

Thomas Lenz

Billige Ware, billige Liebe?

Kundinnen, Verkäuferinnen und Prostituierte
im Kaiserreich und der Weimarer Republik

O Du schreckliches Mädchen von Berlin! Ich gehe
weg von Dir, ich schäme mich Deiner. Ich sage: ich liebe
Dich. Und du antwortest: ich koste ein Kostüm.
Kurt Münzer: *Fuchs im Frühling*

Lotte X. heißt das „schreckliche Mädchen von Berlin“, das für ein Kostüm zu haben ist. Sie ist die Heldin der Kurzgeschichte *Fuchs im Frühling*¹ von Kurt Münzer, die 1926 in der Modezeitschrift *Elegante Welt* erscheint. Und ihr Nachname wird von Münzer „mit einem Rest Schamgefühl und Diskretion“ nicht verraten, denn „das hier Erzählte hat sich wahrhaftig soeben unter uns begeben“ (Fuchs S. 44). Lotte X. erscheint der „schönen Leserin“ (Fuchs S. 44) des Modejournals jedenfalls als prototypische moderne Berlinerinnen aus der unteren, moralisch gefährdeten Angestelltenschicht. In der Mittagspause zieht es sie immer wieder zu den Schaufenstern des „Kaufhaus des Westens“ und insbesondere vor die verführerisch inszenierte Auslage eines „lindenblütenfarbenen Taffet mit lavendelblau gefärbtem Weißfuchs“ (Fuchs S. 44). Dort wird sie von einem Amerikaner angesprochen, der ihr Kleid und Pelz schenken möchte: „Heute nachmittag um fünf, wenn sie nur versprach, bei ihm Tee zu nehmen, in einem alten Fähnchen zu kommen und in seinem Schlafzimmer es dann mit dem Fuchscomplet zu vertauschen...“ (Fuchs S. 44). Münzer deutet mit drei Pünktchen an, worum es geht: Der Amerikaner möchte Ware gegen Sex tauschen und es kommt dann auch tatsächlich zum vorgeschlagenen Geschäft. Der Amerikaner ist jedoch trotz – oder eher wegen – seines schnellen Erfolges unzufrieden: „Ich habe Dich gekauft, aber ich habe dich so billig gekauft, daß ich Dich nicht mag. Ich gehe weiter suchen, die unbezahlbar ist“ (Fuchs S. 45). Bevor er allerdings seine Suche nach der unbezahlbaren Frau weiterführt, veröffentlicht er sein Erlebnis mit Lotte noch im Berliner „Mitternacht-Blatt“ und beschreibt dort das Kleid und den Fuchs, den er Lotte für eine Nacht geschenkt hat, so genau, dass Lotte beides nie mehr tragen können, wenn sie nicht als käuflich erkennbar sein möchte. Lotte spottet über diesen Versuch der Stigmatisierung und färbt – ganz patente Berlinerinnen – die Kombination einfach um. Im frisch gefärbten Liebespfand steht sie schon am nächsten Tag wieder vor dem Schaufenster des Warenhauses. Und lernt dort ihren zukünftigen Ehemann kennen: einen Lebensmittelhändler mit dem nicht sehr amerikanischen Namen Emil Pachulke.

Das Warenhaus im Trivialroman zwischen 1890 und 1930

Verführt wird Lotte auf zweierlei Weise: Zum einen vom Amerikaner, der exotisch, reich und modern daher kommt und mit seinem „fremden Akzent“ erotischer wirkt als der gewöhnliche deutsche Lebensmittelhändler. Zum anderen vom großen Warenhaus, in dessen Schaufenster ein Kostüm so großartig präsentiert wird, daß Frauen davor ohnmächtig werden und Männer vor Wut über ihre mangelnde Zahlungsfähigkeit die Fäuste ballen. Münzers Kurzgeschichte liest sich wie eine Verdichtung der vielen Warenhausromane, die in großer Zahl im Kaiserreich und auch noch während der Weimarer Republik erschienen. Diese Romane spielen typischerweise in einem Warenhausmilieu, das als krank machend entlarvt werden soll; ihre Protagonisten sind die Rayonchefs, die Verkäuferinnen und die „Warenhauskönige“ der Jahrhundertwende und sie sind häufig von antimodernen und antisemitischen Stereotypen durchsetzt.² Der Warenhausroman bildet ein Genre, das seit den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts fast vollständig aus den Beständen der Trivialliteratur verschwunden ist und das sich aufgrund seiner Zeitverhaftetheit gut zur Analyse gesellschaftlicher Diskurse zwischen 1890 und 1930 eignet.

Eine Funktion von Literatur ganz allgemein ist die Reflexion der sozialen und kulturellen Brüche einer Gesellschaft. Sie gibt unter anderem Auskunft über die Befindlichkeiten des Zeitgeistes. Die „Zeitromane“, Trivial- und Gebrauchsliteratur also, schreiben diesen Zeitgeist in besonderer Weise fest. Sie sind nahe an den gerade aktuellen Themen, sind auf eine schnelle Verbreitung, auf einen schnellen Konsum hin verfasst und wollen vor allem unterhalten. Um einfach konsumierbar zu bleiben, knüpft Gebrauchsliteratur in besonderem Maße an die Erfahrungswelt seiner Rezipienten an und kann damit als kondensierter Ausdruck eines populären Diskurses verstanden werden. Auch für die Warenhausromane der Kaiserzeit und der Weimarer Republik gilt, was Andrea Haller zum verwandten Genre des Filmromans³ schreibt: „Film novels were from the beginning more than just novels about the film business or about a film star and they were more than novels taking place in the film milieu: above all they pictured the modern world and modern lifestyle. They told stories close to the *zeitgeist* and they dealt with current issues such as modern society, modernisation, urbanisation and the evolving consumer and media society. They reflected cultural and social changes as well as socio-economic crises.“⁴

Die von der literaturwissenschaftlichen Forschung vernachlässigte Gattung des Trivialromans kann demnach als Quelle genutzt werden, um den herrschenden populären Diskurs in einem bestimmten Feld sichtbar zu machen. Katherine Roper versteht die Gebrauchsliteratur des Kaiserreichs deshalb auch als historisches Material, das den Kampf des Kaiserreichs mit den Herausforderungen der Moderne illustriert.⁵

Roper warnt allerdings auch davor, Romane als exakte Spiegel einer historischen Gesellschaft zu sehen, verweist aber auf die diskursive Qualität einer Analyse von Gebrauchsliteratur: „While historians would be foolhardy to treat any novel as an exact mirror of the society it attempts to portray, they should not ignore the novel’s role as a

repository of social discourse.“⁶ Romane können demnach als „social documents“ angesehen werden, da hinter der Fiktion ein Geflecht von Bedeutungen verborgen ist, das – gewollt und ungewollt – Einblicke in das Bewusstsein einer bestimmten Zeit, eines bestimmten Ortes und einer bestimmten Schicht ermöglicht. Die Ökonomisierung der Lebenswelt um 1900 wird in den Warenhausromanen beschrieben und beobachtbar.

