



**ZSL**  
Zentrum für Schulqualität  
und Lehrerbildung  
Baden-Württemberg

# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich: Couponhandel und neues Konsumverhalten um 1900

Multiplikatorentagung  
Bad Wildbad

März 2021

# „Couponing extrem“

Einstieg:

Zweiminütiger Filmausschnitt aus der Serie „Couponing extrem“ des Senders TLC, Zugriff:

<https://www.youtube.com/watch?v=yNzaKTJ5vlE>



# Was macht „Schnäppchenjagd“ so toll?

Jedes Schnäppchen  
verschafft mir ein  
Hochgefühl

Beim Einkaufen  
gewinne ich immer

Wollt ihr die Fotos von  
Mamas schönsten  
Einkäufen sehen?

Das Tolle bei  
Couponing ist, man  
hat einen Vorrat



# Was macht „Schnäppchenjagd“ so toll?

Jedes Schnäppchen  
verschafft mir ein  
Hochgefühl

Konsum  
als Gefühl,  
zu den  
Gewinnern  
zu gehören

Beim Einkaufen  
gewinne ich immer

Konsum  
als Gefühl,  
etwas zu  
leisten

Wollt ihr die Fotos von  
Mamas schönsten  
Einkäufen sehen?

Konsum  
als  
„Erlebnis“

Konsum als  
Schutzmaßnahme  
gegen mögliche  
Fährnisse des  
Lebens

Das Tolle bei  
Couponing ist, man  
hat einen Vorrat



# Übersicht - Präsentation

1. Blick in den Bildungsplan
2. Blick in die Doppelstunde
3. Wie funktionierte der Couponhandel damals?
4. Weshalb ist er ein typisches Phänomen für die Massenkultur um 1900? Welche neuen Erfahrungen bringt er den Menschen?
5. Wieso waren die Erfahrungen ambivalent?
6. Erweiterung: Reaktionen der Modernisierungsverlierer
7. Fazit: Chancen für den Geschichtsunterricht



## 3.4.2. Wege in die Moderne

### 1. Blick in den Bildungsplan

Die Schülerinnen und Schüler können Modernisierungsprozesse innerhalb und außerhalb Europas seit dem ausgehenden 18. Jahrhundert analysieren und deren Bedeutung für die Gegenwart beurteilen.

(7) Erscheinungsformen der Moderne um die Jahrhundertwende erläutern sowie ambivalente Erfahrungen der Menschen mit ihnen charakterisieren  
(Hochmoderne: Urbanisierung, Massenkultur, Mobilität, Beschleunigung, Modernisierungsverlierer; Massenorganisation: Politisierung, Frauenbewegung)

**P** 2.3 Reflexionskompetenz 7

**I** 3.2.5 Der industrialisierte Nationalstaat – Kultur: moderne Lebenswelten (3)

**L** BO Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Berufswahl, Familien- und Lebensplanung



## 3.4.2. Wege in die Moderne

### 2. Blick in die Doppelstunde

**Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich – Neue Konsumgewohnheiten entstehen in der Moderne um 1900**

**Modul für 2-3 Std zum Standard 3.4.2 Wege in die Moderne, Schwerpunktthema I, Abitur 2023:**

Die Schülerinnen und Schüler können Modernisierungsprozesse innerhalb und außerhalb Europas analysieren und deren Bedeutung für die Gegenwart beurteilen

**Folgende Teilstandards werden angesprochen:**

**(7) Erscheinungsformen der Moderne um die Jahrhundertwende erläutern sowie ambivalente Erfahrungen der Menschen mit ihnen charakterisieren**

