

Einleitung

Zu diesem Buch

«Department stores were neither a Jewish nor an American invention.»¹

Kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs veräusserte der damals grösste Warenhausbesitzer der Schweiz, Julius Brann, sein Lebenswerk und emigrierte in die USA.² Die Übernahme des Warenhauses Brann durch den Verwaltungsratspräsidenten und nachfolgenden Warenhausbetreiber Oscar Weber erfolgte still und leise, in den Wirren des Krieges nahm kaum jemand Notiz davon, auch die Presse nicht. Erst zwei Jahre später wurde in einigen Zeitungsartikeln von diesem Besitzerwechsel berichtet, wohl hauptsächlich darum, weil 1941 auch der Wechsel des Firmennamens von Brann AG zu Oscar Weber AG offiziell vollzogen wurde.³ Die Berner Wochenchronik schrieb damals: «Das Warenhaus Brann ändert seinen Namen in die Firma Oscar Weber A.-G. um, wird also christlich.»⁴

Salopp formuliert, umreisst obiger Satz im Wesentlichen meine Forschungsfrage und führt geradewegs in den Komplex des Buches hinein. Es muss also einst ein Warenhaus Brann in Bern gegeben haben. Doch wem gehörte es, und wer war Oscar Weber? Beides sind Warenhäuser, die es heute nicht mehr gibt und von deren Existenz viele nicht mehr wissen. Und weshalb wechselte das Warenhaus, mitten im Krieg, seinen Firmennamen? Und natürlich das Bemerkenswerteste an dieser Zeitungsnotiz: Ein «Warenhaus» wird «christlich»! Oscar Weber muss also «christlich» gewesen sein. Was war Brann, und weshalb wird dies derart betont?

Sowohl der am Ende des 19. Jahrhunderts aus der ehemals preussischen Stadt Rawitsch in die Schweiz eingewanderte Warenhausgründer Julius Brann als auch die Gründer der noch heute existierenden grossen Warenhäuser Loeb und Manor oder der wie Brann bereits verschwundenen Epa und Knopf und weiterer kleinerer Betriebe waren Juden. Das oben beigefügte Attribut des «christlichen» Warenhauses offenbart uns deutlich, dass das Warenhaus Brann gerade nicht als solches, sondern als «jüdisches» Warenhaus wahrgenommen wurde. Doch gibt es weder «jüdische Warenhäuser» noch «christliche Warenhäuser», es sind Zuschreibungen, die einen gewissen Wahrnehmungshorizont spiegeln. Leon Harris, Autor des Buches *Merchant Princes. An Intimate History of Jewish Families Who Built Great Department Stores*, und selber Spross einer jüdisch-amerikanischen Warenhausfamilie, vermerkte: «This is a book [1979] not about stores but about storekeepers and their families. Even more specifically, it is about Jewish storekeeping families and their influence in their communities, cultural and political as well as economic – an influence so large as to be disproportionate both to their number and to their wealth. If this were only a book about stores, it could not be limited to those owned by

Jews because such stores were no different from those owned by non-Jews. Department stores were neither a Jewish nor an American invention.»⁵ Anders gesagt, man mag von einer «Geschichte der Schweizer Juden» oder einer «Geschichte der Schweizer Katholiken», von «Wirtschaftsgeschichte» oder «Kulturgeschichte» oder von der «Geschichte der Schweiz» sprechen, nicht aber im Sinne einer essenzialisierenden Zuschreibung von «jüdischen Waren» oder «christlichem Detailhandel».

Die Gepflogenheit, «nichtchristliche» von «christlichen» Betrieben zu unterscheiden, wie obiges Attribut «christlich» bezeugt, breitete sich in der Schweiz von Beginn weg in der Gründerzeit der Warenhäuser aus. Bereits 1903, gleichzeitig mit der Etablierung der Warenhäuser überhaupt, erschien im *Israelitischen Wochenblatt* ein Artikel, der gegen die Unterstellung, «alle Grosswarenhäuser seien von Juden gegründet worden», protestierte.⁶ Der Schweizer Statistiker Carl Brüscheiler wies mehr als dreissig Jahre später in seiner 1938 veröffentlichten Studie *Beruf und Konfession in der Schweiz* nach, dass 1930 von 32 bestehenden Warenhäusern 16 einen «israelitischen Geschäftsinhaber» aufwiesen.⁷ 1936 listet die Schrift von Erwin Denneberg 65 Warenhäuser auf, wovon gemäss einer Studie von Aaron Kamis-Müller 41 in jüdischem Besitze waren.⁸ Ein auffallend hoher Prozentsatz also, wenn man bedenkt, dass die Juden zur selben Zeit an der Gesamtbevölkerung der Schweiz nicht mehr als 0,5 Prozent ausmachten.⁹ Solche Feststellungen statistischer Natur, die das «Jüdische» gegen das «Nichtjüdische» stellten, waren in diesem Kontext politischen Erfordernissen geschuldet: «In einer Zeit, da der Religions- und Rassenbegriff in wichtigen Nachbarländern zu einem staatspolitischen Prinzip und die Judenfrage auch bei uns zum Programmpunkt militanter Parteikreise erhoben worden ist, werden statistische Angaben über die Gliederung unserer Bevölkerung nach Beruf und Konfession mehr als je vermisst»,¹⁰ wie Brüscheiler vermerkte.