Und die Übertreibungen, Verzerrungen und Klischees der Warenhausromane sprechen keineswegs gegen ihren soziologischen Gehalt, im Gegenteil. Siegfried Kracauer zeigt in seinem Aufsatz „Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino“ inwiefern der Film die „Tagträume“ einer Gesellschaft abbildet; Gleiches ließe sich über die Trivialromane sagen: „Dennoch soll nicht bestritten werden, dass es in den meisten Gegenwartsfilmern unwahrscheinlich hergeht. Sie färben die schwärzesten Einrichtungen rosa und überschmieren die Röte. Darum hören sie nicht auf, die Gesellschaft zu spiegeln. Vielmehr: je unrichtiger sie die Oberfläche darstellen, desto richtiger werden sie, desto deutlicher scheint in ihnen der geheime Mechanismus der Gesellschaft wider. Es mag in Wirklichkeit nicht leicht geschehen, dass ein Scheuermädchen einen Rolls-Royce-Besitzer heiratet; indessen, ist es nicht der Traum der Rolls-Royce-Besitzer, dass die Scheuermädchen davon träumen, zu ihnen emporzusteigen? Die blödsinnigen und irrealen Filmphantasien sind die Tagträume der Gesellschaft, in denen ihre eigentliche Realität zum Vorschein kommt, ihre sonst unterdrückten Wünsche sich gestalten.“⁷

Die Entstehung der Konsumgesellschaft um 1900 ist eng mit einer moralischen Diskussion um die Warenhauskultur verknüpft. Wie in einem Brennglas wird hier die Auseinandersetzung um „Moderne an sich“ beobachtbar. Noch 1913 betrug der Anteil der Warenhäuser am Einzelhandel im Deutschen Kaiserreich zwar nur 2,5 Prozent,⁸ die Warenhäuser waren dennoch als deutlich und weithin sichtbares Zeichen des sozio-ökonomischen Wandels heftiger Kritik ausgesetzt. Die Debatten um das Warenhaus können deshalb als Selbstverständigungsdiskurs der deutschen Öffentlichkeit verstanden werden, als eine Bühne, auf der der Kampf um die Modernisierung ausgetragen wurde. Die Träger des Warenhausdiskurses gehörten dabei – ebenso wie die Mehrheit des „Diskurspublikums“ – der gesellschaftlichen Elite an. Ein Großteil der Diskussionen um die Auswirkungen der Warenhausverbreitung, die „Auswüchse“ der Warenwerbung und die moralische Angemessenheit des Konsums fand entsprechend in den Feuilletons großer Tageszeitungen, im Wissenschaftssystem, in den literarischen Produkten und im politischen Bereich statt.

Zwei Gruppen von Intellektuellen – Soziologen auf der einen und Literaten, das heißt Autoren und Kritiker, auf der anderen Seite – stritten seit der Mitte des 19. Jahrhunderts „um den Anspruch, die Schlüsselorientierung der modernen Zivilisation zu liefern, die angemessene Lebenslehre der Industriegesellschaft zu sein.“⁹ Die Trennung zwischen Wissenschaft und Literatur, zwischen Forschung und Feuilleton, war zwar vollzogen, die Trennungslinie allerdings noch nicht sehr konturiert. Wolf Lepenies zeigt am Beispiel des Wissenschaftlers Buffon, und hier insbesondere an der Rezeption seiner „Histoire Naturelle“, wie Wissenschaften allmählich literaturfern werden und Traditionsbestände, die eher literarisch sind, aus dem Kanon des akzeptablen Wissens

aussortieren.¹⁰ Während Buffon um 1750 noch wegen seines Stils als vorbildlicher Naturwissenschaftler gefeiert wird, verwirft der sich ausdifferenzierende Wissenschaftsbetrieb keine 50 Jahre später seine „Histoire Naturelle“ als „schöne Literatur“, als Lektüre für die Frauen und für die Laien; die Fachmänner lesen Buffon nicht mehr. Die Trennung zwischen Literatur und Wissenschaft wird ab 1800 also langsam diskursiv hergestellt, ist allerdings keinesfalls eine absolute und endgültige: Knapp hundert Jahre nach dem Erscheinen von Buffons „Histoire Naturelle“ beruft sich Balzac auf den zum Literaten gemachten Naturwissenschaftler Buffon und will für die Gesellschaft das tun, was Buffon für die Zoologie getan habe. Er will „die sozialen Gattungen analysieren, aus denen die französische Gesellschaft besteht, und er will jene wahrhafte Geschichte der Sitten schreiben, welche Historiker, fixiert auf Glanz und Elend ihrer Haupt- und Staatsaktionen, meist zu schreiben vergessen.“¹¹ Balzac geht es also um eine literarische Form der Kulturgeschichtsschreibung und sein Schüler Émile Zola ist es, der das Programm der literarischen Sittengeschichte mit seiner Romanreihe „Les Rougon-Macquart. Histoire naturelle et sociale d'une famille sous le Second Empire“ zur Blüte führt. Innerhalb dieses Zyklus erscheint dann auch einer von Zolas berühmtesten Romanen: „Das Paradies der Damen“ (1883). Mit diesem „realistischen“ Roman begründet Zola das Genre des Warenhausromans und hebt die Diskussion um das Warenhaus auf die Ebene der Literatur.

