

den Kampf. Warum die Forschung dennoch die Warenhäuser so einseitig hervorhebt, ist und bleibt eine offene Frage. Fünftens bildete Berlin als Hauptstadt von Reich und Warenhäusern eine Ausnahme – von Repräsentativität kann nicht die Rede sein. Dies gilt es zu reflektieren – vor dem Hintergrund der dort konzentrierten Textilindustrie und Kaufhäuser sowie der um 1900 und auch 1930 regional noch höchst disparaten Konsumgesellschaft Deutschland. Sechstens schließlich verweisen all diese Thesen auf den Zwang, das Berliner Warenhaus und die Betriebsform Warenhaus vergleichend und vernetzt zu analysieren. Kämpfe um das Warenhaus und antisemitische Hetztiraden lassen sich in allen großen westlichen Staaten und auch in Ländern der sogenannten Peripherie nachweisen.<sup>55</sup> Die Warenhäuser mögen Ausdruck imperialer Strategien und nationaler Besonderheiten gewesen sein, doch ihre Leiter beobachteten sich wechselseitig, lernten voneinander, gründeten darauf Geschäftsstrategien. Selbst der national argumentierende Mittelstand war kein nationales Phänomen, sondern Teil internationaler Netzwerke. Die Interaktion von Warenhaus und seinen Gegnern bietet entsprechend auch lohnenswerte Themen für vergleichende, transnationale und globalhistorische Studien.

55 Vgl. etwa Yavuz Köse, *Westlicher Konsum am Bosphorus. Warenhäuser, Nestlé & Co. im späten Osmanischen Reich (1855–1923)* (München: Oldenbourg, 2010).

## Veblen im Warenhaus. Theorien der „reaktionären Modernisierung“ als Erklärungsansatz für die Warenhaus-Debatte im deutschen Kaiserreich

Thomas Lenz

### Abstract

At the turn of the century, the German *Kaiserreich* was facing a series of rapid economic changes and cultural shifts. The big department stores that mushroomed in the cities soon became the icons of this change. Designed to be highly visible and attract attention, they also became an important trope in the political discourses of the day that opposed modernity and capitalism. These discourses used the department store as a symbol of what was seen as the dangerous commercialization of everyday life, and an emblem of the problems of modernity. However, many critics of the department stores positively embraced the modern technology behind this new retail system. This janus-faced perspective on department stores can be understood with the help of the contemporary sociological theory of modernization developed by Thorstein Veblen.

Die ökonomischen, technischen und kulturellen Veränderungen, denen sich das deutsche Kaiserreich um 1900 ausgesetzt sah, erfüllten die Zeitgenossen mit Hoffnung und Sorge. Hoffen ließen vor allem die augenscheinlichen Verbesserungen der Lebensbedingungen für viele, sowie die technischen, medizinischen und organisatorischen Innovationen, die das Leben angenehmer und einfacher machten. Anlass zur Sorge war die Ungewissheit, welche politischen und kulturellen Änderungen die ‚neue Zeit‘ wohl bereithalten mochte. Vor allem im Bürgertum trafen die antizipierten gesellschaftlichen Umbrüche auf Skepsis und Ablehnung; eine pessimistische Haltung, die, wie ein Blick über die Grenzen des Kaiserreichs zeigt, keinesfalls selbstverständlich war und die sich – so die These des vorliegenden Beitrages – aus einer spezifisch deutschen Problematik des Übergangs in die Moderne erklären lässt. Im Folgenden wird zur Erläuterung dieser These die deutsche Reaktion auf die Entstehung und die Verbreitung des Warenhauses als beispielhaft für die kulturkritische Ablehnung bestimmter Modernisierungsfolgen durch die Eliten des deutschen Kaiserreichs analysiert und mit Hilfe der spezifisch auf Deutschland bezogenen Modernisierungstheorie des amerikanischen Soziologen Thorstein Veblen und, in seiner Nachfolge, des Historikers Jeffrey Herf erklärt.

Im Vergleich zu Frankreich und den USA, wo die Warenhäuser vornehmlich als positiv besetzte Symbole der Moderne angesehen wurden, verlief der Diskurs

über die Betriebsform Warenhaus im Deutschen Kaiserreich sehr viel negativer.<sup>1</sup> Zwar betrug 1913 der Anteil der Warenhäuser am Einzelhandel im deutschen Kaiserreich nur 2,5 Prozent,<sup>2</sup> als deutlich und weithin sichtbares Zeichen des sozioökonomischen Wandels waren sie aber dennoch heftiger Kritik ausgesetzt.