Um 1930 waren in der Schweiz rund 8000 Männer und 2500 Frauen jüdischen Glaubens erwerbstätig, was einen verschwindend kleinen Bruchteil der zwei Millionen Erwerbstätigen überhaupt ausmachte. Man könne deshalb, wie Brüscheiler spitz an die Adresse antisemitischer Argumente formulierte, kaum von einer «Verjudung» der schweizerischen Wirtschaft sprechen.¹¹ Zudem machten die Juden in keiner Berufsgruppe mehr als 3,5 Prozent aller Erwerbstätigen aus. In den handwerklichen und industriellen Bereichen waren sie marginal vertreten, und in der Landwirtschaft fehlten sie ganz.

Vielerorts waren die Warenhauspioniere jüdischer Herkunft.¹² In Deutschland waren bis auf Rudolph Karstadt alle namhaften Warenhausgründer jüdisch, und ein Grossteil dieser Gründer stammte gar aus derselben Ortschaft, aus dem ehemals zu Preussen gehörenden Städtchen Birnbaum. Auch in den USA wurden viele Warenhäuser von europäischen oder osteuropäischen Juden gegründet. In Grossbritannien wie auch in Frankreich war der jüdische Anteil geringer, in anderen Ländern wie Belgien und Österreich gehörten jüdische Warenhausgründer durchaus auch zu den namhaften Unternehmern. In der Schweiz kann man davon ausgehen, dass rund 50 Prozent aller Warenhäuser von jüdischen Einwanderern gegründet worden sind.

Juden sind in der Kategorie «Unternehmer» oder «Detailhändler», gemessen an ihrem Bevölkerungsanteil, also überproportional vertreten, was sich durch zwei Faktoren erklären lässt: Zum einen verblieben Juden oftmals in angestammten Berufszweigen und wandelten ihr Wissen gewinnbringend in Innovationen um – so eben auch im Handel, der ihnen als Betätigung vor ihrer rechtlichen Gleichstellung offenstand, oft in Kontrast zu jeglichen anderen Berufen, die ihnen aufgrund diskriminierender Verbote weitgehend verschlossen waren. Auch der Zugang zu eigenem Landbesitz blieb ihnen bis zur Emanzipation verwehrt, weshalb sie auch in der Landwirtschaft nicht anzutreffen waren. Als ihnen in der Schweiz auf nationaler Ebene 1866 die Freizügigkeit in der Niederlassung gewährt wurde, verschob sich der Lebensmittelpunkt vermehrt aus den Dörfern in die kleineren und grösseren Städte, wo sie unter anderem auch ihre eigenen Geschäfte eröffnen konnten. So wäre es eine plausible und naheliegende Annahme, dass im Zuge der Handelsrevolution daraus auch Warenhäuser entstanden. Doch gegen eine solche These spricht, dass in der Schweiz keines der grossen Warenhäuser von autochthonen Schweizer Juden gegründet worden ist. Im Gegensatz dazu stehen die Gründungen in Frankreich und Deutschland, wo freilich die Gründung von Warenhäusern weitgehend durch Zuzüger aus der Provinz vonstatten ging und nicht aus autochthonen Stadtbewohnern.¹³ Der Gründer des Pariser Au Bon Marché zum Beispiel, Aristide Boucicaut, war der Sohn eines Hutmachers von Bellême im Departement Orne, der als Hausierer nach Paris gelangte.¹⁴ Überhaupt sind bis auf Alfred Chauchard, den Gründer des Pariser Warenhauses Au Louvre, sowohl alle französischen als auch alle deutschen Warenhausgründer in Kleinstädten auf dem Land gross geworden.¹⁵ Auch in Belgien waren die Warenhauspioniere der ersten Stunde fremde Einwanderer, die weitgehend aus ländlichen Dörfern Frankreichs stammten.¹⁶

