

Hotel, Passage, Warenhaus: Urbaner Lebensstil und neue Konsumformen

Das Hotel »Römischer Kaiser«, die Krüger-Passage und das Warenhaus Althoff bildeten zusammen seit den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg eine Sphäre des gehobenen Konsums, der Selbstinszenierung sowie der Schaukunst und der Unterhaltung im Herzen Dortmunds. In der Periode zwischen 1873 und 1912, d. h. zwischen dem Neubau des Hotels und der Einweihung der Passage, wurde im innerstädtischen Areal zwischen Reinoldi-Kirche und Hansastraße ein Ambiente geschaffen, in dem ein neuer urbaner Lebensstil entfaltet werden konnte. Dazu gehörte der Aufenthalt im ersten Hotel am Platz ebenso wie das städtische Flanieren und der Besuch eines Cafés oder Cabarets. Vor allem aber entstand in dieser Zeit ein neues Verhältnis zum Warenkonsum. Das Warenhaus war als Konsumpalast konzipiert, in dem mit reicher Ausstattung durch Verzauberung zum Kaufen verführt werden sollte. Aber auch in der Passage und im Hotel waren Unterhaltung, Warenangebot und Konsum miteinander verwoben.

Beides, die architektonischen Neuerungen und die Veränderungen im Lebensstil, sind im Zusammenhang der Entwicklung Dortmunds zur Großstadt zu sehen. 1894 hatte die Einwohnerzahl die 100 000-Marke erreicht.¹ Zur gleichen Zeit setzte ein Bauboom ein, der das Bild der Innenstadt grundlegend wandelte. In Dortmund hatte der Transformationsprozeß begonnen, der mit dem Begriff der »modernen Urbanisierung« umschrieben wird. Unter diesem Begriff wird die Verstädterung in der Folge der Agrarreformen, der Freisetzung der Leibeigenen und der beginnenden Industrialisierung verstanden. Seit dem Anfang des 19. Jahrhunderts führten immense Bevölkerungswanderungen vom Land in die Städte zu einer wachsenden Vergrößerung der Ballungsräume. Neben der Ausdehnung älterer Städte und der Verstädterung zuvor ländlicher Gebiete fand darüber hinaus eine qualitative Veränderung im Gefüge der Städte selbst statt. Urbanisierung bedeutete auch die Umstrukturierung »aller sozialen Handlungen, Normen und Institutionen.«² Sie umfaßte rechtliche Änderungen ebenso wie verkehrstechnische, hygienische und architektonische. Im Rahmen dieses Prozesses wurden eine neue städtische Kultur und städtische Verhaltensweisen ausgebildet – ein urbaner Lebensstil, zu dessen Voraussetzungen die zunehmende Arbeitsteilung und die Trennung von Arbeits- und Freizeit gehörten.³

Die Urbanisierung verlief zeitlich nicht einheitlich. Sie setzte in den Metropolen wesentlich früher ein als in industriellen Zonen wie dem Ruhrgebiet. Ferner sind im Verlauf des Jahrhunderts Schübe unterschiedlicher

Stärke zu beobachten.⁴ In Dortmund setzte der Prozeß vergleichsweise spät ein, nimmt man das Anwachsen der Bevölkerung und die architektonischen Veränderungen zusammen als Indikator. In den Gründerjahren nahm die Bautätigkeit nur leicht zu. Die umfangreichen großstädtischen Projekte wurden erst nach 1890 realisiert.⁵ Davor lag eine Phase der öffentlichen und privaten Sparsamkeit, in der die typischen Bauaufgaben des 19. Jahrhunderts sozusagen liegengeblieben waren. Vom Straßenwesen bis zum Wohnungs- und Geschäftsbau hatte sich ein Defizit angestaut.⁶ Daraus erklärt sich, weshalb in der innerstädtischen Architektur beginnend mit den Gründerjahren, vor allem aber um die Jahrhundertwende drei Tendenzen gleichzeitig erkennbar werden. Zum einen sollte ganz offensichtlich das Defizit aufgeholt werden. Dazu gehörte, daß Bauaufgaben in Angriff genommen wurden, die beinahe schon aus der Mode waren. In krassem Gegensatz dazu steht die zweite Tendenz, zukunftsweisende Projekte zu realisieren und damit gleich den Sprung ins 20. Jahrhundert zu wagen. Dazwischen entstanden Bauten, die völlig zeitgemäß dem Standard kleinerer Großstädte entsprachen.⁷ Diese Gleichzeitigkeit des architekturgeschichtlich Ungleichzeitigen ist auf beispielhafte Weise am Hotel »Römischer Kaiser«, an der Krüger-Passage und am Warenhaus Althoff ablesbar.

