GENDER OPEN REPOSITORIUM

"Das Paradies der Frau" : Zum Genre des Konfektionsromans in der Weimarer Republik

Bertschik, Julia

2006

https://doi.org/10.25595/581

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bertschik, Julia: *"Das Paradies der Frau" : Zum Genre des Konfektionsromans in der Weimarer Republik*, in: Querelles : Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung (2006) Nr: 11, 89-103. DOI: https://doi.org/10.25595/581.

Diese Publikation wird zur Verfügung gestellt in Kooperation mit dem Wallstein Verlag.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Quer*elles*. Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung
2006

Quer*elles*. Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung
erscheint in Verbindung mit der Edition
Ergebnisse der Frauen- und Geschlechterforschung
an der Freien Universität Berlin

Beirat

Anke Bennholdt-Thomsen (Berlin), Renate Berger (Berlin),
Ulla Bock (Berlin), Angelika Ebrecht (Berlin), Susanne Kord
(Washington), Irmela von der Lühe (Berlin), Anita Runge (Berlin),
Angelika Schaser (Hamburg), Margarete Zimmermann (Berlin)

Herausgeberinnen des Bandes
Stephanie Bung und Margarete Zimmermann

Redaktion
Anita Runge
Zentraleinrichtung zur Förderung
von Frauen- und Geschlechterforschung
Habelschwerdter Allee 45
14195 Berlin

QUER*ELLES*

Jahrbuch für Frauen- und Geschlechterforschung 2006

Band 11

Garçonnes à la mode im Berlin und Paris der zwanziger Jahre

WALLSTEIN VERLAG

Inhalt

Stephanie Bung und Margarete Zimmermann: Von Paris nach Berlin: Victor Margueritte *La Garçonne* und die Folgen 7

Aufsätze

Christine Elise Mani: Jeanne Mammen – Eine Berlinerin aus Paris. Von der Modezeichnerin zur neusachlichen Großstadtchronistin 29
Burcu Dogramaci: »Frauen, die ihr Geld selbst verdienen«. Lieselotte Friedlaender, der »Moden-Spiegel« und das Bild der großstädtischen Frau 47
Cécile Godefroy: Sonia Delaunay et la modernité: les images de mode de la boutique simultanée 68
Julia Bertschik: »Das Paradies der Frau«. Zum Genre des Konfektionsromans in der Weimarer Republik 89
Giovanna Zapperi: Rrose Sélavy ou la féminité comme spectacle. Marcel Duchamp et la femme américaine 104
Adelheid Rasche: Der männliche Blick. Das Bild der ›Neuen Frau‹ in Männer-Zeitschriften 118
Cécile Berthier: Quand les garçonnes voyagent … 133
Vanessa Loewel: Chapeau-melon und *fume-cigarette*. Mode und Accessoires in der Literatur der zwanziger Jahre 148
Stephanie Bung: Le catholicisme et les robes: Geist und (textile) Materie im Tagebuch der Catherine Pozzi 164

Fundstück

Julia Drost: Kees van Dongens Garçonne: Illustration oder Interpretation von Victor Margueritte Skandalroman? 183

Forum

Stephanie Bung und Margarete Zimmermann: Drei Übersetzungen und eine Parodie: die deutsche *Garçonne* 201
Margarete Zimmermann: Hans Reimann und der Streit um die Garçonne 216

Abbildungsverzeichnis 224
Über die Autorinnen 225
Editorial 227

»Das Paradies der Frau«

Zum Genre des Konfektionsromans in der Weimarer Republik

von

Julia Bertschik

*La mode vestimentaire des années vingt permet d'illustrer les effets de la rationalisation industrielle tout particulièrement sur le secteur féminin. Le roman dit »de confection« traite de ces effets, comme en témoignent les textes d'Ola Alsen (*Das Paradies der Frau*, 1919), d'Ernst Georgy, alias Margarete Michaelson (*Der Konfektionsbaron*, 1923), de Maria Gleit (*Abteilung Herrenmode*, 1933), d'Hans Fallada (*Kleiner Mann – was nun?*, 1932) et de Werner Türk (*Konfektion*, 1932). Ce sous-genre littéraire innove la tradition du roman* Au Bonheur des dames *d'Emile Zola (1883) car la mode de la girl et de la garçonne devient le miroir d'une nouvelle culture de masse.*

1931 veröffentlicht Vicki Baum in der renommierten Ullstein-Modezeitschrift *Die Dame* einen Artikel über Warenhäuser in New York mit der Überschrift *Das Vier-Dollar-Paradies*.[1] Bereits im Titel spielt Baum dabei auf Emile Zolas berühmten Warenhausroman *Au bonheur des dames* von 1883 an, der in Deutschland unter dem Titel *Das Paradies der Damen* bekannt geworden ist. Im Zentrum dieses naturalistischen Textes, der unter anderem auf Zolas Beobachtungen im Pariser Kaufhaus »Le Bon Marché« beruht,[2] steht die neue Geschäftsform der Warenhäuser, die sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts in Frankreich etabliert. Ihre Warenkumulation und aggressive Preispolitik, insbesondere durch große Ausverkaufsaktionen, verdrängt zunehmend die alteingesessenen, kleineren und teureren Spezialgeschäfte der Umgebung. Deren aussichtslosen Kampf schildert Zola in seinem sozialkritischen Roman ebenso wie die neuen Dienstverhältnisse der Warenhausangestellten. Zentrale Figur ist die Verkäuferin Denise, die aus der Provinz nach Paris gekommen ist, sich nach anfänglichen Schwierigkeiten in der Kleiderabteilung hocharbeitet und schließlich als Ehefrau des einflußreichen Warenhausbesitzers Octave Mouret reüssiert.