Die Eröffnung der ersten Warenhäuser um 1900 wurde in Deutschland vornehmlich als volkswirtschaftliche Bedrohung und als sichtbarer Ausdruck modernen Kulturverfalls gewertet und nicht als Zeichen des ökonomischen und kulturellen Aufbruchs.<sup>3</sup> In der Trivialliteratur wie im Feuilleton, in der Rechtsprechung wie in der politischen Propaganda: die Gegner des Warenhauses bestimmten den Diskurs um diese moderne Erscheinung der beginnenden Konsumgesellschaft und brachten kulturkritische Allgemeinplätze gegen die unerwünschte Betriebsform in Stellung.<sup>4</sup> Im Warenhausroman *W.A.G.M.U.S.* von Margarete Böhme zum Beispiel wird der überwältigende, sinnbetörende Eindruck eines vollen Warenhauses wie folgt geschildert:

Im Warenhause war der Verkehr unterdessen in der letzten Viertelstunde vor Torschluß noch gestiegen; wie eine einzige kochende Hochflut von dunklen Menschenleibern wälzte sich der unruhige Strom zwischen den Verkaufsständen; die merkwürdigen undefinierbaren, umrißlosen Geräusche in der Luft erinnerten jetzt an das ferne drohende Brüllen hungriger Raubtiere.<sup>5</sup>

Die unheilvolle Sogwirkung der Warenhäuser speziell auf die Frauen wird von Margarete Böhme drastisch beschrieben, sie benutzt Metaphern des Rausches und der Sucht:

Wer scharf beobachtete, bemerkte, dass die Mienen der Frauen sich bei dem Eintritt in das Haus eigenartig veränderten: In die schlaffen, versorgten Züge trat ein gespannter angeregter Zug, die vorher matten Augen leuchteten auf in heimlichem Verlangen und in der Lust des Schauens; irgendein Fluidum schien in der Luft zu liegen, das berauschte, das wie eine Morphinum-Injektion wirkte.<sup>6</sup>

1 Vgl. hierzu Detlef Briesen, *Warenhaus, Massenkonsum und Sozialmoral. Zur Geschichte der Konsumkritik im 20. Jahrhundert* (Frankfurt/Main: Campus, 2001).

2 Siegfried Gerlach, *Das Warenhaus in Deutschland. Seine Entwicklung bis zum Ersten Weltkrieg in historisch-geographischer Sicht* (Stuttgart: F. Steiner, 1988), S. 47.

3 Vgl. hierzu Uwe Lindemann, „Im Bann der Auslagen. Literatur und Warenhauskultur um 1900“, in *Visual Culture*, hg. von Monika Schmitz-Emans und Gertrud Lehnert (Heidelberg: Synchron, 2008), S. 197–212.

4 Natürlich gab es auch Befürworter des Warenhauses, diese waren allerdings in der öffentlichen Diskussion weniger gut hörbar und bei weitem nicht so zahlreich. Beispielfhaft sei auf zwei Publikationen verwiesen, die ein weitgehend positives Bild zeichnen: Paul Göhre, *Das Warenhaus* (Frankfurt/Main: Rütten & Loening, 1907) und Leo Colze, *Berliner Warenhäuser* (Berlin: Fannei & Walz, 1989 [1908]).

5 Margarete Böhme, *W.A.G.M.U.S.* (Berlin: F. Fontane & Co., 1911), S. 89.

6 Böhme, *W.A.G.M.U.S.*, S. 80.

Die Warenhäuser verführten angeblich geradezu zum Stehlen, die Käuferinnen könnten gar nicht anders als zugreifen und mitnehmen. Auch die Verkäuferinnen sahen sich, so der Diskurs um die vermeintlichen Wirkungen des Kaufhauses, moralisch verwerflichen Verlockungen ausgesetzt. Das Warenhaus war in der Phantasie seiner Gegner eine Anstalt, in der Frauen zu Diebinnen und Prostituierten wurden. Emile Zola schrieb, jede Verkäuferin im „Paradies der Damen“ sei auf einen Geliebten angewiesen, um trotz des geringen Angestelltengehalts leben zu können; die Verkäuferinnen erkaufte sich finanzielle Sicherheit mit ihrer Sexualität: „Sie alle sind elende Geschöpfe, genauso käuflich wie ihre Waren.“<sup>7</sup>