Zola beschreibt hier das Wachsen und die Strukturen des Kaufhauses „Paradies der Damen“ und erzählt gleichzeitig die Geschichte des Niedergangs des Einzelhandels in Paris um 1880. Zolas Hauptfigur, die Verkäuferin Denise, erlebt als zunächst naives Mädchen vom Land die Großstadt Paris und den „Moloch“ Warenhaus. Aus ihrer Perspektive werden auch die Geschäftspraktiken des Kaufhausinhabers Octave Mouret geschildert. Zola beschreibt „en detail all diejenigen Einrichtungen des neuen Tauschsystems, die auch in wissenschaftlichen Untersuchungen profiliert werden. Insofern sprengt Zolas naturalistischer ‚Empirismus‘ die Grenze von Fiktion und Außer-Literarischem, die ehemals eine durchlässige ist.“¹² Zolas Roman kann damit als ein Schlüsseltext an der Schnittstelle zwischen Literatur und Wissenschaft verstanden werden, der als einer der ersten die typischen Topoi der Diskussion um die entstehende Konsumgesellschaft verhandelt.

Verschiedene Akteure versuchten Einfluss auf den öffentlichen Diskurs zum Warenhaus zu nehmen, um so ihre jeweilige Verhandlungspositionen zu stärken. Auf Seiten der Warenhausbefürworter standen dann auch häufig Autoren, die direkt mit den Warenhausbesitzern verhandelt waren. Der Volkswirt Julius Hirsch beispielsweise war intensiv publizistisch tätig und ergriff Partei für die neue Betriebsform. Er war gleichzeitig als stellvertretender Vorsitzender des „Vereins deutscher Waaren- und Kaufhäuser“ direkt an die Interessen der Warenhausunternehmer gebunden.¹³ Von den Warenhausbefürwortern wurde vor allem das Bild vom Warenhaus als hochmodernes Unternehmen vermittelt, in dem alle Abläufe rational durchorganisiert waren. Zahlreicher und in den Romanen deutlich hörbarer sind allerdings die Gegenstimmen zum Warenhaus, sie bringen die Befürchtungen, die Skepsis und die Vorbehalte gegen die moder-

ne Konsumgesellschaft zum Ausdruck und formulieren die Topoi, die zur Abwehr der Moderne aktiviert werden konnten.

Prostitution und Warenhaus im Kaiserreich

Das Glücksversprechen des Warenhauses lautete, alles jederzeit zum Kauf anbieten zu können. Und so machte diese Ausweitung der Kaufzone in den populären Phantasien der Kaiserzeit auch vor den Verkäuferinnen nicht halt. Zola zeigt, dass jede Verkäuferin im „Paradies der Damen“ auf einen Geliebten angewiesen war, um trotz des geringen Angestelltegehalts leben zu können; die Verkäuferinnen tauschen ihre Sexualität gegen finanzielle Sicherheit: „Sie alle sind elende Geschöpfe, genauso käuflich wie ihre Waren.“¹⁴ Bei Paul Göhre findet sich die Schilderung der unglaublichen Verkaufsfertigkeiten des Warenkönigs Whiteley, der in der Lage gewesen sein soll, seinen Kunden Elefanten, gebrauchte Särge und auch Frauen zu besorgen: „Selbst eine – Frau hat er eines schönen Tages einem Besucher verschafft, als dieser zu ihm sagte: ‚Sie können mir alles besorgen, nur keine Frau‘. ‚Kommen Sie mit‘, war Whiteleys Antwort, ‚ich habe auch Bräute auf Lager‘. Er führte darauf den Herrn in eine Verkaufsabteilung, rief dort eine Verkäuferin heran und stellte ihr den Herrn vor mit dem Bemerkung, er suche eine Ehefrau. Aus dieser eigenartigen Vorstellung entspann sich eine Bekanntschaft zwischen den beiden, die schließlich zu einer glücklichen Ehe führte.“¹⁵

Während Göhre hier eine harmlose, eher humoristische Episode schildert, gingen die Warenhausgegner die Frage nach der „Sittlichkeit“ im Warenhaus polemisch an. So behauptet der deutschnationale Mittelstandspolitiker Henningsen in seiner Schrift „Beiträge zur Warenhausfrage!“, der geringe Lohn, der von den Warenhausbesitzern gezahlt werde, zwingt die Warenhausverkäuferinnen in die Prostitution: „Die geringe Entlohnung in den Warenhäusern führt bei den weiblichen Angestellten zur Unsittlichkeit. Wenn wir heute in den Großstädten die Scharen von gefallen Mädchen sehen, die sich der Schande in die Arme geworfen haben, dann sollen wir nicht allzu hart und lieblos darüber urteilen. Hunger tut weh. Wenn dann so ein armes, junges, unerfahrenes Mädchen, das mit 15-20 Mk. monatlich auskommen soll, sieht, wie ihre Kolleginnen, die all diese Erfahrungen schon hinter sich haben, im Geschäft sich satt essen und sich gut kleiden können, da darf es uns nicht Wunder nehmen, wenn viele Mädchen, die vielfach als Töchter von Beamten, Handwerkern und Kaufleuten oder Arbeitern, eine gute Erziehung genossen haben, Wege einschlagen, von denen es zur anständigen Gesellschaft kein zurück mehr gibt. Vielfach wurden diese armen Geschöpfe, wenn sie sich nicht gutwillig fügen, unter Androhung der Entlassung von ihren eigenen Arbeitgebern verführt.“¹⁶

Henningsen geht so weit, konkrete Anwürfe an Leonhard Tietz zu formulieren, in dessen Geschäft Verkäuferinnen angeblich auf die Möglichkeit eines „unsittlichen Nebenerwerbs“ hingewiesen würden: „Manchmal werden die Verkäuferinnen auf einen unsittlichen Nebenerwerb hingewiesen. So wurde durch den Schuhmachermeister

Kunze aus Elberfeld bekannt gegeben, daß ein Mädchen zu einer dortigen Warenhausfirma gegangen sei, um wegen Arbeit nachzufragen. Von dem Vertreter der Firma sei dem Mädchen ein Lohn von 30 Mk. monatlich (ohne Verpflegung oder sonstige Unterstützung) geboten worden. Als das betreffende Mädchen nun zu dem Herrn Geschäftsführer gesagt habe, der Lohn sei doch viel zu gering, da könne sie ja nicht von leben und ihren Unterhalt bestreiten, da habe ihr der betr. Herr geantwortet: ‚Sie können sich ja abends nach neun Uhr noch etwas verdienen‘. (Herr Rosenthal, der Kompagnon Singer’s, war allerdings noch deutlicher; er sagte zu seinem Meister: ‚Lassen Sie die Mädchen doch auf den Strich gehen.‘) (...) und Herr Kunze (wurde) aufgefordert, den Namen der betr. Firma zu nennen, worauf Herr Kunze rief: ‚es ist die Firma Leonhard Tietz‘.¹⁷