An diese Tradition knüpft Vicki Baum mit ihrem Warenhausroman *Der große Ausverkauf* an, der im Anschluß an ihre eigenen Recherchen im

1 Baum, Vicki: Das Vier-Dollar-Paradies. In: Die Dame, 58. Jg., 1931, H. 26, S. 2.

2 Vgl. Zola, Emile: Carnets d'enquêtes. Une ethnographie inédite de la France. Hg. von Henri Mitterand. Paris 1986, S. 145-233.

traditionsreichen amerikanischen Kaufhaus »Wanamaker« in den 30er Jahren entsteht.[3] Baum demonstriert jedoch die kommerzielle Instrumentalisierung der Karriereträume kleiner Angestellter. Denn ›paradiesisch‹ sind die Zustände hier lediglich für die reichen Kundinnen; Verkäuferinnen und Vorführmannequins, insbesondere der Modeabteilung, leiden dagegen sowohl unter den Schikanen ihrer Vorgesetzten wie unter der berufsbedingten Kluft zwischen realer Lebenssituation und kurzfristiger Wunschexistenz, zwischen der für andere präsentierten kostbaren Abendrobe und dem eigenen, »armselige[n] Zwölf-Dollar-Kleidchen«.[4]

Als ›lebendige Kleiderständer‹ sollen die weiblichen Angestellten außerdem für einen Werbegag zwischen den Puppen im Schaufenster mit einem neuen Strumpfhalter posieren – eine auch in Deutschland zur Zeit der Weimarer Republik praktizierte und diskutierte Form der Warenpräsentation am lebenden Modell.[5] Es erscheint so selbst zur Ware degradiert. Dadurch wird jetzt jedoch der Doppelcharakter des zeitgenössischen Frauentyps, der ebenso selbst- wie modebewußten, berufstätig-urbanen ›Neuen Frau‹, zwischen moderner Verdinglichung und beruflicher Selbstreklame deutlich sichtbar. Denn während sich die im Schaufenster öffentlich präsentierte Verkäuferin Nina mit ihrem Preisschild am Knie bald selbst als käufliche Puppe fühlt, beneiden ihre Kolleginnen sie um diese ›ehrenhafte Auszeichnung‹ und um die scheinbar erheblich gestiegenen Chancen, von einem Filmregisseur oder Millionär entdeckt, reich und berühmt zu werden. Eine Vorstellung, die sich am Ende jedoch als Schimäre erweist. Denn Nina wird nur für kurze Zeit zum Renommierobjekt eines reichen Geschäftsmanns – ein märchenhaftes Happy End, wie noch für Zolas Denise, findet nicht mehr statt.

An diesem Beispiel wird bereits deutlich, daß in der deutschsprachigen Literatur der 20er und 30er Jahre (nach ersten, im Vergleich zu Frankreich verspäteten Anfängen um 1900)[6] erneut ein Interesse an der Mas-

3 Vgl. Baum, Vicki: Es war alles ganz anders. Erinnerungen. Köln 1987, S. 427 f.

4 Baum, Vicki: Der große Ausverkauf. Roman. Amsterdam 1937, S. 28.

5 Vgl. Dreyfuss, Carl: Beruf und Ideologie der Angestellten. München, Leipzig 1933, S. 126. Im April 1999 installierte das Pariser Kaufhaus »Galeries Lafayette« für kurze Zeit noch einmal eine solche Form der Schaufensterreklame. Nach Protesten von Frauenorganisationen wurde dieser ›Werbegag‹ allerdings vorzeitig wieder beendet; vgl. [Anonym]: Der Rückzug der lebenden Schaufensterpuppen. In: Berliner Zeitung, 22. 4. 1999.

6 Vgl. hier Köhrer, Erich: Warenhaus Berlin. Ein Roman aus der Weltstadt. Berlin 1909, und Böhme, Margarete: W.A.G.M.U.S. Roman. 6. Aufl. Berlin 1911 sowie dazu Bertschik, Julia: Mode und Moderne. Kleidung als Spiegel des Zeitgeistes in der deutschsprachigen Literatur (1770-1945). Köln, Weimar, Wien 2005, S. 152 f.

senkultur des Warenhauses, insbesondere seiner Modeabteilungen existiert. Dieses literarische Interesse beruht auf der französischen Tradition eines Zola, markiert jetzt allerdings auch die zeitbedingten Unterschiede. Sie betreffen vor allem die Chancen und Probleme von Konsum und modischen Imagekonstruktionen der als Kundinnen wie als Verkäuferinnen beteiligten Frauen in einer industriell-medialen Massengesellschaft. Denn die fabrikmäßige Serienherstellung von Kleidung und ihr massenhafter Vertrieb in den Modeabteilungen der modernen Warenhäuser verfügen im Konsumbereich der Konfektion über ähnliche Funktionsweisen wie Fabriken und Dienstleistungswesen in der Weimarer Republik insgesamt. Am Beispiel der Kleidermode lassen sich daher besonders die Auswirkungen der industriellen Rationalisierung auf weiblich dominierte Bereiche beschreiben.[7] Dies verfolgt vor allem ein bislang wenig beachtetes Subgenre der soziologisch interessierten, neusachlichen Angestelltenliteratur dieser Zeit:[8] Es setzt sich im Spiegel der zeitgenössischen Modeerscheinungen von Girl und Garçonne kritisch mit den in der Konfektionsbranche entstehenden neuen Möglichkeiten auseinander und wird von mir daher als ›Konfektionsroman‹ bezeichnet.

Daneben existieren literarische Traditionslinien aus der Vorkriegszeit weiter, die gegenüber einer expandierenden Modeindustrie an der Form des individuell geführten Familienbetriebs mit intimem Saloncharakter festhalten. Das bleibt jedoch nicht ohne Auswirkungen auf die damit verbundenen weiblichen Rollenzuweisungen zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Als Kontrast zum neusachlichen Konfektionsroman soll diese Form des noch konfektionskritisch eingestellten Moderomans aus der Anfangszeit der Weimarer Republik daher zuerst betrachtet werden. Er thematisiert in erster Linie die durch Krieg und Inflation bedingte Berufstätigkeit bislang nicht erwerbstätiger Kreise: Frauen und Adlige.

Auch der 1919 erschienene Berliner Roman der Moderedakteurin der *Eleganten Welt*, Ola Alsen, trägt den an Zolas Warenhausroman erinnernden Titel *Das Paradies der Frau*. Hier wird das Modeengagement der bürgerlichen Kunstgewerblerinnen Eva Kahle, Lilli Heinold und Hilde Gerlach unter dem Einfluß des Modesalonexperten Kurt Siverling zu

7 Vgl. Kuhn, Axel: »Verkauf von Waren und Träumen«. Die Warenhausgesellschaft. In: August Nitschke u.a. (Hg.): Jahrhundertwende. Der Aufbruch in die Moderne 1880-1930. 2 Bde. Reinbek 1990, Bd. 2, S. 61-75 und Wunder, Ina/Döpfner, Sigrid (Hg.): Kleidung. Bedeutung, Herstellung, Verkauf – eine Frauensache? Berlin 1992, S. 23 f.