Weit mehr lassen sich zum ändern die Möglichkeiten der Mobilität im Rahmen von Urbanisierung und offenen Grenzen während der Formierung von industriegesellschaftlichen Verhältnissen anführen. Im Zeichen des Liberalismus wurden in der Schweiz die ersten Warenhäuser offensichtlich von Zuwanderern gegründet, von italienischen, französischen und vor allem deutschen Staatsangehörigen, unter den beiden Letzteren waren besonders viele Juden. Die um 1900 gegründeten ersten Warenhausunternehmungen in der Schweiz mit den Familien- bzw. Firmennamen Brann, Jelmoli, Loeb, Nordmann, Maus, Nordmann-Bloch, Knopf, Grosch & Greiff, Milliet & Werner und von Felbert waren «ausländische» Gründungen. Nur Globus, Kaiser und Gonset können als autochthone «schweizerische» Gründernamen gelten.¹⁷

Die Schwierigkeit der hier vorgelegten Darstellung liegt im Wesentlichen in der zuweilen als ambivalent gewerteten Frage nach dem spezifisch «jüdischen» Anteil der Warenhausgründer. Und um es gleich vorwegzunehmen: Die Juden haben das Warenhaus nicht erfunden, und selbstredend gibt es – es sei wiederholt gesagt – auch keine «jüdischen» Warenhäuser. Dennoch sind zeitgenössische Zumutungen, die Juden hätten das Warenhaus erfunden oder Warenhäuser seien «jüdisch», aufschlussreiche Aussagen, da sie in historischer Perspektive eine Ambivalenz verborgen halten, die sich bei näherem Hinsehen als Defizit an Erfindungsgeist entpuppt: Den Schweizer «Christen» hätten im

Prinzip alle Türen offen gestanden, selber Warenhäuser zu gründen, und sie hätten nicht dreissig Jahre warten müssen, bis eines der grossen Warenhäuser durch den zitierten Kauf von 1939 «christlich» geworden wäre. In den alten, privilegierten Strukturen verharrend oder gar sich in neokorporatistischen Kartellen verschanzend, begnügten sich die Eingesessenen offenkundig mit dem, was war und was sie hatten, bis innovative Zuwanderer neuartige Formen in Gewerbe und Dienstleistungen «erfanden». Lorenz Stucki generalisiert diese Konstellationen mit dem Fazit des Historikers, dass Ausländer der Schweiz viel Wohlstand gebracht haben.¹⁸ In der Gründerzeit selber warf 1901 Johannes Blumer-Egloff als Beobachter und Kritiker die wohl noch aus dem Kulturkampf herrührende Frage auf, was geschehen würde, wenn Katholiken nur bei Katholiken oder Reformierte nur bei Reformierten ihre Bedarfsartikel einkaufen würden, und er sinnierte, dass es bei einem solchen Ausgang auch die jüdische Bevölkerung treffen würde: «Am schlimmsten erginge es dabei wohl den Israeliten, die [heute] bald überall die Mehrzahl der Detailmagazine besitzen, und vorab die Grossbazare würden hiernach bald leer stehen.»¹⁹

Die Handelsmethoden waren in Wirklichkeit auf der sich industrialisierenden und urbanisierenden Welt überall dieselben: grosser Umsatz, kleiner Preis, schneller Absatz, hohe Produktivität – und diese neuartige, als «revolutionär» empfundene Idee ist weder als «jüdisch» noch als «christlich», noch als «schweizerisch» oder sonst irgendwie essenzialisierbar zu kategorisieren. Jedoch genau dies wurde in der zeitgenössischen Publizistik so gemacht, wenn ein Zeitungsartikel Verkaufsbräuche um 1900 thematisierte: Die Schaufenster, die derart mit Auslagen vollgestopft waren, dass ganz bestimmt kein Tageslicht in die ohnehin trüben Verkaufsräume mehr dringen konnte, werden vom Autor als «Judenfenster» bezeichnet.²⁰ In Deutschland hingegen wurde allein das Wort Warenhaus als solches mit einer «jüdischen Firma» assoziiert.²¹ Anders gesagt: Begriffe als Codes werden in der Untersuchung sehr genau betrachtet und problematisiert werden müssen.²²

Die sogenannte Warenhausfrage wurde in der Schweiz dann dreissig Jahre später zu einem Politikum, als mit dem dringlichen Bundesbeschluss (Warenhausbeschluss, WHB) 1933 das Verbot von Neugründungen in die Bundesverfassung aufgenommen wurde, bis es 1945 wieder zur Aufhebung dieses antiliberalen Diktums kam. Am Entscheid der 1930er-Jahre auf Bundesebene waren auch rechtsgerichtete Kreise mit teils antisemitischen Argumenten nicht unbeteiligt, womit sich die prominenten Befürworter dieses neokorporatistischen Beschlusses in National- und Ständerat in eine heikle Position begaben.