Der berüchtigte antisemitische Autor Theodor Fritsch kolportiert diese Vorwürfe und denunziert dabei den jüdischen Sozialdemokraten Paul Singer: ‚Jedenfalls sind die Versuchungen, sich Nebeneinnahmen irgendwelcher Art zu schaffen, bei solchen Gehaltssätzen sehr groß. Man denkt dabei unwillkürlich an die Mantelfirma Singer & Rosenthal, deren Mitinhaber der ‚große‘ sozialdemokratische Führer Paul Singer war und die den Näherinnen, die mit ihren Löhnen nicht auskommen konnten, den Rat gab, auf die Friedrichstraße zu gehen und sich das Fehlende hinzuzuverdienen. So ist es kein Zweifel, daß Warenhaus und Konfektion gewaltige Rekrutierungsgebiete für die Prostitution wurden.‘¹⁸

In einer Studie zur *Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser* (1906), die von Oskar Tietz gefördert wurde und deren erklärter Zweck es war ‚mancherlei noch bestehende Vorurteile gegen diese moderne (...) Form des Detailhandels zu zerstreuen‘ geht der Autor Otto von Wussow explizit auf die ‚Sittlichkeits‘-Vorwürfe ein: ‚Von Gegnern der Warenhäuser wird jedoch gegen sie der Vorwurf erhoben, dass sie die Angestellten ungebührlich ausbeuten, dass sie schlechte Gehälter zahlen, dass sie vorzugsweise weibliches Personal, welches billiger als männliches zu haben sei, beschäftige, und schließlich taucht verstohlen immer noch die Verdächtigung auf, als sei die Sittlichkeit der weiblichen Angestellten im Warenhaus ungewöhnlich stark gefährdet. Freilich wird diese Verdächtigung nur noch leise von Mund zu Mund getragen. Nachdem verschiedene weibliche Angestellte offen erklärt haben, warum sie es vorzögen, in einem Warenhaus sich ihr Brot zu suchen, ist es in dieser Frage auffällig still in dem Blätterwald der Mittelständler geworden, und es kann wohl sein, dass der Vorwurf moralischer Gefährdung der Angestellten durch die Warenhausbetriebe allmählich verstummt.‘¹⁹

Von Wussows Hoffnung, die Gerüchte könnten sich zerstreuen, war trügerisch, denn entsprechende Topoi finden sich – in abgeschwächter Form – auch in der Warenhaus-trivialliteratur. So beschreibt Kurt Münzer im Jahr 1914 in *Der Ladenprinz. Oder: Das Märchen vom Kommis*²⁰ das Schicksal der verheirateten Verkäuferin Rosa Anna Flamm, die sich einem wohlhabenden Käufer hingibt und unweigerlich ins Elend gestürzt wird. Bei Münzer treibt allerdings nicht der geringe Lohn, sondern eine Mischung aus Habgier und Langeweile die Verkäuferin in ein außereheliches, geldwertes

Liebesverhältnis (vgl. Ladenprinz). Auch in Schweriners Roman *Arbeit* (1912)²¹ ist die Liebe der Verkäuferin käuflich, zumindest geht der „Schurke“ des Romans davon aus: Schweriner erzählt die Geschichte vom Straßenmädchen Elsa Bodenstedt, die den gesellschaftlichen Aufstieg schafft, weil sie als Verkäuferin im Warenhaus mit einem guten Kunden anbandeln kann. Sperber, der Rayonchef, schlägt Elsa allerdings unverblümt vor, den Kunden fallen zu lassen und stattdessen seine Geliebte zu werden, nur so könne sie ihre Stellung im Warenhaus behalten: „Er hatte mit ihrer Not gerechnet“ (Arbeit S. 98). Sperber macht klar, dass Elsa nur aus diesem Grund überhaupt eingestellt worden ist: „Haben Sie sich noch nie darüber gewundert, weshalb ich Sie engagiert habe? Sie müssen doch einsehen, dass für Sie hier wirklich nichts zu tun ist und Sie eigentlich doch ganz überflüssig sind“ (Arbeit S. 93).

So wie die Ware in Fülle vorhanden ist, so verhält es sich auch mit der weiblichen Arbeitskraft. Henningsen gibt einen Artikel aus der „Sachschau“ aus dem Mai 1901 wieder, der einen Warenhausbesitzer wie folgt „zitiert“: „Wissen Sie, mit Mädchen ist viel besser arbeiten, die lassen sich viel mehr gefallen. Da kann man ruhig einmal eine austeilen. (...) Ich habe das bei Siegfried Heiligenthal kennen gelernt. (...) Paßt einem das Volk nicht, dann wirft man es hinaus, es gibt ja genug von dem Zeug. Da ist viel zu verdienen.“²²

In Margarete Böhmes vielgelesenen Warenhausroman *W.A.G.M.U.S.*²³ findet sich eine Schilderung der Arbeitsbedingungen der Frauen in den Textilfabriken, die für das Warenhaus produzieren. Auch hier ist die Arbeitskraft der Frauen der Ausbeutung anheim gefallen: „(...) endlose Reihen von blassen Frauen, die an Nähmaschinen saßen, von Stickerinnen mit blutigroten Augen und verstichelten Händen, hunderte und aberhunderte elende Menschen, die sich tagaus, tagein vom frühen Morgen bis um Mitternacht plagten, deren umgemünzte Kraft die Tresors des Hauses Mühlenmeister füllten, die alle im Schweiß ihres Angesichts arbeiteten, damit das Bankkonto eines Einzigen in Unermessliche anschwillt“ (W.A.G.M.U.S. S. 86).