8 Vgl. Jordan, Christa: Zwischen Zerstreuung und Berauschung. Die Angestellten in der Erzählprosa am Ende der Weimarer Republik. Frankfurt/M. u.a. 1988.

einem kulturellen statt zu einem geschäftsmäßigen Ereignis stilisiert. Denn Siverlings Modenschauen erweisen sich gerade dadurch als besondere Attraktionen, daß sie scheinbar alle Anzeichen einer kommerziellen Veranstaltung vermissen lassen. So erinnert sein Salon auf den ersten Blick »durch nichts an ein Geschäftshaus«.[9] Im Gegenteil: die Zimmer der Villa sind als individuelle Wohnräume gestaltet, in denen die vorführenden Mannequins die Rolle von Gastgeberinnen imitieren, die ihre Kundinnen wie private Gäste empfangen. Darüber hinaus präsentieren sich spezielle Modevorführungen als kleine Theaterinszenierungen und Tanzspiele mit professionellen Akteurinnen. In dazu passender Garderobe stellen sie zum Beispiel Stationen des weiblichen Lebens oder Stufen des historischen Modewandels mit ihrem Einfluß auf die aktuelle Mode dar – eine geschickte Form der Mode-Inszenierung, wie sie Anfang der 20er Jahre durchaus Realität war.[10]

Entspricht diese kleidermodische Inszenierungspraxis noch den theatral-performativen Praktiken der Warenpräsentation des frühen Kaufhauswesens, wie sie in der Literatur des ausgehenden 19. Jahrhunderts vor allem Zola thematisiert hatte, so beinhaltet Alsens Titelanspielung auf die deutsche Übersetzung seines Romans eine charakteristische Umdeutung. Denn Alsens *Paradies der Frau* meint im Unterschied zu Zola nicht nur den von allem oberflächlich ›Modischen‹, ja »[K]onfektionsmäßig[em]« gereinigten Bereich künstlerischer Modekreation.[11] Bei aller Befürwortung der durch die Kriegsereignisse erzwungenen Selbständigkeit der Frau in Beruf, Studium oder als alleinerziehende Mutter bezeichnet ein solches Paradies hier außerdem nicht die öffentliche Sphäre des Warenhauses, sondern statt dessen weiterhin den geschützten Raum der privaten vier Wände. Denn einzig in diesem Zusammenhang taucht der titelgebende Begriff des weiblichen Paradieses bezeichnenderweise im Text auf: Als Lilli Heinold nach ihrer Entlassung als Modeangestellte durch die Großstadtstraßen irrt, sich vor Schaufenstern unsittlicher Anträge erwehren muß, um im eigenen Zuhause endlich Zuflucht zu finden – also in ihrem häuslichen »Paradies«, aus dem keinerlei Vertreibung droht.[12]

9 Alsen, Ola: Das Paradies der Frau. Berliner Roman. Berlin 1919 (Romane der Eleganten Welt; Bd. 1), S. 10.

10 Das dokumentieren die Modeberichte in Alsens eigener Zeitschrift *Elegante Welt*; vgl. Clo[bes], Wil[helm]: Das Theater der Moden. In: Elegante Welt, 10. Jg., 1921, H. 6, S. 14 f.; [Anonym]: Tanz im Modesalon. In: Elegante Welt, 10. Jg., 1921, H. 26, S. 8 und [Anonym]: Das Mannheimer Modetheater. In: Elegante Welt, 13. Jg., 1924, H. 7, S. 31.

11 Alsen 1919, S. 58 u. 147.

12 Alsen 1919, S. 163.

Einer solch feindlichen Haltung gegenüber der Konfektionsbranche entspricht auch der zunächst exklusiv-intime Charakter eines familiär geführten Modesalons in Kurt Münzers 1927 erstmals erschienenem Unterhaltungsroman *Salon Rausch*. Nach dem Selbstmord ihres in Spekulationsgeschäfte während der Inflationszeit verstrickten Gatten ist die Protagonistin, Baronin Nina Rausch, aus finanziellen Gründen gezwungen, ein Modegeschäft in ihrem ehemaligen Gesellschaftssalon zu eröffnen. Sohn Oliver wählt die Stoffe aus, aus denen die Baronin dann in Handarbeit individuelle Garderoben »komponier[t]«. Statt von »seelenlosen Mannequin[s]« werden sie von der eigenen Tochter Gloria vorgeführt und rufen in ihrer ›rauschhaften‹ Wirkung selbst die Bewunderung des eigens aus Paris angereisten Modeschöpfers Paul Poiret hervor.[13] Der große Erfolg des Salons bedingt allerdings seine Erweiterung zu einem kaufhausähnlichen »Paradies der Damen«, wie es auch hier in Anspielung auf Zola heißt. Das Modehaus ist mit Lichtreklame, Juwelenkabinett, Parfümerieabteilung, Friseur und einer eigenen Zigarettenmarke namens »Rausch« ausgestattet, die zu Werbezwecken kostenlos in den Geschäftsräumen ausliegt.[14] Doch weniger diese Entwicklung als das Verlustgefühl des gesellschaftlichen Status führt am Ende zum Niedergang des adeligen Familienunternehmens. Besonders die Tochter leidet unter dem Stigma eines als moralisch fragwürdig ausgewiesenen Modegeschäfts, das auf der Zurschaustellung des weiblichen Körpers mit seinen erotischen Reizen basiert. Sie versucht dies – in einer weiteren Variante des sprechenden Familiennamens – durch schuldenanhäufende Spiel- und Kokainräusche zu kompensieren, was schließlich den Selbstmord der Mutter zur Folge hat.