**(5) Die Auswirkungen der Industrialisierung auf die europäischen Gesellschaften analysieren und bewerten**

**Leitperspektive: Verbraucherbildung**

# 3.4.2. Wege in die Moderne

## 2. Blick in die Doppelstunde

Materialien	Inhalte	Unterrichtsschritte	Prozessbezogene Kompetenzen
M 1 (Filmausschnitt „Couponing extrem“ und/ oder Kundenkarten/ Rabattanzeigen als Impuls)	Visualisierung: Couponhandel heute	Impuls und Einstieg,  Hypothesenbildung	Fragekompetenz  Reflexionskompetenz  Orientierungskompetenz
M 2 (Darstellung von Hintergrundinformationen als Vertiefung, fakultativ)	Die Anfänge des Couponhandels in den USA	(z.B. Lehrer-Vortrag oder vorbereitende Hausaufgabe)	Sachkompetenz
M 3 (Darstellung von Hintergrundinformationen)	Der Couponhandel und andere neue Vertriebsformen in Deutschland um 1900: Ursachen und Folgen	Erarbeitung:  Warum entstehen neue Vertriebsformen? Arbeitsteilig, z.B. PA	Sachkompetenz  Reflexionskompetenz
M 4 (Darstellung von Hintergrundinformationen)	Der Couponhandel um 1900 in den Gella- und Hydra-Kaufhäusern	Erarbeitung: Welche Erfahrungen werden gemacht? Arbeitsteilig, z.B. PA	Sachkompetenz
M 5 (Textquelle)	Der sozialdemokratische „Vorwärts“ zum Couponhandel:  Kritik und Warnung	Vertiefung, z.B. PA  Ambivalente Erfahrungen	Sachkompetenz  Methodenkompetenz  Reflexionskompetenz
M 6 (Text- und Bildquellen als Vertiefung, fakultativ)	Negative Auswirkungen des Couponhandels	(Vertiefung: z.B. PA)  Ambivalente Erfahrungen	Sachkompetenz  Methodenkompetenz  Reflexionskompetenz
M 7 (Historikerurteil)	Ambivalente Erfahrungen mit dem Couponhandel um 1900	Reflexion:  Warum Ambivalenz?  Wie begründen Sie das? Wie der Historiker?	Sachkompetenz  Reflexionskompetenz
M 8 (Darstellung von Hintergrundinformationen und Statistiken) - Aktualisierung	Couponhandel und „Couponing extrem“ heute	Aktualisierung,  Rückbindung an Eingangshypothesen	Sachkompetenz  Methodenkompetenz  Reflexionskompetenz  Orientierungskompetenz
M9 (Erweiterung auf Teilstandard (8): ambivalente Reaktionen auf die Beschleunigung der Moderne erklären, fakultativ)	Modernisierungsverlierer? Mittelstandsbewegung und der Couponhandel	(Erweiterung in Folgestunde)	Sachkompetenz  Methodenkompetenz  Reflexionskompetenz





# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 3. Wie funktionierte der Couponhandel damals?

- Betrifft zwei Kaufhausketten („Gella“ und „Hydra“)
- Käufer mussten Coupons erwerben und wieder weiterverkaufen, um an begehrte Schnäppchen zu kommen.
- Löste im Sommer 1899 v.a. in Berlin und München einen wahren Boom aus.
- Mit den Coupons kamen zugleich die Warnungen: Z.B. im „Vorwärts“, mit Blick auf die „ärmeren Bevölkerungsklassen“
- Somit wird die Neuheit **ambivalent** erlebt.



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 3. Wie funktionierte der Couponhandel damals?

Materialien:

- Darstellungstexte
- Quellen: Zeitungsartikel des „Vorwärts“, Anzeigen oder Flugblätter
- Bildquellen (Karikaturen)
- Darstellende und bewertende Historikertexte (Uwe Spiekermann)



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

4. Weshalb ist der Couponhandel ein typisches Phänomen für die Massenkultur um 1900? Welche neuen Erfahrungen bringt er den Menschen? - Hintergrundinformationen

## Die Anfänge in den USA

Die Ursprünge des „Couponing“ lagen in den USA. Coca-Cola war die erste Marke, die sogenannte „Bundling-Coupons“ auf den Markt brachte: Mit dem Kauf eines Coca-Cola-Getränks wurde ein weiteres Glas als kostenlose Zugabe erworben.

Nachdem 1887 die ersten Coupons, noch als handgeschriebene Zettel, ausgegeben worden waren, erlangte die neue Softdrink-Marke schnell Berühmtheit. Schon 1895 wurde Coca-Cola in jedem Staat der USA ausgeschenkt. Zwischen 1887 und 1913 hatten schätzungsweise ein Neuntel aller Amerikaner und Amerikanerinnen schon von diesen Coupons profitiert, was in der Summe ca. 8,5 Mio. Getränke bedeutete.



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

4. Weshalb ist der Couponhandel ein typisches Phänomen für die Massenkultur um 1900? Welche neuen Erfahrungen bringt er den Menschen? - Hintergrundinformationen

## Die Anfänge in den USA

Ein weiteres Produkt, das von der Couponing-Idee profitierte, waren Frühstückszerealien, auf die schon um 1900 mit Rabattaktionen aufmerksam gemacht wurde. Es waren also neue Produkte, die sich durch die neue Geschäftsidee Akzeptanz auf dem Markt erkämpften.

Mit der Weltwirtschaftskrise ab 1929 stieg die Zahl der Coupons rasant an. Nun wurde eine Vielzahl an Produkten beworben. Ab den 1940er Jahren entstanden immer mehr große Supermarktketten, die mit ihren Rabattaktionen immer mehr Kunden aus den kleinen Läden abwarben. Da die individuelle Mobilität in der privaten „Familienkutsche“ ständig zunahm, war man nicht mehr auf den kleinen Laden um die Ecke angewiesen und konnte auch größere Warenmengen bequem nachhause transportieren.



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

4. Weshalb ist der Couponhandel ein typisches Phänomen für die Massenkultur um 1900? Welche neuen Erfahrungen bringt er den Menschen?