Böhme macht diese Arbeitsbedingungen, und damit auch den Warenhausbesitzer Mühlenmeister, dafür verantwortlich, dass einige Frauen ein Leben in der Prostitution einem Leben an der Nähmaschine vorziehen. Auch in Böhmes Roman „Tagebuch einer Verlorenen“ spielt Prostitution eine Rolle. Das „Tagebuch“ ist hierbei als Kolportageroman von besonderer Bedeutung, da es große Verbreitung gefunden hat und etliche Nachahmerprodukte inspirierte.²⁴ Margarete Böhme schrieb zahlreiche Romane, die zur Unterhaltungs- bzw. Trivilliteratur gerechnet werden können. Den größten Erfolg hatte sie mit diesen angeblich nicht von ihr verfassten, sondern lediglich von ihr überarbeiteten und herausgegebenen Aufzeichnungen, die 1905 als „Tagebuch einer Verlorenen“ in Berlin erschienen. Der Tagebuchroman beschreibt das Schicksal von Thymian Gotteball, die mit 15 Jahren schwanger wird und nach der Geburt des Kindes ein Leben als Prostituierte führt.

Womöglich hat Margarete Böhme 1905 die Form eines „Tagebuchs“²⁵ gewählt, um ein Verbot ihres Romans zu verhindern. Als Herausgeberin eines „authentischen“ Werkes kann sie schließlich nicht für dessen anstößigen Inhalt verantwortlich gemacht

werden. Böhme deklariert die Tagebuchaufzeichnungen in ihrem Vorwort entsprechend als einen „authentischen Beitrag zu einer brennenden sozialen Frage unserer Tage.“ (Tagebuch S. 7) und auch das *Preußische Jahrbuch* hebt in einer Besprechung aus dem Jahr 1906 den besonderen Realitätsgehalt des Geschilderten hervor: „Ein furchtbar eindrucksvolles Buch, es ist voller Anklagen gegen unsere Gesellschaft. Und dennoch tut es mir leid, dass es in Hunderttausenden von Exemplaren gelesen wird. Die Erzählerin ist zu stark!“²⁶ Der Tagebuchroman soll also durch und durch „real“ sein, entsprechend „typisch“ sind die verhandelten Sujets. Thymian Gotteball zieht nach ihrem „Fall“ aus der Provinz nach Berlin und beginnt dort – der Anonymität der Großstadt einerseits ausgeliefert, diese andererseits auch genießend – ein Leben als Prostituierte. Reich will sie werden, ansonsten interessiert sie wenig; sie kappt ihre kleinbürgerlichen Wurzeln und rutscht ab in die Berliner Halbwelt. Ihre „Kolleginnen“ haben ähnlich Karrieren hinter sich: „Molly und Dolly entstammen kleinbürgerlichen, anständigen Familien und waren bei Wertheim Ladenmädchen. Eines Tages lernten sie eine Frau kennen, die auch manikürte und die sie einlud, sie zu besuchen (...). Da ging es dann so kleinem bei kleinem, genau wie bei mir. Schließlich verführte das Weib sie zu Durchstechereien und Diebstählen im Laden, die Sache kam an den Tag, und Molly und Dolly kriegten jede vier Monate“ (Tagebuch S. 121).

Böhme (beziehungsweise ihre Protagonistin Thymian Gotteball) kolportiert hier das Klischee von den Kaufhausangestellten, die nach und nach vom Diebstahl in die Prostitution rutschen und koppelt ihren Roman damit an die Prostitutionsdiskurs ihrer Zeit. Dies gelingt Margarete Böhme offenbar so überzeugend, dass sich der Berliner Soziologe Leopold von Wiese auf den Weg zum Schöneberger Friedhof macht, um dort das Grab der Thymian Gotteball zu suchen, wie er in einem Brief an die Autorin bekennt: „Sie werden vielleicht über meine Naivität lächeln, wenn ich Ihnen sage, dass ich wie ein Backfisch auf dem alten Schöneberger Kirchhofe das Grab gesucht habe – natürlich ohne es zu finden.“²⁷ Leopold von Wiese bat Böhme, ihm Aufschluss darüber zu geben, ob die Figur der Thymian nun real sei oder nicht. Er könne das Buch – vorausgesetzt es schildere Reales – gut gebrauchen, um seine „Lebensaufgabe“, die „wissenschaftliche Begründung einer sozialen Ethik“ voranzutreiben: „Freilich ist es für jeden, der die Welt kennt, nichts Neues, dass es Thymian-Existenzen giebt. Und man könnte auch von meinem Gesichtspunkte aus das Buch so nehmen, als wenn es wirkliche Erlebnisse berichtete. Mir liegt aber daran, in dem mir bevorstehenden Kampfe für meine Ideen immer wieder, wenn möglich, sagen zu können: Seht Euch diese Thymian an; sie hat unter uns gelebt und ist so gestorben! *Die Masse wird durch Augenschein überzeugt*; sie darf nicht den Ausweg haben: das ist ja nur eure Phantasie; im Leben ist das ganz anders. Für mich wäre – wenn ich so ausdrücken darf – die Echtheit des Tagebuchs ein propagandistisches Hilfsmittel von unvergleichlichem Werte.“²⁸

Eine Antwort Böhmes ist nicht überliefert, die Episode belegt aber einen diskursiven Zirkel: Margarete Böhme greift auf „soziologisches“ Material für ihren Roman zurück und die Soziologie – in Gestalt Leopold von Wieses – möchte das literalisierte Material dann wieder soziologisieren. Auch die Psychologie greift Böhmes Vorlage

auf: Der Lombroso-Kritiker Willy Helpach, der sich mit einem Buch zu „Prostitution und Prostituierte“ einen Namen gemacht hatte, veröffentlicht 1905 in der Zeitung „Der Tag“ einen Aufsatz, der versprach sich mit Margarete Böhmes *Tagebuch einer Verlorenen* wissenschaftlich auseinanderzusetzen: „Was sich seelisch vor uns aufrollt, ist der bis ins kleinste typische Defektzustand der ‚geborenen Prostituierten‘. Kein Psychopathologe könnte seine Sache besser machen. (...) Wer den eigentümlichen, angeborenen moralischen Schwachsinn der zum ‚Fall‘ Prädestinierten kennen lernen will, der mag getrost zu diesem Tagebuch greifen; es spiegelt ihn diagnosefähig wider. (...) Im ganzen darf das Tagebuch unser lebhaftes Interesse beanspruchen, denn es zeichnet psychopathologisch treu den Weg, auf dem eine Weibespsychose ihr in den ewigen ehernen Gesetzen der psychophysischen Entartung beschlossenes Lebensschicksal vollendet.“²⁹