Die kriegs- und inflationsbedingte ökonomische Deklassierung des deutschen Adels ebenso wie die Nachkriegssituation nun berufstätiger adeliger und bürgerlicher Frauen thematisiert auch Margarete Michaelsons, unter ihrem männlichen Pseudonym Ernst Georgy publiziertes *Zeitbild aus der Konfektion*. 1923 ist dieser Roman unter dem Obertitel *Der Konfektionsbaron* erschienen. Im Unterschied zu Kurt Münzers und Ola Alsens im wesentlichen noch der Vorkriegszeit verpflichteten restaurativen Moderomanen bietet Michaelsons Konfektionsroman zwei geschlechtsspezifisch differenzierte Möglichkeiten an, sich innerhalb der Strukturen eines modernen Bekleidungshauses zu verhalten. So versieht die titelgebende Figur des ehemaligen Offiziers von Flintschs eine zeittypische Repräsentationsstellung. Wie andere Vertreter der verarmten Aristokratie hat er diese Stellung gerade

13 Münzer, Kurt: Salon Rausch. Roman. Berlin 1928, S. 79 f., 213 u. 160 f.
14 Münzer 1928, S. 204 f., 206 u. 215.

wegen seiner adeligen Herkunft erhalten. Seine Funktion als sogenannter »Grüßaugust« am Eingang des Modekaufhauses »Ressen und Kompanie« empfindet er allerdings als Schande sowohl für seinen Stand wie für sein Geschlecht. Denn hier sei schließlich »alles auf die Spezies ›Frau‹ eingestellt« – so auch die Meinung der bürgerlichen Männer des Romans.[15]

Gegenüber einem solchen Offiziersdünkel des »Konfektionsbaron[s]« – wie Flintschs in dieser ironisch gemeinten Zusammenstellung aus (adeliger) Tradition und (kleidungsspezifischer) Moderne im Text bezeichnet wird[16] – arrangiert sich seine ebenfalls adelige Bekannte Nore, als eigentliche Hauptfigur des Romans, schnell mit ihrer neuen Situation als Schaufensterdekorateurin im gleichen Warenhaus. Sie revolutioniert als erstes den gewohnten, theatral-naturalistischen Wachspuppen-Aufbau. Er machte der kunstgewerblich Interessierten einen »unmodernen, etwas spießigen Eindruck«.[17] Statt dessen setzt sie die in den 20er Jahren zur Avantgarde der Schaufenstergestaltung gehörenden, konstruktivistischen Puppen-Torsi des Berliner Bildhauers Rudolf Belling zur abstrakt-andeutenden Stoff- und Kleidungsdrapierung ein. Nach ihrer Produktionsfirma wurden sie auch »Erdmannsdorfer Figurinen« genannt. Sie sind zu dieser Zeit von den großen Berliner (Mode-)Kaufhäusern KaDeWe und Herrmann Gerson genutzt worden. Als »Körper ohne Köppe. Anstatts Ärme – Metallschienen!« kommentiert in Michaelsons Konfektionsroman ein männlicher Arbeitskollege, der Kommunist Nisselmar, zunächst unverständig und empört diese zugleich künstlerische wie reklametaktische Neuerung der goldbronzierten Modenplastik.[18]

Nore begreift ihre Berufstätigkeit als willkommene Form weiblicher Unabhängigkeit vom Einfluß ihrer konservativen adeligen Verwandtschaft. Als berufliche wie persönliche Verkörperung der »moderne[n] Freiheit der jungen Damen der Gegenwart« wird sie von Michaelson zum Idealtyp der sozialdemokratisch orientierten, emanzipierten weiblichen Angestellten

15 Vgl. Georgy, Ernst [d. i. Michaelson, Margarete]: Der Konfektionsbaron. Ein Zeitbild aus der Konfektion. 2. Aufl. Stuttgart, Berlin, Leipzig [1923], S. 302 sowie zum Herkunftsprivileg der Adligen innerhalb der Angestelltenschaft der Weimarer Republik: Dreyfuss 1933, S. 154 f.

16 Georgy/Michaelson [1923], S. 11, 194 u. 363.

17 Georgy/Michaelson [1923], S. 78 u. 86.

18 Vgl. Georgy/Michaelson [1923], S. 117 u. 93 f. sowie Gustavus, Christa: »… diese Göttinnen aus Aluminium …«. Zur »Modenplastik« Rudolf Bellings von 1921. In: Berlin Museum (Hg.): Mode der 20er Jahre. Bearb. von Christine Waidenschlager. Berlin 1991, S. 40-44.

stilisiert.[19] Entgegen dem sonst untrüglichen »Physiognomiegedächtnis« ihrer kleinbürgerlichen Kolleginnen macht Nores Toilettenwechsel aus der eleganten Aristokratin hier im Nu die »arbeitende Berufsfrau«, die abends statt in die Oper jetzt in die Volksbühne geht und auch als zukünftige Ehefrau und Kameradin ihres Mannes weiterhin berufstätig bleiben will.[20] Den unproblematischen Sinneswandel dieser adeligen Figur sowie deren Integration in die Angestelltenschaft eines Bekleidungshauses erreicht die Autorin allein durch die ständische Fallhöhe des Personals in ihrem gesellschaftlich engagierten Unterhaltungsroman. Adelige Protagonisten stellen in diesem Zusammenhang also eher ein gesellschaftsthematisches Merkmal zu Beginn der Weimarer Republik als ein übliches trivialliterarisches Kennzeichen dar.[21] Denn so steht die gelungene oder mißlungene Integration des Adels in den modernen Dienstleistungssektor der Konfektionsvermarktung eindeutig im Vordergrund.

Weniger Beachtung erfährt die kritische Beleuchtung der Arbeitsbedingungen der (weiblichen) Angestellten selbst, wie sie bereits Zolas naturalistischer Warenhausroman thematisiert hatte. Formen der Kontrolle und Überwachung der Angestellten auf Sauberkeit, Pünktlichkeit, Freundlichkeit, moralische Unbescholtenheit oder mögliche Diebstähle, die Schikane durch Chefs und penetrante Kunden, wie sie schon bei Zola eine Rolle spielten, bilden auch den Hintergrund des 1933 veröffentlichten Debütromans *Abteilung Herrenmode*. Die Autorin Hertha Gleitsmann verarbeitet hier unter ihrem Künstlernamen Maria Gleit eigene Eindrücke vom Arbeitsalltag weiblicher (Büro-)Angestellter.

In dem *Roman eines Warenhausmädels*, wie der Untertitel ihres Konfektionsromans lautet, schildert Gleit am Beispiel des modernen Frauentyps Lotte Stein nun den Aufstieg einer Berliner Herrenmode-Verkäuferin zur Abteilungsleiterin als Prozeß beruflicher wie privater Selbstverwirklichung. Die Autorin entwirft eine ungewöhnliche Mischung aus neusachlich-soziologischer Kritik der weiblichen Angestelltenverhältnisse und der Funktionalisierung medial inszenierter Wunschträume im doppelten Sinne der von Susan Porter Benson so benannten »women's counter culture« – nämlich als Möglichkeit einer emanzipierten Gegenwelt hinter dem Ladentisch.[22] Dabei spielt der literarische Einsatz modischer Bekleidung bei Gleit eine wesentliche Rolle, wie jetzt gezeigt werden soll.

