und ständig wechselnden Kontinuum verspricht. Kurz: Geschützt werden soll ein selbstauferlegter Zwang, eine Art institutionalisierte Selbstbeschränkung oder »Beschränkung des Selbst«. In dieser Logik würde die Bedrohung weniger von konkreten Mächten und/oder Personen, vielmehr

jedoch von »konkurrierenden« Alltagsentwürfen und »ausbeuterischen« Tendenzen in uns selbst ausgehen. Der Ladenschluß verschließt unseren Alltagsladen für die Verlockungen, die in »endlosen« Shopping-Räuschen ebenso bestehen können wie in grundsätzlichen Umkrempelungen von Alltagsläufen: von festgelegten Zeiten, die wir für Arbeit oder »Freizeit« reservieren, die unser Zubettgehen und Aufstehen bestimmen.

Nun ist danach zu fragen, was wir heute (noch) von solchen Regelungen »haben« können. Ein Blick über die Grenzen (dabei vor allem nach Süden sowie über den »großen Teich«) zeigt, daß es in der Beschränkungslogik der Regulierung liegt, daß das »Haben« für beide Seiten (Kunden wie »Ladenhüter«) zunächst einmal ein Nicht-Haben ist: Keine Zeit haben für Einkäufe nach Arbeitsschluß, keine Gelegenheit zum gemeinsamen Familieneinkauf haben, wenn der Vater in der Woche von der Arbeit kommt, keine Möglichkeit für den Kaufmann, selbst zu entscheiden, wann er auf- und zumacht, oder aber kreative Marketing-Maßnahmen zu erproben (als Nacht-Supermarkt, als Früh-Anbieter etc.). Auch ergeben sich für willige Arbeitnehmer, die sich eine Arbeitszeit in den dunklen Tagesstunden wünschen würden, im Handel höchstens marginale Stellenchancen – z. B. an Tankstellen oder in den Kiosken der Großstädte, die sich teilweise zu Quasi-Supermärkten entwickelt haben. Das reale »Haben« beim Ladenschluß erscheint dagegen darin zu bestehen, daß man sich keine Gedanken zu machen braucht, wie man sich Arbeits- und/oder Öffnungszeit einteilt oder ob man als Konsument abends noch Lust auf einen Shopping-Bummel hat. Die Regelung wirkt (oder riecht) wie eine Zeitreise in die 50er Jahre: Keine Aus-Wahl bei den elektrischen Medien, kaum Wahl bei den Urlaubsorten, wenig Wahl auf der Einheits-Speisekarte der Restaurants (Wienerschnitzel, Jägerschnitzel, Zigeunerschnitzel). In

der Betriebsamkeit der 90er, dem Zeitalter der Rund-um-die-Uhr-TV-Sender, der Videoclips und des Cyberspace wirkt der Ladenschluß wie eine alte Straßenbahn, die man für das Betriebsfest anmietet und die gemächlich durch die Hektik der Rushhour zockelt. Ein Anachronismus.

Die nun gesetzgewordene Neu-Regelung ist ein Kompromiß. Zunächst schreibt er fort, daß es Reservate geben muß und also ein totaler Wegfall von Regulierung den bedrohlichen Aspekten der Einkaufswirklichkeit die ›Türe öffnen‹ würde. Der Kompromiß negiert, daß es die Menschen hierzulande ›schaffen‹ könnten, sich selbst durch die Installation eigener Regularien (seien dies Tarifabkommen, seien dies individuelle Konsumbeschränkungs-Beschlüsse) zu behelfen. Doch kommt er nicht umhin, bestimmte Entwicklungen anzuerkennen: Die Menschen leben längst nicht mehr in der Synchronizität, die ihnen das Programm eines einzigen Fernsehsenders dereinst auferlegte; die Tageshelle ist schon lange nicht mehr die Haupt-Beleuchtung für unsere Alltagsaktivitäten – zumindest in den Ballungsräumen. Der Kompromiß gestattet es uns, bis zum Beginn der TAGESschau einkaufen zu gehen – als wenn hier die Liberalität gegen die Gummiwand alter Gepflogenheiten donnert: ›Um 8 Uhr sollt ihr zu Hause sein und euch belehren lassen!‹

Sicherlich ist diese ›Adenaueriade‹ vor allem erheitern, und es wird zu unserer Versorgung mit Essen, Trinken und Kleidung in 99 % aller Fälle völlig ausreichen, wenn Geschäfte in Zukunft bis zwanzig Uhr geöffnet haben. Es erscheint jedoch ratsam, einmal grundsätzlich zu reflektieren, welches Bild vom Bürger und Menschen sich in der weiter bestehenden Öffnungsregelung manifestiert. Es will scheinen, als wenn in unserer Mentalität der Wunsch nach Außenregulierung von Alltags-Vollzügen den Rang eines kollektiven Begehrs habe – von ›oben‹ wie von ›unten‹. Es erscheint in wei-

ten Kreisen unserer Gesellschaft nahezu unvorstellbar, daß Menschen und Menschengruppen in eigenverantwortlicher Weise Absprachen und Vereinbarungen treffen, die sich an den je vorliegenden Gegebenheiten orientieren: Angebot und Nachfrage, Bedürfnisse nach Flexibilität oder Festlegungen, vorhandene Personal-Stärke und Kundenstruktur etc. Dieser Wunsch nach Außenregulierung zeigt sich gleichfalls in vielen anderen Bereichen: hunderte und tausende von Vorschriften, die jedes und alles in unserem Alltag regulieren, reglementieren, kontrollieren: Bauvorschriften, Arbeitsplatzvorschriften, TÜV, DIN-Normen, Steuergesetze, Tarifbestimmungen usw. Vieles davon ist sicherlich sinnvoll und notwendig, anderes dagegen selbst für Fachleute kaum nachzuvollziehen und jeden Sinns entkernt. Es wäre dies nicht zu beklagen, wenn man sich sagen könnte: ›So sind sie, die Deutschen, machen sich selbst das Leben schwer und beschäftigen ein Heer von Inspektoren, Abteilungsleitern und Sekretärinnen, um ihre Zwangsmaschine am Laufen zu halten‹. Es steht jedoch zu befürchten, daß die habituelle Hüftsteifigkeit, die sich unsere Gesellschaft in jahrzehntelanger Selbstbeziehung angeeignet hat, dereinst zu einer schweren Hypothek werden kann. Dann nämlich, wenn in den sich wandelnden internationalen Märkten Flexibilität, Unkompliziertheit und Direktheit immer wichtigere Eigenschaften werden. Die Haltung des ›Das war schon immer so – da könnte ja jeder kommen – wo kämen wir denn dahin?‹ kann uns – unsere Wirtschaft, unsere Sozialsysteme – Kopf und Kragen (sprich: viele Arbeitsplätze und Einbußen im Bruttosozialprodukt) kosten, wenn es gilt, gegen flexible, pragmatische, kreative Konkurrenz international anzutreten. Im Wettbewerb mit Kulturen, deren Laden sozusagen immer geöffnet hat, könnte es einmal heißen: ›In Deutschland Laden schluß!‹

Heinz G. Grüne