## Die Situation im Kaiserreich

- Das Kaiserreich war durch ein liberales Gewerberecht geprägt
- Erst Mitte des 19. Jahrhunderts war in den wachsenden Städten ladengebundener Kleinhandel entstanden
- Er lebte von Käuferbindung und sozialen Beziehungen
- Der Gutscheinhandel etablierte sich im Kontext der um 1900 neu entstehenden Warenhauskultur
- Konsumenten orientierten sich hier an Preisen und Preisdifferenzen
- Couponhandel eröffnete somit neue Konsumententräume



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

4. Weshalb ist der Couponhandel ein typisches Phänomen für die Massenkultur um 1900? Welche neuen Erfahrungen bringt er den Menschen?

Neue Konsumwelten eröffnen sich - auch für die Unterschicht  
Durch Coupons konnten extrem preisgünstig erworben werden:

- Schweizer Uhren
- Französische Fahrräder
- Zigarren
- Kleidung und Schuhe
- Hochwerte Metallwaren, z.B. Töpfe ...

Übrigens: Fahrräder waren Ende des 19. Jhds. von bürgerlichen Männer und Frauen als modernes Fortbewegungsmittel entdeckt worden; erst der Couponhandel rückte sie auch in die Reichweite der Unterschichten; den Durchbruch erlebte das Fahrrad, als zu Beginn des 20. Jahrhunderts genügend gebrauchte Räder auf den Markt kamen.



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 5. Weshalb waren die Erfahrungen ambivalent?

Durch den Schneeball-Effekt gerieten die Konsumenten bald ins Hintertreffen: Verzweifelte Annoncen im „Berliner Tagblatt“ und Karikaturen aus den „Lustigen Blättern“ bei Spiekermann:

<https://uwe-spiekermann.com/2020/01/10/gierige-kaeuffer-und-unlautere-geschaefte-aufstieg-und-ende-des-gella-und-hydra-handels-im-kaiserreich/>



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 5. Weshalb waren die Erfahrungen ambivalent?

*„Der Gella- und Hydrahandel stand (...) Stellung in der Konsumgesellschaft wandten.“*

Das vollständige Zitat bei Spiekermann, Gierige Käufer und unlautere Geschäfte (2020)





# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 6. Erweiterung: Reaktionen der Modernisierungsverlierer

Erweiterung auf Teilstandard (8): ambivalente Reaktionen auf die Beschleunigung der Moderne erklären

### **Modernisierungsverlierer? Mittelstandsbewegung und Couponhandel**

Die Mittelstandsbewegung nimmt Einfluss auf die Politik, v.a. auf die Nationalliberalen.

Z.B. wird um 1900 die Kaufhaussteuer eingeführt.

Auch gegen den Gella- und Hydrahandel mobilisiert die Mittelstandsbewegungen, z.B. der Uhrenindustrie – mit Erfolg!



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 7. Fazit: Chancen für den Geschichtsunterricht

Orientierungskompetenz stärken: Einige Zahlen zum Couponhandel in Deutschland 2018/2019:

2018 wurden 18 Mrd. Coupons verteilt, wodurch die Konsumenten 130 Mio. € eingespart haben.

2019 stieg die Anzahl der verteilten Coupons auf 20 Mrd., die Einsparungen (d.h. der eingelöste Rabattwert) betragen 150 Mio. €.

2019 waren es 547 Marken, für die Coupons verteilt wurden, das ergibt gegenüber 2018 einen Zuwachs um 15 %.

Im Jahr 2019 stieg gegenüber 2018 die Zahl der Coupon-Aktionen im Handel um 41 % an. Seit 2019 gewinnt auch E-Couponing immer mehr an Bedeutung.

# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 7. Fazit: Chancen für den Geschichtsunterricht

- Konkretes Beispiel hilft, viele Lernbegriffe zu integrieren und damit den Blick der SuS auf die komplexen Zusammenhänge um 1900 zu schärfen
- Orientierungskompetenz wird gestärkt: Longue-durée-Prozesse werden verdeutlicht
- Reflexionskompetenz wird angebahnt: Was macht Konsum mit uns? (auch Verbraucherschutz als Leitperspektive!)



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 7. Fazit: Chancen für den Geschichtsunterricht

Auf Kundenfang mit  
Wodka und Co?

Das „Rabattgesetz“ (von 1934!) wird ab 2001 erheblich aufgeweicht:

Rabatte über 3% sind nun ganzjährig erlaubt, die Rabattaktionen nicht mehr saisonal („Schlussverkauf“) gebunden.

Manche Produkte (z.B. Tabakwaren, Bücher) werden jedoch nach wie vor davon ausgenommen – andere, wie etwa Alkohol und Süßigkeiten, nicht.



# Auf Schnäppchenjagd im Kaiserreich

## 7. Fazit: Chancen für den Geschichtsunterricht

### Übungsaufgabe:

Erläutern Sie ambivalente Erfahrungen der Moderne um 1900.  
Wählen Sie dafür das Beispiel „Coupon-Handel“.

### Hilfestellung:

Verwenden Sie auch die Lernbegriffe *Hochmoderne*,  
*Modernisierung*, *Wirtschaftsliberalismus*, *Klassengesellschaft*,  
*Urbanisierung*, *Massenkultur*, *Beschleunigung*,  
*Modernisierungsverlierer*.