Auf der anderen Seite jedoch hoben selbst Kulturkritiker den rational organisierten Ablauf des Warenverkaufs um 1900 anerkennend hervor. Der „Warenhauskönig“ Stauff aus Max Freunds gleichnamigem Roman aus dem Jahr 1912 illustriert diese Haltung: trotz seiner konservativen Einstellung macht er sich die moderne Technik ganz selbstverständlich zu eigen und leitet sein Warenhaus nach modernen Prinzipien und Ablaufplänen. Er besitzt eine Schalltrichteranlage im Büro seines Hauses, mit der er seinem Personal Anweisungen geben und Übertragungen aus dem Theater und der Oper hören kann. Er hört über seine Anlage natürlich vor allem Wagner: „Wagner befruchtet uns, erhebt uns, richtet auf, feuert uns an zu neuen Taten, zu neuen Kämpfen!“<sup>8</sup> So wird auch die neue Technik noch in den Dienst der ‚eigentlichen‘, hohen, Kultur gestellt. Die Schalltrichteranlage genügt dem Geschäft wie der Kultur, der Gegenwart wie der Vergangenheit. Stauff vermag sich also den Herausforderungen der Moderne zu stellen, ohne die Bindungen an die deutschnationale Tradition zu verlieren. Stauff ist technisch-betriebswirtschaftlich modern und politisch-gesellschaftlich reaktionär. Auch die verhasste Kundenwerbung weiß er pragmatisch zu organisieren: „Wir brauchen fast gar keine Reklame zu machen. Unsere Inserate sind einfach und klar, wir haben den schreienden Ton nicht nötig, den die Reklame der Konkurrenz kennzeichnet.“<sup>9</sup> Auch im Bereich der Werbetätigkeit versucht Stauff also, die betriebswirtschaftlichen Vorteile der Modernisierung zu nutzen, ohne den gesellschaftlichen Nachteilen zu erliegen. In der Darstellung Freunds vertritt er damit eine rückwärtsgewandte Form der Modernisierung, eine Haltung, die für die Gegner des Warenhauses nicht untypisch war: Häufig lehnten sie die kulturellen Veränderungen, die die Konsumgesellschaft mit sich zu brin-

7 Zola zitiert nach Franziska Schöblier, „Die Konsumentin im Kaufhaus. Weiblichkeit und Tausch in Emile Zolas Roman *Au bonheur des dames*“, in *Tauschprozesse. Kulturwissenschaftliche Verhandlungen des Ökonomischen*, hg. von Georg Mein und F. Schöblier (Bielefeld: transcript, 2005), S. 245–73, hier S. 258.

8 Max Freund, *Der Warenhauskönig* (Barmen: Eos, 1912), S. 155.

9 Freund, *Der Warenhauskönig*, S. 9.

gen schien, ab, begrüßten aber gleichzeitig den technischen und ökonomischen Fortschritt.<sup>10</sup> So kritisierte beispielsweise auch Werner Sombart die Werbetätigkeit als ein besonders abstoßendes Signum der modernen Zivilisation und machte vor allem die großen Kaufhäuser für die Überschwemmung der Innenstädte mit Reklame verantwortlich,<sup>11</sup> fand andererseits aber durchaus lobende Worte für die pure Effizienz dieser neuen Art zu wirtschaften. Und selbst in einer anonymen Broschüre der Warenhausgegner, die den von Zola geborgten Titel „Im Paradies der Damen“ trägt und die kein Klischee auslöst um die Warenhäuser in ein schlechtes Licht zu rücken, gibt es durchaus, wenn auch in kritisierender Absicht, bewundernde Worte für die inszenatorischen Qualitäten der neuen Warenpaläste:

Eines muß der Neid selbst den Warenhäusern lassen: Sie kennen die Menschen, im besonderem diejenigen weiblichen Geschlechtes genau. Sie wissen, daß der Blick des Weibes – von Ausnahmen abgesehen – nur wenig die Oberfläche einer Sache durchdringt. [...] Darum hypnotisiert er die Käuferin vor dem Eintritt durch einen Blick in's Schaufenster.<sup>12</sup>