Der Berliner Feuilletonist Oscar Mysing sieht das *Tagebuch einer Verlorenen* als Material zur Belehrung von Philanthropen und Soziologen: „Eine Fülle anregender Gedanken und tiefer Einblicke in das Leben der ‚Ausgestoßenen‘ gestattet uns das Buch von Margarete Böhme. In kaleidoskopartigem Wechsel ziehen die bunten Bilder des großstädtischen Nacht- und Prostituiertenlebens an unserem Auge vorüber, weniger pikante Lektüre als Belehrung für den Menschfreund und Soziologen gebend.“³⁰

Soziologie, Psychologie und Feuilleton greifen also den Stoff Böhmes auf und deuten den Gebrauchsroman gesellschaftlich. Während Böhme sich aus dem soziologischen und psychologischen Allgemeindiskurs ihrer Zeit bediente, um ihre Figur Thymian als „gefallenes“ Warenhausmädchen zu entwickeln, rekurrieren die Wissenschaften und die Öffentlichkeit wieder auf Böhmes Roman, um ihrer eigenen Stimme mehr Glaubwürdigkeit zu verleihen. Die Verknüpfung von Warenhaus- und Prostituiertenmilieu wird im Kaiserreich selbstreferentiell. Die Warenhausromane der Weimarer Republik knüpfen einerseits an diesen Prostitutionsdiskurs an, verleihen ihren Protagonistinnen andererseits aber auch emanzipiertere Züge.

Weimar und das Warenhaus

Der Film gewann in der Weimarer Republik zusehends an Bedeutung und es waren insbesondere die Kolportage- und Trivialromane, die zu Kassenschlagern umgesetzt wurden. So ist es dann auch kein Zufall, dass der Bestseller von Margarete Böhme *Tagebuch einer Verlorenen* nach dem Krieg als Film wiedererstehen sollte. Margarete Böhmes Roman wurde 1929 verfilmt und der Film wurde im *Berliner Tageblatt* vom 20.10.1929 als „vortreffliche, manchmal hervorragende Regiearbeit“³¹ gewürdigt. Nur zwei Monate nach Erscheinen dieser positiven Kritik wird der Film allerdings – unter anderem auf Antrag der „Reichsschundkampfstelle der evangelischen Jungmännerbünde Deutschlands“ – von der Filmoberstelle Berlin mit der Begründung verboten, nicht in einem erwünschten Sinne „realistisch“ zu sein: „Durch die ebenso plumpe wie krasse Gegenüberstellung der abstoßenden Bilder in der Erziehungsanstalt, wo Verhältnisse gezeigt würden, die wohl nur in der Phantasie der Hersteller existierten, mit dem

ebenso verzerrt gezeichneten Leben in einem Bordell, das als leicht, schön, bequem, ja geradezu erstrebenswert und verlockend erscheine, werde in dem Beschauer eine völlig falsche Vorstellung der Wirklichkeit erweckt.“³²

Der Film wagte einen ambivalenten Blick auf die Wirklichkeit für Frauen in der Weimarer Republik und geht in diesem Bereich weiter als die Romanvorlage: Die Härten und Herzlosigkeiten der staatlichen und kirchlichen Erziehungsanstalten die die gescheiterten Wertheim-Verkäuferinnen Molly und Dolly durchleiden mussten, ließen ihnen das Leben in einem Bordell schon fast attraktiv erscheinen.

Während Molly und Dolly auch in der Verfilmung des *Tagebuchs einer Verlorenen* noch vor allem Opfer der Verhältnisse sind, zeigt Ola Alsen in ihrem Roman *Das Paradies der Frau*³³, dass Frauen sehr wohl selbst (kleinere) Warenhäuser leiten können; an der Nähe von Warenumschatz und käuflicher Liebe ändert sich freilich nichts. In Ola Alsens Roman von 1919 schildert die Redakteurin der „Eleganten Welt“ die Entstehung eines Modesalons in Berlin, der sich unter weiblicher Führung langsam in ein Modewarenhaus verwandelt. Der Erzählung vom wirtschaftlichen und kulturellen Erfolg der Kunstgewerberinnen Lilli Heinold und Heide Gerlach ist gleichsam ein moralisches Antidot beigemischt: Die Kleider werden im Salon von „Vorführdamen“ präsentiert, deren theaterhafte Inszenierung zu einer erotisch aufgeladenen Atmosphäre in den Verkaufsräumen führt. Geldwerte „Anbahnungen“ von Beziehungen sind im Modewarenhaus deshalb an der Tagesordnung. Und als Lilli Heinold, die emanzipierte Chefin eines Modehauses aus den geschützten Räumen ihrer Arbeit flüchtet und ziellos durch die Stadt irrend vor dem Fenster eines anderen Warenhauses stehen bleibt, wird sie sogleich von einem „halbwüchsigen Burschen“ (Paradies S. 161) bedrängt.

Und auch Maria Gleit erzählt in ihrem 1933 erschienenen Roman *Abteilung Herrenmode. Roman eines Warenhausmädchens*³⁴ die Geschichte eines Aufstiegs um einen hohen Preis. Der Debütroman der erst 24-jährigen Maria Gleit beleuchtet die Arbeitsbedingungen der Berliner Warenhausverkäuferin Lotte Stein und erzählt – durchaus konventionell – eine Geschichte von Ausbeutung und sexueller Gefügigkeit. Gleits Roman beginnt mit der Neuorganisation der Herrenmodenabteilung eines großen Warenhauses nach amerikanischem Vorbild, hier sollen vor allem „die anziehendsten und schönsten Verkäuferinnen“ in die Abteilung Herrenmode gesandt werden um sich dort „in gleicher schmucker Girluniform so einzufügen, daß es für jeden Käufer ein Vergnügen sein muß, von jedem der Verkaufsgirls bedient zu werden“ (Herrenmode S. 20). Die Abteilung wird wie ein Nachtlokal mit *Séparées* versehen, in denen die „Verkaufsgirls“ „verführerische Kunststücke“ an „etwas verschüchterten Jünglingen“ vollführen und in die die älteren Herren „lustigen Brünetten“ mit „willigem, allzu breitem Schritt“ (Herrenmode S. 77) folgen. Steins Kollege und Liebhaber Walter Böhmelmann ist entsetzt von den neuen, amerikanischen Methoden: „Das ganze Haus weiß Bescheid über diese herrliche Abteilung. Einen Puff hat sich der Alte da eingerichtet...“ (Herrenmode S. 70).

