KULTUR NEU ENTDECKEN

SWR KULTUR

Zeitwort

21.10.1907:

Die Einkaufsgenossenschaft Edeka wird gegründet

Von Martina Meißner

Sendung vom: 21.10.2026
Redaktion: Susanne Schmaltz
Produktion: SWR 2021

Zeitwort können Sie auch in **ARD Sounds** oder als **Podcast** hören:
https://www.swr.de/swrkultur/programm/podcast-zeitwort-100.html

---

Bitte beachten Sie:
Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die ARD Sounds App

Hören Sie das Programm von SWR Kultur in ARD Sounds, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live – oder zeitversetzt, online oder offline.
https://www.ardsounds.de/radio/swr/swr-kultur/apps/

Kommentar über die Edeka-Bewegung:
Arm an Geld aber reich an Selbstvertrauen und Liebe zum Berufsstand, haben die weitschauenden Männer die Samenkörner der Edeka-Bewegung ausgestreut.

Autorin:
So feierten die Edekaner später die Veteranen ihrer Bewegung.
Angefangen hat die Erfolgsgeschichte mit nur 800 Mark Startkapital und 13 kleinen Einkaufsgenossenschaften. Darunter auch die Berliner Einkaufszentrale der Kolonialwarenhändler, die EdK. Großes E, kleines D, großes K.

Bis zu diesem Zeitpunkt hatten die Einzelhändler nur eigenbrötlerisch auf die neue Konkurrenz aus Kaufhäusern und den von der Arbeiterbewegung gegründeten Genossenschaften reagiert. Doch nun wollen sie der Konkurrenz Paroli bieten, indem sie gemeinsam Waren einkaufen und so günstigere Einkaufspreise aushandeln.

Sie gründen am 21. Oktober 1907 den „Verband deutscher kaufmännischer Genossenschaften“ und nennen ihn bald in Anklang an die Berliner Einkaufszentrale kurz „Edeka“. In einem Werbespot von 1962 wird das Prinzip erklärt:

O-Ton eines Werbespots von 1962:
Im Einkauf liegt der Gewinn", heißt eine goldene Kaufmannsregel. Und rationell einkaufen kann der Einzelhändler nur, wenn er mit seinen organisierten Kollegen zusammen Groß- und Massenaufträge vergibt.

Autorin:
Die Industrie beobachtete den wachsenden Einkaufsverbund mit Argwohn. Bisher war sie gewohnt, dem unorganisierten Kleinhandel mühelos ihre Konditionen aufzuzwingen. Um die Edeka zur Strecke zu bringen, verhängten im Jahr 1912 mehr als 40 Markenartikel-Hersteller einen Lieferboykott. Doch zu dieser Zeit wurde Edeka bereits von knapp hundert Genossenschaften mit über 6000 Mitgliedern getragen. Erfolglos brachen die Hersteller nach einem Jahr ihre Aktion ab.

Die Einkaufsgenossenschaft war schon zu stark. Sie überlebte beide Weltkriege und ihre Geschäfte mauserten sich während der Wirtschaftswunderjahre vom Krämerladen zum Supermarkt.

O-Ton eines Werbespots von 1961:
Man soll sich hier wohlfühlen wie im Schlaraffenland und kaufen, kaufen, kaufen.

Autorin:
Viele Edekaner sind Kaufleute in der dritten oder vierten Generation:
Heinrich Nientieds Großvater gründete in einer Bretterbude, seine Eltern führten den Laden in ihrem Privathaus weiter:

O-Ton von Heinrich Nientied:
Der Laden war, weiß nicht, 30 Quadratmeter groß, das ist heute Wohnzimmer, weil das Geschäft wurde sehr schnell zu klein, und dann wurde, wie es früher so war, im Garten dann neu gebaut, ein separates Geschäft.

Man konnte tatsächlich mit einem Einkaufswagen, heute würde man sagen Kindereinkaufswagen, durch das Geschäft fahren, es war im Prinzip eine Mittelgondel, und der Kunde konnte dann einmal drum rumfahren. Es gab alles für den täglichen Bedarf, in erster Linie natürlich noch Milch, der Kunde zapfte sich die Milch auch, weil sie lose war.

O-Ton einer Reportage von 1961:
Dieses märchenhafte Geschäft ist typisch für diese modernen, marktähnlichen Einrichtungen, in denen der Kunde völlig frei umherschlendert und sich seelenruhig die Waren betrachtet.

O-Ton eines Werbespots von 1977:
Und Schinken und Brötchen, Tomaten, Karotten, Bananen, Kaffee und Kakao, Sie brauchen gar nicht viel zu sagen, gnädige Frau.

Autorin:
Edeka, das ist jener Verbund aus rund 4000 selbstständigen Kaufleuten, die deutschlandweit Supermärkte betreiben.

O-Ton eines Werbespots:
Einkaufen mit Seele, mit Herz und Tradition

Autorin:
Edeka - das sind – zumindest im Werbespot - Menschen, die gelbe Herzen auf dem blauen Kittel tragen, und die Wurstscheiben aufs Gramm genau abwiegen können.

Tatsächlich ist Edeka ein straff organisiertes Handelsimperium. Aus den kleinen Kolonialwarenläden sind Erlebnis-Supermärkte geworden. Dagegen wirkt das Stammgeschäft, das Heinrich Nientieds Vater einst eröffnet hat, richtig nostalgisch:

O-Ton von Heinrich Nientied:
Mein Ältester, der sagt dann schon mal: Vater, mach die Bude zu. Das kann ich nicht so gut. Ich habe hier 1988 das Geschäft hier übernommen und bin jeden Tag, sechs Tage in der Woche, drin gewesen, habe die ganze Sache aufgebaut, Ich hänge schon noch ein bisschen dran, obwohl ich auch zwar Kaufmann bin und auch sicherlich kühl und gut rechnen kann, aber das ist nicht immer alles.