19 Georgy/Michaelson [1923], S. 283 u. 222.
20 Georgy/Michaelson [1923], S. 91, 95, 206, 294 u. 316.
21 Vgl. Jordan 1988, S. 299-302.
22 Benson, Susan Porter: Counter Cultures. Saleswomen, Managers, and Customers in American Department Stores 1890-1940. Urbana, Chicago 1986.

Der Roman beginnt mit der Umgestaltung der schlechtlaufenden Herrenmode-Abteilung des Berliner Warenhauses »Schack & Co.« Nach amerikanischem Vorbild – der Direktor ist gerade von einer USA-Reise zurückgekehrt – werden die Verkäuferinnen nun in »Girluniform[en]« gesteckt. Sie sollen den »Sex appeal« dieser weiblichen »keep smiling«-Soldaten unterstreichen und damit vermehrt männliche Kundschaft anlocken.[23] Neben gleicher Schminke, rosa Nagellack und uniformer Frisur mit modischer ›Schmachtlocke‹ wird unter Beratung der Verkäuferin Lotte Stein eine Matrosenmontur mit schiefem Mützchen, engen, langen Seemannshosen in Rot, einer knappsitzenden blauen Bluse mit weißem Etonkragen und roter Halsschleife sowie weitausgeschnittenen Schuhen mit geschwungenen Absätzen kreiert.

Die neue Kleidung entspricht dem zeitgenössischen Modetrend zur Hose für Frauen. Dazu tragen – neben der orientalischen Hosenform mit ihren Haremskonnotationen im Bereich der Negligékleidung des Pyjamas – vor allem die gleichfalls der nicht alltäglichen Sphäre der Strandmoden zuzuordnenden »Sailorhosen« bei.[24] Im Unterschied zu dem auch von vielen Frauen als ›vermännlicht‹ kritisierten – da die bürgerliche Herrenmode gerade im Alltag imitierenden – Garçonne-Stil handelt es sich bei dieser modischen Nutzung des traditionell männlichen Kleidungsstücks um eine bewußt als geschlechts*un*typische ›Verkleidung‹ ausgestellte Form des Crossdressings. Damit werden die bestehenden, modespezifischen Kriterien der Geschlechterdifferenzierung allerdings nicht unterlaufen, sondern gerade wieder bestätigt. Insofern war diese Form der weiblichen Hosenkleidung aufgrund ihrer primär erotischen Signalwirkung nicht zuletzt bei Kostümfesten beliebt. So belegt es auch ein Artikel aus dem Männermode-Magazin *Der Modediktator* Ende 1929, der allein diese spielerisch-erotischen Modetendenzen für Frauen toleriert.[25]

In einer solch künstlichen Hosenaufmachung fühlen sich aber auch die weiblichen Angestellten in Gleits Roman bereits im Geschäft wie »auf

23 Gleit, Maria: Abteilung Herrenmode. Roman eines Warenhausmädels. Wien, Leipzig 1933, S. 20, 38 u. 64 f.

24 Vgl. Thiel, Erika: Geschichte des Kostüms. Die europäische Mode von den Anfängen bis zur Gegenwart. 7., stark erweiterte und neu gestaltete Aufl. Wilhelmshaven 1980, S. 400.

25 Vgl. Greiffenhagen, Erich: Die Frau in Hosen. In: Der Modediktator, 3. Jg., 1929, H. 1, S. 12 sowie zum Vorwurf der ›Vermännlichung‹ der ›Neuen Frauen‹: [Anonym]: Nun aber genug! Gegen die Vermännlichung der Frau. In: Berliner Illustrirte Zeitung, 34. Jg., 1925, H. 13, S. 389.

einer erhöhten, weithin sichtbaren Bühne«.[26] Zur Neueröffnung ihrer Abteilung dürfen sie sogar werbewirksam eine Parade im Stil der bewunderten Revuegirls inklusive einem eigenen »Song der Verkäuferinnen« vor den Augen der Presse sowie der Filmstars Ria Rana und Willi Schmidts präsentieren.[27] Anfänglich teilen sie alle die Vorstellung, von einem Filmregisseur entdeckt zu werden – so, wie es etwa von Magda Schneider und Greta Garbo kolportiert wurde – oder zumindest einen reichen Ehemann zu ergattern, um dann wie Lilian Harvey mit zweiundfünfzig Paar Schuhen um die Welt zu reisen.[28] Dies erweist sich jedoch schnell als Trugschluß. Denn der kurzfristig erfüllte Drang nach Selbstdarstellung und erotischer Kompensation der Machtverhältnisse nutzt sich im monotonen Geschäftsalltag ebenso ab wie der jugendliche Teint durch den dienstlich geforderten Einsatz von Puder und Schminke.

Besonders Lotte Stein durchschaut die dahinterstehenden Geschäftspraktiken der nun wie ein Nachtlokal mit intimen Séparée-Nischen aufgebauten Herrenmode-Abteilung. Indem sie damit jedoch selbstbewußt im eigenen Interesse umzugehen weiß, so daß die männlichen Kunden umgekehrt zu *ihren* »Opfertiere[n]« werden, kann sie schließlich auch den entsetzten Vorwurf ihres Kollegen und Liebhabers Walter Böhmelmann parieren, sie arbeite ja geradezu in einem Bordell.[29] Bei diesem Vergleich handelte es sich im übrigen um ein durchaus geläufiges Bild, über das auch die Konkurrenzsituation männlicher Warenhausverkäufer in der Weimarer Republik kritisiert wurde. Auf rein metaphorischer Ebene umgesetzt findet es sich zum Beispiel ebenso in Hans Falladas bekannterem Konfektionsroman *Kleiner Mann – was nun?* (1932):

> Unter der Devise ›Rette sich wer kann!‹ setzte ein allgemeiner Ansturm auf die Käufer ein, und mancher Kunde des Warenhauses Mandel war etwas verwundert, wenn er, durch die Herrenkonfektion wandelnd, überall blasse, freundlich verzerrte Gesichter auftauchen sah: ›Bitte, mein Herr, wollen Sie nicht –?‹
>
> Es ähnelte stark einem Bordellgäßchen, und jeder Verkäufer frohlockte, wenn er dem Kollegen einen Kunden weggeschnappt hatte.[30]

26 Gleit 1933, S. 63.

27 Gleit 1933, S. 72 f.

28 Vgl. Frevert, Ute: Kunstseidener Glanz. Weibliche Angestellte. In: Kristine von Soden/Maruta Schmidt (Hg.): Neue Frauen. Die zwanziger Jahre. Berlin 1988, S. 25-30.