Das Warenhaus vereint unter seinem Dach nicht nur ein immenses «Warenmeer», sondern auch ein Bündel an immer wieder kontrovers diskutierten Gesellschaftsfragen, wie etwa die Rolle der Frau, die zur Sucht gesteigerte Konsumbegeisterung oder die Abhängigkeiten des Verkaufspersonals und dessen Wohlbefindens vom Effizienzstreben der Kapitaleigner. Meinen Fokus habe ich nunmehr auf den Aspekt der jüdischen Unternehmer gesetzt, um mit einem Beitrag zur Kultur- und Wirtschaftsgeschichte der Juden in der Schweiz den empirisch bemerkenswerten Befund dieser Innovations- und Migrationskonstellation zu erhellen. Wir können diese Konstellation als Ausdruck jener Vielgestaltigkeit der Moderne erkennen, in deren Verlauf die beträcht-

liche Akkulturationsleistung der Juden teilhatte an der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung, wobei Missgunst und feindliche Gesinnung gegenüber Juden, gerade angesichts ihres wirtschaftlichen Erfolgs, in Zeiten von Krisen und Verunsicherungen sich schnell wieder Bahn brachen. Auf der Bühne dieses Geschehens ist auch die Herstellung neuer Traditionen des Jüdischen im frühen 20. Jahrhundert zu beobachten. So zum Beispiel der Zionismus, der sozialistische Bundismus versus die seit Anfang des 19. Jahrhunderts entstandenen kulturprotestantischen Reformbewegungen der religiös Liberalen, denen sich in Gegenreaktionen wiederum die Orthodoxie in den Weg zu stellen versuchte. Sie sind nicht Gegenstand meiner Untersuchung, aber sie gehören in den Kontext europäischer Nationalgeschichten und der Verbürgerlichung im Zeichen liberaler und antiliberaler Prämissen, als eine «christliche» Mehrheit und eine «jüdische» Minderheit – so die dichotomen Container einer ungenügenden Beschreibung – einander rhetorisch wie kulturpolitisch gegenübergestellt worden sind.²³

Die hier nur andeutungsweise aufgeworfenen Fragen erlauben uns, in eine Welt einzutauchen, die faszinierender und vielfältiger für eine historische Erzählung nicht hätte sein können. Sowohl das Thema des Warenhauses in all seinen Facetten als auch die jüdischen Warenhausgründer in der Schweiz stellen im engeren Sinne dieses Wortes ein Phänomen dar. Als solches wurden sie, wie wir sehen werden, zur besagten Gründerzeit selber charakterisiert. Als eminenter sozial- und wirtschaftsgeschichtlicher, aber auch kulturanthropologisch relevanter Dreh- und Angelpunkt in der Entwicklung von einer agrar- zu einer konsumorientierten Gesellschaft erweist sich das Warenhaus als ein höchst polyvalenter Schauplatz der Moderne. Es gibt wohl wenig solche Orte, an denen sich der Wandel der Gesellschaft mit all den Erwartungen und Verwerfungen mehr offenbart als am und im Warenhaus.

Multifokales Forschen: Überlegungen zur Theorie und Methode

«Den Menschen, der erkannt wird, machen Natur und Geschichte: aber der Mensch, der erkennt, macht Natur und Geschichte.» Georg Simmel, 1907²⁴

«In der Lebenswelt sind Individuum und System untrennbar miteinander verknüpft»,²⁵ schreibt Heiko Haumann unter Berufung auf Karl Marx, der 1845 das «menschliche Wesen» als «Ensemble der gesellschaftlichen Verhältnisse» bezeichnet hat.²⁶ Für die vorliegende Arbeit kann damit in aller Kürze eine richtungsweisende Aussage gemacht werden. Die jüdischen Warenhausgründer stehen als Individuen, als menschliche Subjekte, im Zentrum dieser Arbeit, dennoch sind sie und ihr Handeln unabdingbar eingebunden in Strukturen und Systeme. Der Philosoph Jürgen Habermas fasst dies in seiner *Theorie des kommunikativen Handelns* unter den Begriffen Kultur und Gesellschaft zusammen, wo alle Teile in einer sich wechselseitig beeinflussenden Abhängigkeit stehen.²⁷ Diese Einsicht in die gegenseitige Bedingtheit von Individuum und Gesellschaft hatte Norbert Elias bereits 1939 nach seiner Flucht aus Deutschland beschrieben: Der Mensch sei kein *homo clausus*, der für sich