

August Stukenbrok und sein Versandgeschäft

Am 1. Juni 1890 eröffnete August Stukenbrok in Einbeck eine Fahrradhandlung. Aus dem kleinen Ladengeschäft entwickelte sich innerhalb weniger Jahre ein weltweites Unternehmen mit mehreren hundert Beschäftigten, das schon um die Jahrhundertwende erstmalig den Gedanken des Versandgeschäftes in Deutschland im großen Stil verwirklichte.

Wer war dieser August Stukenbrok? Am 29. Mai 1867 in Pegestorf in der Nähe von Hameln geboren, kam er nach Ableistung seiner kaufmännischen Lehre im Jahre 1888 als Angestellter einer Textilhandlung nach Einbeck. Durch seine Kundenbesuche in der näheren und weiteren Umgebung lernte er die Bedeutung des Fahrrades kennen, das in jener Zeit seinen Siegeszug als allgemeines Verkehrsmittel antrat. Folgerichtig erkannte Stukenbrok hier eine Marktchance. Schon bald nach seiner Ankunft in Einbeck begann er nebenbei mit dem Fahrradhandel. Seine Hoffnungen erfüllten sich in solchem Maße, daß er sich am 1. Juni 1890 selbständig machen und eine eigene Fahrradhandlung eröffnen konnte. Der stetig steigende Absatz bedingte den mehrmaligen Umzug in jeweils größere Geschäftsräume und die Aufnahme von Mitarbeitern. So zählte das Stukenbroksche Fahrradgeschäft schon kurz vor der Jahrhundertwende mehr als dreißig Arbeitskräfte und den täglichen Absatz von achtzehn Fahrrädern – ein für die damalige Zeit immerhin beachtliches Ergebnis nach nur wenigen Jahren der Geschäftstätigkeit.

Die günstigen Voraussetzungen für diesen schnellen und kurzfristigen Aufstieg waren zweifacher Art: zunächst erfolgte die Gründung des Stukenbrokschen Geschäftes zu einer Zeit, als sich das Fahrrad zunehmend als Gebrauchsrad und Verkehrsmittel durchzusetzen begann, wobei eine einsetzende Massenproduktion dem Massenbedarf entsprach. Außerdem bildete sich in der „Gründerzeit“ mit ihrer beginnenden konjunkturellen wirtschaftlichen Entwicklung und ihrem ansteigenden Volkseinkommen auch eine breite zahlungsfähige Käuferschicht. An sie wollte sich Stukenbrok mit seinem preisgünstigen und dennoch qualitativ guten Angebot wenden. Er erreichte das durch Großeinkäufe bei den Herstellerwerken und durch wiederum großen Verkauf direkt an die Kunden. Ein umfangreicherer Absatz setzte aber einen größeren Kundenkreis voraus, und um ihn zu gewinnen, bediente sich Stukenbrok schon bald einer intensiven Werbung, zumal er feststellen mußte, daß der Markt in der unmittelbaren Umgebung in verhältnismäßig kurzer Zeit gesättigt sein würde. Deshalb mußte er sich weitere Absatzgebiete erschließen. Das war nur mit einer umfassenden Werbung möglich. Mit ihr als der zweiten Voraussetzung für seinen raschen geschäftlichen Aufstieg war recht eigentlich das Geheimnis seines Erfolges gegeben.

Stukenbroks Werbung bestand vor allem in den erstmals von ihm kostenlos verteilten Katalogen, die alljährlich in einer Auflage von etwa einer Million Exemplaren von Einbeck aus in alle Teile Deutschlands und darüber hinaus vertrieben wurden. Die Kataloge gingen vor allem an die mehr als 600 000 ständigen Kunden, über die das Unternehmen schon im Jahre 1911 verfügte. Anfangs nur von wenigen Seiten Umfang, umfaßten sie seit der Jahrhundertwende schließlich eine Stärke von einigen Zentimetern. Die Zunahme des äußeren Umfangs dieser Kataloge spiegelt zugleich die Ausweitung der Geschäftstätigkeit und ihre Hinwendung zu einem vielseitigen Versandgeschäft wider. Damit hatte August Stukenbrok erstmalig in Umfang, Format und in der Fülle des Angebotes das Musterbeispiel eines Versandkataloges geschaffen, wie er bis heute bei allen großen Versandhäusern üblich ist. Zunächst bildete das Fahrrad weiterhin den Kern des Angebotes; es wurde im