29 Gleit 1933, S. 76 f. u. 70 f.

30 Fallada, Hans: Kleiner Mann – was nun? Roman. Hamburg 1997, S. 174. Symptomatisch ist dafür auch die spätere Verkaufssituation zwischen dem Protagoni-

Wie Lotte Stein und mit ihr die Leser Gleits allerdings schnell herausfinden, hat Walter Böhmelmanns Forderung nach Aufgabe einer solch ›unehrenhaften‹ Tätigkeit mehr mit seinen eigenen, kleinbürgerlichen Moralvorstellungen und patriarchalischen Besitzansprüchen gegenüber der Freundin zu tun, als mit der vorgeblichen Anprangerung sexistischer Arbeitsverhältnisse:

> ›Mit Fingern wird man auf dich zeigen, Lotte … und alle werden wissen …‹
> ›Aha. Und *davor* hast du wohl Angst, mein Freund?‹[31]

Lotte dagegen lehnt alle auf sexuellen Avancen beruhenden Aufstiegsangebote ab, sei es als Mannequin in einem Modesalon oder als Schauspielerin am Theater. Im Unterschied zum unglücklichen Schicksal ihrer Kollegin Annemarie Meier, die unter falschen Versprechungen vom Personalchef geschwängert wird, beendet sie schließlich auch ihre Affäre mit dem Juniorchef der Herrenkonfektionsfirma »Kreuznacher & Schulz« – eigentlich ein Traum jeder kleinen Angestellten, zumindest in den Unterhaltungsromanen und -filmen dieser Zeit. Darauf wird auch bei Gleit selbstkritisch hingewiesen.[32] Der unüberbrückbare soziale Unterschied zwischen dem Chef und seiner Angestellten wird in ihrem Konfektionsroman auf einem Kostümball über die sprechenden Verkleidungen beider Figuren demonstriert: Hans Kreuznacher erscheint hier als spanischer Grande mit Lotte Stein als (ihm untergebenem) Pagen an seiner Seite. Wiederum handelt es sich um eine weibliche Hosenrolle, die am Beispiel dieses »moderne[n] Mädchen[s]« allerdings die erotischen um die emanzipatorischen Konnotationsmöglichkeiten dieses Kleidungsstücks einer Garçonne erweitern kann, wie im Verlauf zu sehen sein wird.[33]
Denn viel eher der sozialen Realität entsprechend, orientiert sich Lotte innerhalb ihrer eigenen Kreise, indem sie mit dem Schuhverkäufer Böhmelmann zusammenbleibt und *ihn* schließlich in *ihre* Geschäftsleitung befördert – eine deutliche Umkehrung der traditionellen Geschlechterrollen. Darauf spielt bereits Lottes androgyne Stilisierung als sich schminkender Page in Hosenverkleidung beim Kostümball an: Durch die Er-

sten Pinneberg und dem Schauspieler Schlüter. Während der Schauspieler die große Auswahl von Herrengarderobe lediglich als (An-)Probe für seine nächste Kinorolle benutzt, fleht Pinneberg ihn so eindringlich um ein Verkaufsergebnis an, daß dieser sich wegen Nötigung beschwert – was schließlich Pinnebergs Entlassung zur Folge hat.

31 Gleit 1933, S. 71 (Hervorh. v. mir).
32 Gleit 1933, S. 95, 129 u. 151.
33 Gleit 1933, S. 152 u. 148 f.

zählperspektive wird dieser als männliche Figur ausgewiesen.[34] Nicht durch Einheirat, wie es Zola noch in *Au bonheur des dames* am Beispiel der Vorkriegsprotagonistin Denise geschildert hatte, sondern durch eigene Leistung und Ideen schafft Gleits Verkäuferin schließlich den Aufstieg zur neuen Abteilungsleiterin eines Prager Warenhauskonzerns. Im Auftrag von »Kreuznacher & Schulz« reüssiert Lotte dabei gerade mit dem selbst als erfolgreich erlebten und am eigenen Leib demonstrierten Geschäftskonzept seemannsartig kostümierter »Verkaufsgirls« – ohne damit jedoch, wie ihre männlichen Vorgänger, »auf die niedrigsten Instinkte der Menschen zu spekulier[en]«.[35] Statt dessen zeichnet sich mit ihr als Chefin am Ende die Hoffnung auf eine solidarische Perspektive ab:

> Diese Mädels hier würde sie nicht herunterkommen lassen. Denen durfte kein Schicksal der Annemarie Meier […] drohen. Denen mußte sie es vorleben und die Augen öffnen: wir stehen nun einmal im Wirbel dieser unseligen Zeit, wir haben es uns nicht ausgesucht, aber wir dürfen auch nicht davonlaufen …[36]

In bewußter Aufnahme wie in gleichzeitiger Umdeutung der zu Beginn angespielten Traumwelten und Medienklischees sieht Lotte Stein in einer Wochenschau-Reportage über ihre neue Herrenmode-Abteilung – in der Großaufnahme des Kinos also – für ihre weiblichen Angestellten jetzt sogar »beinah wie die Garbo aus.«[37] Kleidungssymbolisch wird diese Karriere durch die Bedeutungserweiterung des zu Beginn, in der Mitte und am Ende die Handlung akzentuierenden Leitmotivs der weiblichen Hose unterstrichen. Sie bleibt einerseits zwar Kostüm, regt andererseits aber gerade dadurch zum distanzierten Spiel mit den ihr zugeschriebenen Konnotationen zwischen Erotik und ›vermännlichender‹ Emanzipation an. Damit gelingt in Maria Gleits Konfektionsroman die Umfunktionalisierung erotischer Ausbeutungsprinzipien der weiblichen Angestellten zum erfolgreich-emanzipatorischen Aufstieg ihrer Protagonistin.