Die ambivalente Haltung gegenüber bestimmten Aspekten der Modernisierung im deutschen Kaiserreich ist von dem amerikanischen Soziologen Thorstein Veblen (1857–1929) als aufmerksamem Beobachter und Kritiker Deutschlands mit einer umfassenden Theorie erklärt worden, auf die auch heute noch in soziologischen Erklärungsmodellen für die Modernisierung von Gesellschaften implizit verwiesen wird.<sup>13</sup> Besonders im Hinblick auf den Konflikt um die Warenhäuser soll diese Theorie der Ambivalenz hier exemplarisch betrachtet werden.<sup>14</sup>

Nach Veblen wurde das deutsche Kaiserreich von der technischen und ökonomischen Entwicklung ab 1870 geradezu überrollt. In *Imperial Germany and the Industrial Revolution* (1915) und in *An Inquiry into the Nature of Peace and the Terms of its Perpetuation* (1919) zeigt Veblen, dass die schnelle wirtschaftliche Entwicklung den Deutschen keine Zeit ließ, ihr politisches und kulturelles System an die Moderne anzupassen. Während in den USA und England der Modernisierungsprozess zwar auch zu erheblichen Friktionen führte, verlief er

10 Mit Katherine Roper wird Gebrauchsliteratur hier nicht im strengen Sinn als historische Quelle, wohl aber als Dokumentation der populären Diskurse der Zeit betrachtet. Vgl. Katherine Roper, *German Encounters with Modernity. Novels of Imperial Berlin* (London: Brill, 1991), S. 1.

11 Werner Sombart, „Die Reklame“, *Morgen*, 6. März 1908.

12 Anon., „Im Paradies der Damen“ (Hamburg, 1903). o.V.

13 Bemerkenswert dabei ist, dass Veblens Zeitdiagnose zum festen Bestandteil soziologischer Theoriebildung geworden ist, sein Name aber zumindest innerhalb der deutschen Tradition kaum noch eine Rolle spielt.

14 Vgl. hierzu ausführlicher: Thomas Lenz, *Konsum und Modernisierung. Die Debatte um das Warenhaus als Diskurs um die Moderne* (Bielefeld: transcript, 2011).

dort aber hinreichend langsam, um den Amerikanern und Engländern die Gelegenheit zu lassen, sich auf die neuen technischen und ökonomischen Herausforderungen auch kulturell und politisch einzustellen. In Deutschland dagegen veränderte sich im Zuge der wesentlich schnelleren und sprunghafteren Entwicklung vor allem das Gesicht der Städte so rasant, dass ihre Bewohner sich teilweise zu bloßen Statisten und Beobachtern einer urbanen Revolution degradiert sahen. Signum dieser Veränderung wurden die großen „Kathedralen der Moderne“: Bahnhof, Kino und Warenhaus. Als Symbole der Veränderung wurden sie schnell zum Anlass für teils erbitterte Auseinandersetzungen unter Publizisten, Politikern und Populisten.

In Veblens Theorie finden sich Ansätze, die die Härte dieser Auseinandersetzungen erklärbar machen. Er versucht nachzuweisen, dass manche Nationen (vor allem die USA und England) ihr „räuberisches“ Instinkterbe schneller abgelegt hätten als andere (Spanien, Österreich und vor allem Deutschland). An der Kriegsbereitschaft des deutschen Volkes (am Vorabend des Ersten Weltkrieges) und seiner Militarisierung zeige sich, dass in Deutschland noch „barbarische Relikte“ virulent seien. Er konzediert, dass zwar die ökonomische und technologische Entwicklung eines Landes auch die Denkmuster der Bevölkerung verändere, gibt aber zu bedenken, dass es keinen notwendigen Zusammenhang zwischen der technologisch-ökonomischen Dynamik und der Struktur der Institutionen gebe. Vielmehr hinkten die Sitten, Gebräuche und Werte eines Landes oft den Techniken hinterher, da sich technische Innovationen leicht übernehmen ließen, Veränderungen der Geisteshaltung aber nur schwer anzustoßen seien.<sup>15</sup>