Die Protagonistin des Romans versteht es jedoch, sich in der Männerwelt der „Abteilung Herrenmode“ zu behaupten und kann zur Leiterin derselben aufsteigen – ver-

bunden mit dem Schwur in Zukunft ein besseres Regiment für die „Warenhausgirls“ zu führen.

Dass die Geschlechterverhältnisse im und durch das Warenhaus ins Tanzen geraten waren, kolportiert auch Vicki Baum in ihrer Erzählung *Jape im Warenhaus*³⁵ von 1931. Hier lässt sich der 17-jährige Jape nachts in einem Kaufhaus einschliessen, um einen Binder zu stehlen, den er haben will und sich doch nicht leisten kann und streicht allein durch die dunklen Abteilungen. Dabei gerät er in eine blinde Zerstörungswut, in eine Raserei, die vor allem von den Bildern in der Kunstabteilung angestachelt wird. Er entdeckt dort nämlich einen weiblichen Akt: „Denn da lag nackt, splitternackt und schlafend, ein Weibsbild und zeigte alles, was sie hatte. Einen Augenblick lang schwankte Japes Seele – denn auch Jape hatte eine Seele – zwischen Höhe und Abgrund, einen Blitz lang war sie bereit aufzufliegen und sich gestillt der Schönheit zu ergeben. (...) Aber es gelang ihm nicht, er stürzte ab. Venus lag zertreten und schmutzig zwischen anderen Scherben und Fetzen.“ (Jape S. 233) Die Raserei endet im Feuer: das Warenhaus brennt nieder und Jape kommt in den Flammen um. Es ist bei Baum die sexuelle Verwirrung und die moralische Empörung eines jungen Mannes, der sich der visuellen Übermacht der Waren und der Weiblichkeit nicht gewachsen sieht, die tödlich endet. Die unsichere Männlichkeit Japes wird im Warenhaus von käuflicher, weiblicher Nacktheit auf die Probe gestellt und er kann diese Probe nicht bestehen – nur deshalb muss die ganze Warenwelt in Flammen untergehen.

Fazit: Die Pathologisierung der „öffentlichen Frau“

Der Diskurs um die vermeintlichen Gefahren des Warenhauses verband die Auseinandersetzung um die Konsumgesellschaft mit kulturkritischen Befürchtungen zur neuen Rolle der „öffentlichen Frau“. Die Verknüpfung von käuflichen Waren und käuflicher Liebe diente ebenso der Pathologisierung des Konsums wie der Pathologisierung weiblicher Erwerbstätigkeit. Die nervöse Überreizung durch die Auslagen des Warenhauses führte angeblich automatisch zu anomischem Verhalten: Prostitution wurde so in der Vorstellungswelt der Warenhausgegner, der Literaten, Juristen und Kulturkritiker zur beinahe notwendigen Folge einer verführerischen Warenfülle. Einer Gefahr, der Frauen nur entgehen konnten, wenn sie zu Hause blieben.

Die Moderne erzeugte (zumindest in der Vorstellungswelt ihrer Kritiker) Krankheiten und Anomien, denen vor allem Frauen zum Opfer fielen. Der diskursive Zusammenschluss von Warenhaussystem und Prostitution trieb die Kritik an den Veränderungen um 1900 auf die Spitze. Frauen waren hier einerseits Opfer eines ausbeuterischen, kalt kalkulierenden Systems, das nicht davor zurückschreckt, Menschen zu Waren zu machen, andererseits waren sie selbst schon so von der Moderne korrumpiert, dass sie ihre moralischen Vorstellungen fahren ließen und sich freiwillig in die Prostitution begaben.

Die Ausweitung des Konsumangebots zu Beginn des 20. Jahrhunderts führte zu ei-

ner paradoxen und strategischen Feminisierung der Gesellschaft.³⁶ Auf der einen Seite trug die Ausweitung des Warenhaussystems zwar zur größeren Sichtbarkeit von Frauen in der Öffentlichkeit und zu ihrer zunehmenden finanziellen Emanzipation bei, da die strengen Ausgehbeschränkungen für Frauen durchbrochen wurden und die Warenhäuser vielen Frauen aus der unteren Mittelschicht – wenn auch vergleichsweise geringe – Verdienstmöglichkeiten boten. Andererseits diente jedoch die Identifikation von Konsum mit Weiblichkeit der Pathologisierung von Konsum an sich und war damit Teil eines kulturkritischen Abwehrreflexes gegen allgemeine Modernisierungserscheinungen, hier insbesondere gegen die Emanzipation und Arbeitstätigkeit von Frauen.

Während die frühen Novellen und Romane des Kaiserreichs (*Ladenprinz, Arbeit, Tagebuch, W.A.G.M.U.S.*) vor allem die angestellten Verkäuferinnen und auch die Kundinnen der Geschäfte als Opfer krimineller Machenschaften und skrupelloser Warenhausfürsten kolportieren finden sich in den späteren Texten der Weimarer Republik (*Fuchs, Herrenmode*) Hinweise auf eine weibliche Selbstermächtigung: Die Liebe der Protagonistinnen ist zwar immer noch eine käufliche, wird aber von den „Warenhausgirls“ durchaus bewusst und strategisch eingesetzt um die eigene soziale Situation zu verbessern. Damit sind die Frauen bei Münzer, Gleit und Alsen keine im Doppelsinne „reinen“ Opfer mehr, sondern autonom handelnde Subjekte, die die Verhältnisse vielleicht nicht ändern aber zumindest ausnutzen können. Die zarten emanzipatorischen Anklänge bei Münzer, Gleit und Alsen kommen zwar nach wie vor im Gewand des Kolportageromans daher, der das Verkäuferinnenmilieu der großen Warenhäuser unweigerlich mit Prostitution in Verbindung bringt, ihre Heldinnen sind aber freier und selbstbewusster als die Opferheldinnen bei Böhme und Schweriner.

Diese kleine Freiheit im Trivialroman war allerdings nicht von Dauer:³⁷ Der Roman *Abteilung Herrenmode* stand ab 1936 wegen seiner emanzipatorischen Volten auf der nationalsozialistischen *Liste 1 des schädlichen und unerwünschten Schrifttums*. Die „neue Zeit“ nach Weimar verlangte offenbar wieder nach „reinen“ Opfern.

