

# Inhalt

Dank .....	1
1. Einleitung .....	3
Untersuchungsgegenstand, Fragestellungen, methodische Zugänge (5) – Forschungsstand (19) – Quellen (26) – Aufbau der Arbeit (29)	
2. Die Sozialfigur der Verkäuferin: Allseits beliebt, trotzdem unterbezahlt .....	31
2.1 Verkäuferinnen kommen zu Wort .....	31
Gedichte – reflektierte Ego-Dokumente (31) – Selbstbeschreibungen in Versform (33) – Erinnerungen aus den Betrieben ex post (34)	
2.2 Verkaufspersonal als Gegenstand der sozialwissenschaftlichen Forschung .....	38
Zum Verhältnis von Sozialwissenschaften und Zeitgeschichte (38) – Die „Verkäuferinnen-Studie“ (39) – Themenfelder der sozialwissenschaftlichen Forschung zum Einzelhandel (42) – Eine Sekundäranalyse zur Berufsfachlichkeit im Einzelhandel (44)	
2.3 Weibliche Beschäftigte im Einzelhandel als Thema der Gewerkschaften .....	46
HBV: Geschichte und Struktur (47) – DAG: Geschichte und Struktur (49) – Der geringe Organisationsgrad im Einzelhandel (50) – Ziele der Einzelhandelsgewerkschaften (53) – Gewerkschaftliche Maßnahmen: Platzieren von Themen und Streiks (56) – Das Verhältnis von Gewerkschaftsmitgliedern, Betriebsräten und Beschäftigten (59)	
2.4 Die perfekte Verkäuferin aus Sicht der Unternehmen und der Gesellschaft .....	62
So soll sie sein (62) – So soll sie aussehen (70) – Nicht perfekt: die Warnliste bei C&A (73) – Probleme der Perfektion: sexuelle Belästigung (75)	
2.5 Was wirklich zählt – Gehälter im Einzelhandel .....	79
Allgemeine tarifliche Regelungen (80) – Verdecktes Vorgehen bei C. F. Braun (87) – Offensichtliche Diskriminierung bei C&A (87) – Prämien und Zulagen bei Hirmer (90) – Scheinbare Gleichbehandlung: das Prämiensystem bei Latscha (92) – Gewerkschaft und Betriebsrat für (geschlechter-)gerechte Bezahlung bei Gaissmaier (94) – Mittelbare Benachteiligung durch Sonderzahlungen bei Beck (97)	
2.6 Zwischenfazit .....	99

3.	Arbeit im Verkauf – (K)ein Bund für's Leben .....	103
3.1	Berufliche Bildung – Schnellstart für Männer, Hürdenlauf für Frauen .....	103
	Hineingeboren: mithelfende Familienangehörige und Betriebsinhaberinnen (103) – Angelernt: Aushilfen und „Gastarbeiter“ (106) – Ausgebildet: geschlechter- und zeitspezifische Ausbildungswege (108) – Ausbildungswege bei Latscha (110) – Geschlechtsspezifisches Lernen bei Gaissmaier (115) – Frühe Separation bei C&A (116)	
3.2	Die Arbeit im Lebensverlauf der weiblichen Beschäftigten .....	122
	Verheiratete Frauen bei C&A (123) – Die liebe Familie (125) – Alter und Betriebszugehörigkeit, Jubiläen und Pensionsfeiern (130) – „Gastarbeiterinnen und Gastarbeiter“ (134) – (Weibliche) Karrieren im Lebensmitteleinzelhandel (138)	
3.3	Betriebliche Sozialstrukturen als stabilisierender Faktor von Frauenarbeit .....	144
	Soziale Leistungen seitens des Betriebs (145) – Soziale Kontrolle (150) – Vergemeinschaftung in der Freizeit: Feiern und Ausflüge (152) – Konkurrenz und Kooperation unter Kolleginnen (156) – Verhältnis zur Kundenschaft (161)	
3.4	Einzelhandelsbetriebsräte: Anpassung, Akzeptanz und Auflehnung .....	169
	Betriebsräte im Einzelhandel (170) – Unterstützer des Unternehmens: Der C&A-Betriebsrat in den 1950er Jahren (172) – Kleine Opposition: Der Hirmer-Betriebsrat von den 1960er bis in die 1990er Jahre (175) – Aktiv und engagiert: Der Gaissmaier-Betriebsrat in den 1970er und 1980er Jahren (178) – Hüter der Ordnung: Der Latscha-Betriebsrat der 1950er bis 1970er Jahre (181)	
3.5	Männerwelten: Hohe Belastung, höhere Erwartungen, höchste Positionen .....	185
	Geschlechterverhältnis im Einzelhandel: Hierarchie im Betrieb (186) – Geschlechtsspezifische Tätigkeitsfelder und Einsatzorte (188) – Erwartungen an die Chefs: Männlich konnotierte Positionen (189) – Erfahrungen der Männer: Hohe Arbeitsbelastung (193)	
3.6	Zwischenfazit .....	196
4.	Weniger bedienen, weniger wert: weibliche Beschäftigte im Verkaufsraum .....	201
4.1	Wandel des Einzelhandels in der bundesrepublikanischen Konsumgesellschaft .....	201
	Zum Verhältnis von Handel, Konsum und Geschlecht (201) – Etablierung der Selbstbedienung und Computerisierung des Einzelhandels (203) – Arbeitspraktiken im Einzelhandel (206) – Arbeitsraum als analytische Kategorie (207)	