Veblen unterscheidet demokratische und dynastische Staaten – ein Rückgriff auf Herbert Spencers Unterscheidung von „military“ und „industrial societies“ – und zur Kennzeichnung der demokratischen Gesellschaften benutzt er explizit den Begriff „modern“ beziehungsweise den des „modern regime“.<sup>16</sup> Er beschreibt damit ein Regime, das den ökonomisch-technischen Rahmenbedingungen auch politisch Reverenz erweist: „The modern state is variously described by Veblen as democratic, peaceable, cosmopolitan, individualist, and characterized by representative government and a propensity to insubordination“, kommentieren Jeff Biddle und Samuel Warren.<sup>17</sup> Veblen behauptet, dass in demokratischen, modernen Staaten sich ökonomisch-technologische und politisch-kulturelle Gebiete ungefähr gleich schnell (beziehungsweise eher gleich langsam) entwickelt

15 Vgl. hierzu Thorstein Veblen, *Imperial Germany and the Industrial Revolution* (Kitchener: Batoche Books, 2003), S. 19.

16 Veblen, *Imperial Germany and the Industrial Revolution*, S. 42.

17 Jeff Biddle and Samuel Warren, „Thorstein Veblen on War and Peace“, in *Economic Thought and Discourse in the 20th Century*, hg. von Samuel Warren, J. Biddle and Thomas Patchak-Schuster (Aldershot: Edward Elgar, 1993) S. 87–158, hier S. 104.

hätten, während dynastische Staaten sich dadurch auszeichneten, dass sie sich ökonomisch und technologisch sehr schnell entwickelt hätten, ihre politischen und kulturellen Institutionen aber noch mittelalterlichen Ballast mitschleppten.<sup>18</sup> Nach Veblen entwickelten sich die Pfade der USA und Englands einerseits und Spaniens, Österreichs und Deutschlands andererseits seit 1870 auseinander:

What chiefly distinguishes the German people from these others in this connection, and more particularly from the British, is that the Germans are new to this industrial system; and the distinctive traits of the German case are in the main traceable to this fact that they are still in their novitate.<sup>19</sup>

In England, das sich relativ langsam und vergleichsweise früh zu einer ökonomischen und technologischen Großmacht entwickelt hatte, konnten sich nach Veblen das politische System und die kulturelle Identität des „modern regime“ evolutionär aus den sich entfaltenden Rahmenbedingungen entwickeln. In Deutschland dagegen wandelten sich die ökonomisch-technologischen Bedingungen so schnell, dass die politischen Eliten nicht durch Evolution, sondern nur durch Revolution hätten verändert werden können. Diese blieb aber aus, und so konnte ein „archaisch dynastisches“ politisches System wie das deutsche über moderne Technologien verfügen und diese sogar zur eigenen Herrschaftssicherung einsetzen.<sup>20</sup> Interessant und neuartig an dieser Argumentation ist, dass Veblen nicht – wie zu seiner Zeit durchaus üblich – die Unterschiede im politisch-kulturellen Entwicklungsstand zwischen (vor allem) England und Deutschland auf kulturelle, anthropologische oder ideologische Unterschiede zurückführt, sondern explizit ein „Hinterherhinken“ der politischen Veränderung hinter den ökonomisch-technischen Rahmenbedingungen als wichtigsten Faktor identifiziert.<sup>21</sup>

18 Vgl. hierzu Wolfgang Knöbl, *Spielräume der Modernisierung. Das Ende der Eindeutigkeit* (Weilerswist: Velbrück Wissenschaft, 2001), S. 54.

19 Veblen, *Imperial Germany and the Industrial Revolution*, S. 29.

20 Vgl. Veblen, *Imperial Germany and the Industrial Revolution*, S. 36–37.

21 Veblen entwarf also zwischen 1915 und 1917 eine Theorie der Modernisierung, wie sie erst viel später – in den 1950er Jahren – wieder entwickelt werden sollte. Vgl. Gunnar Schmidt, *Die konstruierte Moderne. Thorstein Veblen und der Erste Weltkrieg, Leviathan*, 28.1 (2000), S. 39–68, hier S. 39. Bemerkenswert ist allerdings, dass Veblens Thesen nicht weiter aufgegriffen wurden. Parsons, der Veblens Arbeiten kannte, ging auf die modernisierungstheoretischen Vorschläge nicht ein, formulierte aber mit seiner funktionalistischen Makrotheorie ein zumindest in Teilen ähnliches Programm. Die Idee des „Hinterherhinkens“ einzelner Gesellschaftsbereiche wurde später zwar von William F. Ogburn innerhalb der Soziologie popularisiert und in eine umfassendere Theorie sozialen Wandels integriert, Ogburn bezieht sich dabei jedoch nicht auf Veblens Arbeiten. Vgl. William F. Ogburn, *On Culture and Social Change* (Chicago: Phoenix Books, 1964).