Anmerkungen

1. Kurt Münzer: Fuchs im Frühling. In: *Elegante Welt* (1926), Nr. 8, S. 43-47.
2. Vgl. Thomas Lenz: Konsum und Modernisierung. Die Debatte um das Warenhaus als Diskurs um die Moderne. Bielefeld 2011.
3. Interessant wäre hier auch ein Vergleich mit den Warenhausfilmen der zwanziger Jahre, in denen die aus den Trivialromanen bekannten Warenhaustypen wieder verhandelt wurden. Zu nennen wären an dieser Stelle die Filme: *Abenteuer im Warenhaus* von Edmund Edel, *Das Warenhausmädchen*, *Arme Ma-*

- ria. Eine Warenhausgeschichte* (1915) von Max Mack und Willy Zeyn, *Die Warenhausgräfin* (1915), *Die Warenhausmiese* (1920), *Das Mädel aus dem Warenhaus* (1923) von Franz Hofer, *Warenhausmädchen* (1925), *Die Warenhausprinzessin* (1926) und *Ein Lied, ein Dieb, ein Warenhaus* (1927) von Karl Theodor Wagner. Die Titel sowie die spärlichen Angaben auf den Zensurkarten deuten auf die Verwandtschaft der Filme mit den früher erschienenen Warenhausromanen hin.
4. Andrea Haller: *Shadows in the glasshouse*: Film

- novels in Imperial Germany 1913–1917. In: *Film History: An International Journal* 20 (2008), S. 164–180, hier S. 164.
5. Katherine Roper: *German Encounters with Modernity. Novels of Imperial Berlin*. New Jersey/London 1991, S. 1.
6. Ebd., S. 1f.
7. Siegfried Kracauer: *Die kleinen Ladenmädchen gehen ins Kino*. In: Kracauer, Siegfried: *Das Ornament der Masse. Essays*. Frankfurt am Main 1977, S. 279–294, hier S. 280.
8. Vgl. Siegfried Gerlach: *Das Warenhaus in Deutschland. Seine Entwicklung bis zum Ersten Weltkrieg in historisch geographischer Sicht*. Stuttgart 1988, S. 47.
9. Wolf Lepenies: *Die drei Kulturen. Soziologie zwischen Literatur und Wissenschaft*. Frankfurt am Main 2006, S. 1.
10. Vgl. ebd., S. IVff.
11. Vgl. ebd., S. V.
12. Franziska Schöbler: *Literaturwissenschaft als Kulturwissenschaft*. Tübingen 2006, S. 95.
13. Vgl. Heinrich Hartmann: *Unternehmen organisieren im gesellschaftlichen Umfeld – deutsche und französische Erfahrungen zwischen 1890 und 1914*. In: *WZB Discussion Paper* (2004), Nr. SP IV, S. 1–31.
14. Zitiert nach Schöbler 2006 (s. Anm. 12), S. 258.
15. Paul Göhre: *Das Warenhaus*. Frankfurt am Main 1907, S. 119.
16. J. Henningsen: *Beiträge zur Warenhausfrage!* Hamburg 1906, S. 18.
17. Ebd. S. 14.
18. Theodor Fritsch: *Handbuch der Judenfrage. Die wichtigsten Tatsachen zur Beurteilung des jüdischen Volkes*. 49. Auflage. Leipzig 1944 (EA 1887), S. 190.
19. Otto Erich von Wussow: *Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser*. Nach Mitteilungen von Oskar Tietz. Berlin 1906, S. 78.
20. Kurt Münzer: *Der Ladenprinz/ oder Das Märchen vom Kommiss*. München 1914.
21. Oscar T. Schweriner: *Arbeit. Ein Warenhaus-Roman*. Berlin 1912.
22. Henningsen 1906 (s. Anm. 16), S. 14.
23. Margarete Böhme: *W.A.G.M.U.S.* Berlin 1911.
24. Vgl. Arno Bammé: *Realität und Fiktion. Empirische Basis und belletristische Form der Darstellung in den Schriften Margarete Böhmers*. In: Margarete Böhme. *Die Erfolgsschriftstellerin aus Husum*. Hrsg. von Arno Bammé. München 1994, S. 15–106, hier S. 37ff.
25. Margarete Böhme: *Tagebuch einer Verlorenen. Von einer Toten*. Frankfurt am Main 1989 (1905).
26. *Preußisches Jahrbuch* 1906.
27. Leopold von Wiese: *Soziale Realität oder belletristische Fiktion. Die Zweifel eines Soziologen*. In: Margarete Böhme. *Die Erfolgsschriftstellerin aus Husum*. Hrsg. von Arno Bammé. München 1905/1994, S. 203–207, hier S. 205.
28. Ebd. S. 204f.
29. Willy Hellpach: *Tagebuch-Psychologie*. In: *Der Tag* vom 6.9.1905, S. 15.
30. Oscar Mysing: *Tagebuch einer Verlorenen*. In: *Bergische Arbeiterstimme*, 6.7.1905.
31. Ernst Blaß: *Tagebuch einer Verlorenen*. In: *Berliner Tageblatt* (1929), S. 21.
32. Zitiert nach Kulesa in Böhme (wie Anm. 25)
33. Ola Alsen: *Das Paradies der Frau. Ein Berliner Roman*. Berlin 1919.
34. Maria Gleit: *Abteilung Herrenmode. Roman eines Warenhausmädchels*. Wien, Leipzig 1933.
35. Vicki Baum: *Jape im Warenhaus*. In: Vicki Baum: *Die anderen Tage. Novellen*. Berlin 1931, S. 215–241.
36. Vgl. Monika Bernold, Andrea Ellmeier: *Konsum, Politik und Geschlecht. Zur "Feminisierung" von Öffentlichkeit als Strategie und Paradox*. In: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18.-20. Jahrhundert)*. Hrsg. von Hannes Siegrist, Hartmut Käble und Jürgen Kocka. Frankfurt am Main, New York 1997, S. 441–466.
37. Anke Heimberg: *„Schreiben kann man überall. Das ist das Gute an meinem Beruf.“ Die Schriftstellerin Maria Gleit (1909–1981) im Exil*. In: *Gender – Exil – Schreiben*. Hrsg. von Julia Schöll. Würzburg 1997, S. 41–68, hier S. 44.