4.2	Selbstbedienung und die Ausbildung geschlechtsspezifischer Arbeitsweisen im Lebensmitteleinzelhandel .....	210
	Einführung der Selbstbedienung bei Latscha in den 1950er Jahren (211) – Etablierung der Selbstbedienung und Experimentierfreude in den 1960er Jahren (220) – Entwicklung der Verkaufspraktiken bei Gaissmaier in den 1970er und 1980er Jahren (226) – Gegenbewegung: Das Gaissmaier-Feinkosthaus (232) – Standardisierung und Geschlechterverhältnisse im Lebensmitteleinzelhandel (233)	
4.3	Masse oder Klasse? Strategien und Geschlechtsspezifik im Textileinzelhandel .....	241
	Firmengeschichte von C. F. Braun (241) – Der späte Wandel des Bedienens bei Braun (243) – Die Praktiken des Begrüßens und Verabschiedens bei Braun (245) – Firmengeschichte von C&A (246) – Die frühe Aufgliederung der Arbeitspraktiken bei C&A (249) – Die Praktiken des Verpackens und Verabschiedens bei C&A (255) – Restetage und Schlussverkäufe: Kampf um die Ware (260) – Persistenz von Bedienelementen im Verkauf beim Textilhaus Beck in München (263) – Geschlechtsspezifische Verteilung von Arbeit bei Hirmer (268)	
4.4	Das Bild weiblicher Arbeit – Computerisierung des Kassensarbeitsplatzes .....	275
	Kassieren: Theorie und Praxis seit den 1950er Jahren (276) – Die Stellung der Kassiererinnen bei C&A (281) – Rationalisierung in den 1960er und 1970er Jahren (283) – Scannen: Kassentechnik seit den 1980er Jahren (290) – Probleme und Debatten der gesundheitlichen Auswirkungen der Kassensarbeitsplätze (296) – Die psychische Gesundheit: Die Positionierung der Kassierenden (304)	
4.5	Hinter der Bühne: Folgen der Computerisierung und männliche Berufswelt .....	310
	Speichern: Grundlage für neue Arbeitspraktiken (310) – Verwalten und die männlichen Hirne hinter den Datenkassen (315) – Logistik und Warenbeschaffung: die männliche Komponente des Instandhaltens (323) – Warenannahme und -auszeichnung als weiblicher Teil des Instandhaltens (326)	
4.6	Zwischenfazit .....	331
5.	Tante Emma macht jetzt Teilzeit: Arbeitszeit und Ansehen im Einzelhandel .....	335
5.1	Zeit- und Geschlechterordnung in der Bundesrepublik .....	335
	Arbeitszeitverkürzung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts (335) – Anstieg der Frauenerwerbstätigkeit (337) – Zeit im Einzelhandel (340) – Arbeitszeit als analytische Kategorie (341)	
5.2	Arbeitszeiten im Einzelhandel .....	342
	Gesetzlicher Rahmen der Arbeitszeit (343) – Lage der Arbeitszeiten und Arbeitszeitsysteme (346) – Gewerkschaftliche Ansätze zur Arbeitszeitverkürzung (347) – Umsetzung bei C&A: mehr Stress, keine Entlastung (350) – Hirmer: Zeit ist Geld (352) – „Individuelle Arbeitszeit“ beim Kaufhaus Beck (353) – Höhere Arbeitsbelastung durch Arbeitszeit-	