Jahre 1906 täglich in über sechzig Stücken vertrieben unter dem Namen „Deutschland-Fahrer“, so daß Stukenbrok auch den noch jungen Begriff des Markenartikels in Anwendung brachte. Daneben aber widmete er sich, da der Fahrradabsatz wegen der aufkommenden Konkurrenz allmählich stagnierte, zunehmend einem breitgestaffelten Warenangebot und tat somit den Schritt zum allgemeinen Versandhaus. Neben dem alljährlichen Hauptkatalog erschienen für bestimmte Warengruppen auch Spezial-Listen. Insgesamt wurde, wie aus den folgenden Seiten dieses Jahreskataloges zu erkennen ist, ein Sortiment angeboten, das von A bis Z, von der Angel bis zur Zange reichte. Somit erfüllte sich Stukenbroks Geschäftstätigkeit in einem von ihm kaum vorher geahnten Umfang und in einer Vielseitigkeit, die eine straffe Betriebsorganisation voraussetzte.

Jede Bestellung, von denen in der Hauptversandzeit täglich etwa zwei- bis dreitausend eingingen, mußte umgehend bearbeitet und versandfertig gemacht werden; denn jede Verzögerung im innerbetrieblichen Ablauf hatte eine Kostenbelastung der einzelnen Bestellung zur Folge. Nahezu vierhundert Mitarbeiter in den Büros, Lagern und Werkstätten sorgten für eine rationelle Abwicklung.

Der stetige Aufstieg des Stukenbrokschen Unternehmens wurde zwar durch den Ersten Weltkrieg unterbrochen, doch konnte schon bald nach Kriegsende an die alten Erfolge angeknüpft werden. Noch im Jahre 1927 hatte der Umsatz 6,5 Millionen Mark betragen, und zahlreiche, dem Einbecker Stammhaus inzwischen angegliederte Tochtergesellschaften dienten dem eigenen Unternehmen. Außerdem waren verschiedenenorts Fabrik-Niederlagen eingerichtet worden, und überdies wurde ein firmeneigenes Netz von Ladengeschäften aufgebaut.

Dennoch setzte schon bald ein Rückgang des Unternehmens ein. Das Versandhausgeschäft geriet in den Sog der Weltwirtschaftskrise. Viele der ehemaligen Kunden waren nun arbeitslos. So fielen Teile des alten Kundenkreises aus. Außerdem mußte Stukenbrok auch jetzt das Teilzahlungsgeschäft akzeptieren, während er bis dahin nur gegen Voraus- oder Barzahlung in voller Höhe verkaufte. Deshalb verfügte er stets über ausreichende Finanzmittel, und bei der Kundschaft hatte er aus diesem Grunde keine Verluste zu befürchten. Das neue Zahlungssystem und entscheidende Verluste im Vermögensbesitz führten schließlich zum Zusammenbruch seines Unternehmens. Jedoch hat August Stukenbrok ihn nicht mehr erlebt: am 4. Januar 1930 starb er, vielfach geehrt und ausgezeichnet, als Kommerzienrat in Einbeck. Und im September 1931 mußte sein Unternehmen die Geschäftstätigkeit einstellen.

Die von August Stukenbrok entwickelte Idee des allgemeinen Versandhauses aber, die von Einbeck ihren Ausgang nahm und den Namen dieser Stadt weithin getragen hat, stellt seither eine besondere Vertriebsform im Geschäftswesen dar. Sichtbarer Ausdruck dafür ist die noch heute gebräuchliche Katalog-Werbung, für die ein frühes Exemplar hiermit vorgelegt wird.