Anders, sowohl was den Einsatz kleidermodischer Symbolik als auch was die Intention der Handlung betrifft, verhält es sich in Werner Türks Roman von 1932 mit dem programmatischen Titel *Konfektion*. Denn am

34 Gleit 1933, S. 151.

35 Gleit 1933, S. 206-208 u. 230. Im Unterschied zu Hans Kreuznachers weitschweifigen Erörterungen rettet erst Lotte Stein mit ihrer persönlichen Performance des hosenmodischen »Girl-System[s]« (S. 100) die Vertragsverhandlungen in Prag.

36 Gleit 1933, S. 231.

37 Gleit 1933, S. 230.

Beispiel seines männlichen Protagonisten Willi Krüger spitzt der kommunistisch orientierte Autor hier seine eigenen Erfahrungen als Konfektionsvolontär zu »eine[r] satirische[n] Paraphrase des in Angestelltenideologien häufig vorkommenden Wortes ›Freie Bahn dem Tüchtigen‹« zu.[38] Wie abschließend zu sehen ist, demontiert Türk damit aber gerade den auch in den Werbeschriften für männliche Angestellte propagierten Karrieretraum »Tagsüber Lehrling – und abends Direktor einer Weltfirma …«[39]

Der Roman beginnt im Inflationsjahr 1923 mit dem Selbstmord Hans Ramms. Er war Lehrling bei »Benno Bohrmann, Backfisch- und Damenmäntel« am Hausvogteiplatz, dem damaligen Zentrum der Berliner Bekleidungsindustrie. Aus Rache für die Überstunden, die ihn zudem die Freundin kosteten, hatte er Stoff gestohlen. Wegen eines Ohnmachtsanfalls wird er nach der obligatorischen Diebstahlskontrolle erwischt und fristlos entlassen. Seine Nachfolge tritt Willi Krüger an. Der Sohn eines Schneiders macht sich von Anfang an die berufstypische Devise ›Kleider machen Leute‹ zu eigen. So kontert er den bildungsbürgerlich orientierten Aufstiegswunsch seiner Mutter im Anschluß an einen Besuch des Mantelvertreters Selbiger mit folgender, kleidungsspezifischer Beobachtung:

> Ich will Geld verdienen. Und zwar auf der Stelle. Wenn es vorerst auch wenig sein wird. Später wird es mehr sein. Viel mehr. Später wer' ich groß verdienen. Was kann mir da ein Studium nützen? Kriegt man denn als Akademiker so viel? Studienrat Pannewitz läuft mit einem Gummikragen rum. Landgerichtsrat Möllendorf läßt sich von meinem Vater einen Flicken in die Hose setzen. Dr. Müller, unser Arzt, trägt immer denselben speckigen Anzug. Herr Selbiger aber läßt sich fast zu jeder Saison einen neuen Anzug oder einen neuen Mantel machen. Was sagt Vater? ›Das Aeußere ist die Visitenkarte des Menschen.‹ Dann haben aber die Studierten eine miserable Visitenkarte. Ich aber werde mir eine bessere beschaffen. So schnell wie möglich.[40]

Als neuer Lehrling in der Damenmantelkonfektion erweist sich Willi als rücksichtsloser Karrierist. Nach seinem Konkurs als selbständiger Unter-

38 Carls, Ludwig: [Rez. von Werner Türks Roman *Konfektion* und Hans Falladas *Kleiner Mann was nun?*]. In: Zeitschrift für Sozialforschung, 11. Jg., 1933, S. 479 f.

39 Vgl. zu solchen, Angestellte von Arbeitern separierenden Aufstiegsideologemen: Speier, Hans: Die Angestellten vor dem Nationalsozialismus. Ein Beitrag zum Verständnis der deutschen Sozialstruktur 1918-1933 [1933]. Göttingen 1977, S. 52 u. 54.

40 Türk, Werner: Konfektion. Roman. Berlin, Wien 1932, S. 20 f.

nehmer kann er in der Funktion eines Prokuristen und Mitinhabers auf dem Sessel seines verstorbenen Lehrherrn Mendel Platz nehmen. Willis ›Erfolg‹ zeichnet sich durch skrupellosen Egoismus – nach dem an seinen Chefs beobachteten Motto »Tüchtigkeit ist Rücksichtslosigkeit«[41] – ebenso aus wie durch Opportunismus und militärische Unterwürfigkeit, unkollegiales Verhalten bis zum Streikbruch, Bestechungsversuche und betrügerischen Bankrott. Selbst die private Liebesbeziehung zur Branchenkollegin Friedel Reinicke, die bei ihrer ersten Begegnung von Willi gleich abschätzig »wie ein[] Mantel« auf ihre Brauchbarkeit hin gemustert wird,[42] ist ebenso wie sein späteres Verhältnis mit dem Mannequin Lore ganz den pekuniären Interessen des eigenen Betriebs untergeordnet. Nachdem Willi sich schließlich mit unmodischen Stoffmustern verspekuliert hat, benötigt er wiederum Friedels Hilfe, um die Forderungen seiner Gläubiger auf diese zu überschreiben und sie auf diese Weise in eine »Pleite mit happy end« umzuwandeln.[43]

Gleichzeitig vermittelt Willis Aufstieg vom Handwerker über den Angestellten bis zum selbständigen Konfektionär aber auch einen detaillierten Einblick in die Funktionsweisen eines Konfektionsbetriebs der Zwischenkriegszeit mit seinen z. T. frühkapitalistischen Unternehmensstrukturen und patriarchalischen Ausbeutungsverhältnissen. Sie bestimmen alle Abteilungsstufen der Lehrlinge, Bügler, Zuschneider, Vertreter im Außendienst, Zulieferbetriebe, Heimarbeiterinnen und Vorführdamen. Das wirtschaftliche Panorama, das von Türk im Unterschied zu den bislang vorgestellten, stärker personenbezogenen Mode- und Konfektionsromanen der Weimarer Republik als exemplarisch für seine Zeit entworfen wird, ist flankiert von einem gleichfalls zeittypischen Spektrum politischer Haltungen. So relativieren kommunistische Arbeiter ebenso wie ›reformistische‹ Sozialdemokraten und Gewerkschaftler, aber auch antisemitisch eingestellte Arbeitslose Willis Position. Im heraufziehenden Faschismus, der das Ende der jüdischen Beteiligung an der deutschen Modeindustrie und ihrer Warenhausdistribution bedeutet,[44]

41 Türk 1932, S. 43.

42 Türk 1932, S. 104.

43 Vgl. Türk 1932, S. 220 sowie zu Chancen und Risiken in der Berliner Damen(mantel)konfektion dieser Zeit: Wittkowski, Erwin: Die Berliner Damenkonfektion. Leipzig 1928, S. 75-78.