	verkürzung im Lebensmitteleinzelhandel (357) – Arbeitszeitpraktiken: Pausenregelungen (358) – Überstunden, selbstverständlich (362) – „Stempeln“: Arbeitszeiterfassung zwischen Kontrolle und Freiwilligkeit (366) – Freiräume der Beschäftigten (369)	
5.3	Unterschätzte Frauen: Grenzen zeitlicher Rationalisierung und die Notwendigkeit flexiblen Handelns .....	371
	Technische Innovationen im Einzelhandel (373) – Rationalisierung der betrieblichen Prozesse (377) – Leistungsdruck durch Kontrolle und Überwachung (386) – Folge der Illusion der Planbarkeit (387)	
5.4	Verkaufsarbeit als Teilzeitjob: Kein Einstieg in die eigenständige Erwerbsbiografie .....	391
	Teilzeitarbeit von den 1960er Jahren bis in die 1980er Jahre (393) – Positive Effekte für die Unternehmen (396) – Individuelle Vorteile für die Beschäftigten (398) – Negative Effekte aus Sicht der Gewerkschaften (399) – Strukturelle Nachteile: Diskriminierung und Auswirkungen auf Lebensarbeitszeit (404) – Diskussionen um Doppelbelastung (407) – Debatten um „Doppelverdienens“ (409) – Gleiche Arbeit, gleiche Leistung, schlechtere Bedingungen: Aushilfen bei C&A (411) – Hirmer: Hilfskräfte für einfache Tätigkeiten (413) – Latscha: Hausfrauen in den Handel (416)	
5.5	Gesellschaftliche Debatten um den Ladenschluss als Ausdruck der mangelnden Wertschätzung weiblicher Arbeit .....	420
	Begrenzung: Das Ladenschlussgesetz 1956/60 (423) – Orientierung an der Kundschaft als Argument von Unternehmen und Lobbygruppen (431) – Soziale Schutzfunktion und Arbeitszeitproblematik als ambivalente Argumente (434) – Emanzipation versus Benachteiligung: Argumente in Frauenzeitschriften (439) – Ein ewiges Für und Wider: Wissenschaftliche Studien und Umfragen (443) – Entgrenzung: Ausweitung der Ladenöffnungszeiten 1989 (445) – Das Geschäft geht vor: Die Praktik des „zu Ende Bedienens“ (456) – Die Bedürfnisse anderer gehen vor: Verkaufsoffene Sonntage (458) – Olympia und Oberammergau: Ausnahmen im öffentlichen Interesse (464)	
5.6	Zwischenfazit .....	471
6.	Schluss .....	475
	Verkaufspraxis und Verkaufspersonal im zeitlichen Wandel (478) – Schon wieder? Immer noch! Der <i>Gender Pay Gap</i> – Arbeit als Kriterium für geschlechtsspezifische Ungleichheit (485)	
Anhang	.....	491
	Abkürzungsverzeichnis .....	491
	Tabellenverzeichnis .....	493
	Abbildungsverzeichnis .....	494
	Quellen- und Literaturverzeichnis .....	497
	Sachregister .....	525