Beziehen wir nun diese Erkenntnisse auf die Warenhauskultur: In England, wo die wirtschaftlichen Umwälzungen der „Industrial Revolution“ bereits im achtzehnten Jahrhundert eingesetzt hatten, entstanden die ersten Warenhäuser um 1860. Sie entwickelten sich über einen Zeitraum von gut fünfzig Jahren zu voller Blüte.<sup>22</sup> In Deutschland ging die technologische Innovation Warenhaus verspätet ins merkantile Rennen (um 1890), entwickelte sich dann aber entsprechend rasant. In England wuchs das Warenhaus also vergleichsweise langsam in eine Gesellschaft hinein, die sich zusehends individualisierte und demokratisierte. Die englische Gesellschaft lernte es, einer neuen Form der Massendistribution von Waren positiv gegenüber zu stehen, die insofern „demokratisierend“ wirkte, als vor der Kasse des Warenhauses alle Bürger gleich gestellt waren. In Deutschland dagegen wurde eben dieses Potential des Warenhauses, die Klassenunterschiede des Kaiserreichs zu verwischen, als Bedrohung der gesellschaftlichen Ordnung und des Staates gesehen.<sup>23</sup> Träger dieser Haltung waren Mitglieder der sozialen und kulturellen Elite, aber auch der vor allem aus Vertretern des Kleinhandels bestehenden „neue Mittelstands“, der sich von der direkten Konkurrenz der Warenhäuser in seiner Existenz bedroht sah und bei dem antimoderne Positionen so auf besonders fruchtbaren Boden fielen.<sup>24</sup>

Veblens Argumentationsmuster – im Deutschland der Jahrhundertwende hätten zwar auf einer technisch-organisatorischen, aber nicht auf einer politisch-kulturellen Ebene Prozesse der Modernisierung stattgefunden – wurde in den fünfziger Jahren von Jeffrey Herf weiterentwickelt und mit dem Begriff „reactionary modernism“ belegt.<sup>25</sup> Herf benutzt den Begriff, um die spezifische Modernität des Nationalsozialismus zu erklären, deren Wurzeln er bis in die Weimarer Republik und teilweise bis ins Kaiserreich verfolgt. Der Gegensatz von „westlicher Zivilisation“ und „deutscher Kultur“ wird von „reactionary modernists“, so Herf, aufgelöst, indem sie versuchen, die technischen Aspekte der Zivilisation für die deutsche Kulturmation fruchtbar zu machen. Das Konzept des „reactionary modernism“ ist dabei eher als idealtypisches Konstrukt zu verstehen denn als exakter historischer Begriff:

Reactionary modernism is an ideal typical construct. The thinkers I am calling reactionary modernists never described themselves in precisely these terms. But this tradition consisted of a coherent and meaningful set of metaphors, familiar words, and emotionally laden

22 Vgl. Jan Whitaker, *The World of Department Stores* (London: Vendome, 2011).

23 Vgl. zum Beispiel Johannes Henningsen, *Beiträge zur Warenhausfrage!* (Hamburg, 1906), S. 75.

24 Vgl. Uwe Spiekermann, *Basis der Konsumgesellschaft. Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland. 1815–1940* (München: C.H. Beck, 1999).

25 Jeffrey Herf, *Reactionary Modernism. Technology, Culture, and Politics in Weimar and the Third Reich* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984).

expressions that had the effect of converting technology from a component of alien, Western *Zivilisation* into an organic part of German *Kultur*. They combined political reaction with technological advance. [...] It incorporated modern technology into the cultural system of modern German nationalism, without diminishing the latter's romantic and antirational aspects.<sup>26</sup>

Nach Helmuth Plessner ist für den deutschen Sonderweg typisch, dass man moderne Erscheinungen wie die Großstadt oder den Parlamentarismus als oberflächliche und tote Zivilisationsphänomene kritisierte, sich aber gleichzeitig moderner technischer Mittel bediente, um politische und ökonomische Ziele erreichen zu können.<sup>27</sup> So ist es erklärbar, dass ein und derselbe Autor – hier sei als Beispiel auf Freund verwiesen – einerseits die kulturell-politischen Implikationen des Warenhaussystems kritisierte, sich aber andererseits für die rationale Organisation des Warenhauses und für die beeindruckende Architektur durchaus begeistern konnte:

Was für Hallen! Welche Pracht! Gewaltige Marmor Pfeiler schnellen empor. Die Kuppeln blitzen und funkeln in wunderbarer Beleuchtung. Das Licht ergießt sich breit und gewaltig über die Räume. Man kann es kaum fassen, daß diese wunderbaren Lichthallen zu prosaischen Verkaufszwecken ausersehen sind. Ein gewaltiger Strom Menschen durchflutet dieses Haus. Ein unablässiges Tosen, das sich zeitweise zu einem donnernden Brausen erhebt, durchstürmt die kaum zu überschenden Räume.<sup>28</sup>

Veblens theoretischer Ansatz und Herfs darauf aufbauender Begriff des „reactionary modernism“ sind sicherlich von einer eher starren Polarisierung zwischen „Reaktion“ und „Moderne“ geprägt, die der unübersichtlichen, historischen Realität des Kaiserreichs nur teilweise gerecht werden kann. Dennoch macht die hier getroffene idealtypische Gegenüberstellung den Blick frei für einige grundlegende Brüche, die bei einer stärker detailorientierten Betrachtungsweise allzu leicht verschwimmen.

Das Konzept der kulturellen Phasenverschiebung, wie es Herf mit dem Begriff „reactionary modernism“ umschreibt und das letztlich auf Veblen zurückzuführen ist, kann erklären, warum Konservative und Kulturkritiker bestimmte ökonomische Aspekte der „Warenhausmoderne“ annahmen, ihre politischen und kulturellen Folgen aber erbittert bekämpften. Warum allerdings die gesellschaftliche Elite ausgerechnet auf dem Gebiet des Konsums den Kampf gegen die Moderne zu führen gedachte und das Warenhaus als ihr Symbol bekämpfte, ist damit noch nicht vollständig erschlossen.

26 Herf, *Reactionary Modernism*, S. 1–2.

27 Vgl. Helmuth Plessner, *Die verspätete Nation. Über die politische Verführbarkeit bürgerlichen Geistes* (Frankfurt/Main: Suhrkamp, 1974).

28 Freund, *Der Warenhauskönig*, S. 36.

Veblen gibt hierzu einen weiteren Anhaltspunkt, der die Zentralität der Warenhausdebatte erklären hilft: In seiner „Theorie der feinen Leute“ beschreibt er das historisch neue Auftreten einer „müßigen Klasse“, die, von körperlicher Arbeit befreit und diese verachtend, ihre Zeit mit dem Führen von Kriegen, der Jagd und dem Ausüben von Sport verbringt.<sup>29</sup> Der Besitz dient dieser Klasse nicht mehr allein der Befriedigung eines als dringlich verstandenen Bedarfs, sondern wird zum Mittel für Imponiergehabe. Der Wunsch nach Auszeichnung verlagert sich – auch jenseits der von Veblen karikierten „müßigen Klasse“ – weitgehend auf den Bereich des „demonstrativen Konsums“. Konsumiert wird also vor allem, um den eigenen Status nach außen zu zeigen, Güter sind nur als Distinktionsmittel von wirklichem Interesse und auch der „stellvertretende Konsum“ entwickelt sich: Frauen und Diener demonstrieren durch ihren Konsum den Status ihres Mannes beziehungsweise ihres Herrn. Der Konsum wird zum Statusmarker, der Verbrauch von Waren zum Stratifikationsinstrument für die herrschende „müßige Klasse“.

Mit der Industrialisierung wurde, so Veblen, die Anhäufung von Reichtümern nun zu einem gesamtgesellschaftlichen Ziel. Angehörige aller Schichten beteiligten sich am konsumatorischen Wettbewerb, eine beständige Spirale des Konsums wurde in Gang gesetzt. Die „müßige Klasse“ des Industriezeitalters wurde, so Veblen, zu einer Klasse von Konservativen, die durch den gesellschaftsweit ausgetragenen Konsumwettbewerb ihre angestammte Stellung bedroht sahen und die sich gleichzeitig relativ erfolgreich dem äußeren Wandlungsdruck widersetzen konnten. Ihre finanzielle Unabhängigkeit ermöglichte es ihnen, sich dem Zwang zur Anpassung an die Moderne länger zu entziehen. Innerhalb der „müßigen Klasse“ war deshalb auch der Widerstand gegen den Wandel am größten:

Die Orientierung, welche die müßige Klasse dem menschlichen Charakter zu geben versucht, ist eine Orientierung nach rückwärts, das heißt eine Ausrichtung nach der geistigen Einstellung einer vergangenen Zeit. Sie übt damit einen hemmenden Einfluß auf die geistige Entwicklung der Gesellschaft aus. Besonders in den späteren Stadien der kulturellen Entwicklung zeigt sie im ganzen eine konservative Tendenz.<sup>30</sup>

Veblen stellt einen Einfluss der „müßigen Klasse“ auf drei gesellschaftliche Dimensionen fest: auf die Sozialstruktur, auf die Institutionen und auf den individuellen Charakter. Er legt dar, dass eine hedonistisch orientierte Schicht im Begriff war, Gesellschaft vollständig neu zu definieren und dazu nicht den Weg über die Produktion, sondern über den Konsum von Waren wählte.

29 Thorstein Veblen, *Die Theorie der feinen Leute* (München: Deutscher Taschenbuchverlag, 1981 [1899]).

30 Veblen, *Die Theorie der feinen Leute*, S. 159–60.

Der Bereich des privaten Verbrauchs entwickelt sich so zum Feld, auf dem die Antinomien der Modernisierung deutlich sichtbar werden. Das Warenhaus ist damit nicht nur als Symbol dieses Feldes zu verstehen sondern auch als Vehikel eines demokratischen Konsums, das breiten Gesellschaftsschichten die Teilhabe an der Welt der Waren eröffnete und damit die Stellung der „müßigen Klasse“, der Elite, bedrohte. Der Bereich des Konsums wurde so zu einer Arena, innerhalb derer die Elite um ihre Stellung in der Moderne kämpfte. Somit ist es eben kein Zufall, dass es ausgerechnet das Warenhaus ist, an dem sich die Debatte um die Moderne entzündete.

## The Ambivalence of the Department Store Kleptomaniac: On the Juridico-Medical Treatment of Cases of Middle-Class Female Theft around 1900

Rachel MagShamhráin

### Abstract

Dieser Aufsatz beschäftigt sich mit der Diagnose der Kleptomanie, die um 1900 die populäre Phantasie beflügelte, und die hier als Instrument der Sozialkontrolle interpretiert wird. Der Artikel argumentiert, dass die Pathologisierung der Frau in gerichtspsychiatrischen Abhandlungen des frühen zwanzigsten Jahrhunderts – wie zum Beispiel Leopold Laquers *Der Warenhaus-Diebstahl* (1907) – auch einen Versuch darstellte, den ‚Zumutungen‘ der Moderne – insbesondere der Frauenemanzipation – Einhalt zu gebieten. Die Diagnose einer Diebstahl-Epidemie unter Frauen der Mittelschicht fungierte aber nicht nur als Reaktion gegen die vermeintlichen Gefahren der Moderne; sie sollte auch den Stellenwert der Gerichtspsychiatrie ins rechte Licht rücken, eines damals noch relativ jungen Zweiges der Gerichtsmedizin, der sich durch eine standardisierte, überzeugende und verbindlich erscheinende Diagnostik zu etablieren suchte.

### Introduction

This article examines the genesis and heyday of the medico-legal category of department store kleptomania (*Warenhausdiebstahl*), a concept that enjoyed scientific as well as popular vogue around 1900.<sup>1</sup> Its hold on the popular imagination is reflected *inter alia* in the large number of detective stories about thieving mania that appeared at the time, the public appetite for which has been attributed to the fact that ‘[u]nlike other mental illnesses, kleptomania possessed an attractive combination of sensation, high society, mental illness and chicanery’.<sup>2</sup> Although the degree of influence that popular culture has upon medicine is frequently ignored or underestimated, it has been pointed out that the scientific currency of the kleptomania concept at that time was not unrelated to this popu-

1 While much has been written on the kleptomania diagnosis in its socio-cultural and political contexts (see particularly the well-known and ground-breaking research of Abelson, Fullerton, O'Brien, Segrave and Whitlock, the main arguments of whose work provide the material for the background presented here), this article's argument focuses on the disruptive, border-crossing and liberating ambivalence of the kleptomaniac figure.

2 Leroy Panek, *The Origins of the American Detective Story* (Jefferson, NC: McFarland and Co., 2006), p. 108.