44 Vgl. Westphal, Uwe: Berliner Konfektion und Mode. Die Zerstörung einer Tradition 1836-1939. 2., erw. Aufl. Berlin 1992 und Ladwig-Winters, Simone: Wertheim – ein Warenhausunternehmen und seine Eigentümer. Ein Beispiel der Entwicklung der Berliner Warenhäuser bis zur »Arisierung«. Münster 1997.

scheint sich dabei, trotz der abschließend erwähnten, weiterhin drohenden Arbeitskämpfe, allein sein kleinbürgerlicher Egoismus unter zynischer Ausnutzung des ›Kleider machen Leute‹-Prinzips zu behaupten.

Ungewöhnlich an Türks Darstellungsweise ist, daß er mit seinem Protagonisten, an dem er autoritäre Charakterstrukturen mit faschistoiden Zügen demonstriert, gerade einen Antihelden ins Zentrum seines Romans stellt. Statt als Agitation vermittelt sich Türks Kritik also *ex negativo*, »gewissermaßen *gegen den Strich*«. Aus diesem Grund hob schon Siegfried Kracauer gerade Türks Konfektionsroman aus dem Umfeld bloß ›scheinkonkreter‹ sozialer Romanreportagen lobend hervor:

> Die wider das Ziel des Buches gerichtete Bewegung seines Helden, die alle übrigen Figuren mitreißt, nötigt ihn, den Autor, zu lauter indirekten Aussagen, verhindert ihn daran, der Tendenz selber das Wort zu erteilen. Er personifiziert sie nicht, sondern läßt sie durch das Medium der Personen erscheinen; er illustriert nicht sein Wissen um die Zustände, sondern macht die Zustände episch sichtbar.[45]

Mit einer solchen, die Leseerwartungen an einen sozialkritischen Unterhaltungsroman unterlaufenden Methode, die Zustände episch sichtbar zu machen, erweist sich Türk als kongenialer Zeitgenosse Bertolt Brechts; sein Konfektionsroman ist in Inhalt und Form weitaus radikaler als Hans Falladas im gleichen Jahr erschienener und bis heute populärerer Angestelltenroman *Kleiner Mann – was nun?* Insbesondere durch den romantisch verklärten Schluß alles überwindender, kleinfamiliärer Liebe und Geborgenheit desavouiert dieser Konfektionsroman Falladas die in ihm zuvor geübte Sozialkritik. Der Konservatismus seines auf das Mitleid der Leser spekulierenden Protagonisten erweist sich bereits an dessen Kleidungsvorlieben. Denn der Herrenmode-Verkäufer Pinneberg hat selbst in Zeiten des praktisch kurz geschnittenen Bubikopfs nichts Besseres zu tun, als seiner Frau, die im übrigen weiterhin Faltenrock und Spitzenkragen trägt und bezeichnenderweise »Lämmchen« genannt wird, mit dem Kauf einer ausladenden Frisiertoilette zu erfreuen. Das konstatiert hier auch mit Erstaunen Pinnebergs Mutter, eine modern eingestellte wie auch gekleidete (und daher im konservativen Romankontext abgewertete) Frauenfigur.[46]

45 Kracauer, Siegfried: Zu einem Roman aus der Konfektion. Nebst einem Exkurs über die soziale Romanreportage [1932]. In: Siegfried Kracauer: Schriften. Hg. von Inka Mülder-Bach. Bd. 5.3. Frankfurt/M. 1990, S. 75-79; hier S. 77 f.

46 Fallada 1997, S. 135.

Demgegenüber schnitt Türks *Konfektion* bereits in den zeitgenössischen Rezensionen deutlich besser ab.[47] Denn sein Roman leistet mehr, als lediglich »handfeste literarisch-politische Konfektion« im Sinne einer für die neusachliche Ästhetik typischen, »nützliche[n] Gebrauchsware« für den Tagesbedarf zu liefern – so Axel Eggebrecht 1932 in Übertragung des kleidungsspezifischen Titels auf die Literaturproduktion.[48] Zusammen mit Gleits frauenspezifischem Text *Abteilung Herrenmode* erreicht der Konfektionsroman in den 30er Jahren mit Türks luzider Zeitstudie einen wiederzuentdeckenden Höhepunkt sozialkritischer Modeliteratur, wie sie sich in der Nachfolge von Zolas *Au bonheur des dames* / *Das Paradies der Damen* und den Anfängen naturalistischer Warenhausprosa erst zu dieser Zeit in Deutschland etablieren konnte. Wie stark sich das neue Massenphänomen konfektionierter Mode gerade in der Zeit der Weimarer Republik als prägender Ausdruck eines modernen Zeitgeistes manifestierte, wird daran deutlich, daß mit dem Konfektionsroman sogar ein eigenes literarisches Genre kreiert werden konnte.

47 Vgl. Carls 1933, S. 479 f. und Bermeitinger, Karl: Hans Fallada: *Kleiner Mann, was nun?* In: Frankfurter Zeitung. Literaturblatt vom 11. 9. 1932.

48 Vgl. Eggebrecht, Axel: Konfektion. In: Die Weltbühne, 28. Jg., 1932, H. 19, S. 717 f.; hier S. 718 sowie zur neusachlichen ›Gebrauchsliteratur‹ allgemein: Becker, Sabina: Neue Sachlichkeit. 2 Bde. Köln, Weimar, Wien 2000, Bd. 1, S. 230-242.

Gedruckt mit Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG).

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

© Wallstein Verlag, Göttingen 2006

www.wallstein-verlag.de
Vom Verlag gesetzt aus der Adobe Garamond
Umschlaggestaltung: Susanne Gerhards, Düsseldorf
Druck: Hubert & Co, Göttingen
gedruckt auf säure- und chlorfreiem, alterungsbeständigem Papier

ISBN-13: 978-3-8353-0020-0
ISBN-10: 3-8353-0020-2