Trotz aller Unterschiede von der Bauaufgabe bis zum Architekturstil weisen die drei Bauten einige wesentliche Gemeinsamkeiten auf. Sie wurden alle von privaten Auftraggebern zusammen mit den von ihnen engagierten Architekten geplant und ausgeführt: der »Römische Kaiser« von Hermann Wenker-Paxmann zusammen mit dem Architekten Hans Markmann, das Krüger-Haus mit der Krüger-Passage von Gustav Krüger mit den Architekten Steinbach und Lutter, das Warenhaus von Theodor Althoff zusammen mit Otto Engler und Wilhelm Kreis. Aus dieser Zusammenarbeit sind Bauwerke hervorgegangen, die in ihrer Funktion und Gestaltung an entsprechenden Vorbildern in den Metropolen orientiert waren. Vor allem schaute man von Dortmund aus auf die Reichshauptstadt Berlin. Bei allen Bauherren ist die Absicht erkennbar, ihren Bauten ein großstädtisches Gepräge zu verleihen – und zwar gleichgültig, ob sie dafür im Blick zurück ins 19. Jahrhundert Beispiele suchten oder mit dem Blick nach vorne sich an modernste Konzeptionen hielten, die soeben errichtet worden waren. Diese Versuche, eine für Dortmund angemessene großstädtische Architektur zu finden, wirkte auf die Gestaltung des gesamten Areals.

Zu den zeitgemäßen Bauten ist der Neubau des Hotels »Römischer Kaiser« von 1873 zu rechnen, der an die Stelle eines traditionellen Gasthofes trat, sowie dessen Erweiterungen zwischen 1897 und 1901. Das gegenüber seinem Vorgängerbau um ein Vielfaches größere und in der Fassadengestaltung anspruchsvolle Gebäude mit seinen eleganten Ladeneinbauten im Erdgeschoß veränderte vollständig den Charakter des Platzes gegenüber der Reinoldi-Kirche. Es markiert den Wechsel im Erscheinungsbild von einer vorindustriellen Kleinstadt hin zu einer Großstadt des 19. Jahrhunderts. Nach dem Neubau des »Römischen Kaisers« wurde auch die umgebende Architektur, wie z. B. das Hotel »Middendorf«, in den Dimensionen und in der Ausstattung an die neuen Vorgaben angepaßt.

Die Passage gehört dagegen zum architektonischen Nachholbedarf. Als 1912 die Krüger-Passage und die benachbarte Hohenzollern-Passage eröffnet wurden, war die große Zeit des Passagenbaus bereits abgelaufen. Es waren die Metropolen Europas – Paris, London, Brüssel –, in denen zu Beginn des 19. Jahrhunderts Passagen als moderne Bazare, als glasgedeckte Durch-

Hotel »Im Römischen Kaiser«, Brückstraße 6, um 1870. Dieses Hotel ist der Vorgänger des späteren Großhotels »Zum Römischen Kaiser«. (Alt-Dortmund-Archiv Karl Neuhoff)



gänge mit Läden, Cafés und Zeitungsständen entstanden. Im Verlauf des Jahrhunderts wurden sie ein fester Bestandteil im Erscheinungsbild einer Großstadt. Wie kein anderer Bautyp des 19. Jahrhunderts steht die Passage als Symbol für die Ausbildung des urbanen Lebensstils. Hier wurde der moderne Flaneur geboren, der die Stadtlandschaft mit ihren Passagen, Nouveautés und Reklamen durchwandert.⁸ Baugeschichtlich gelten die Passagen mit ihren Eisen-Glas-Konstruktionen als Vorläufer der modernen Warenhäuser, die dieses Motiv mit ihren Lichthöfen aufnahmen und weiterführten.⁹

In Dortmund verlief die Entwicklung umgekehrt. Hier wurde erst ein Warenhaus modernsten Typs 1904 errichtet und acht Jahre später folgten dann die Passagen. Das Warenhaus Althoff gehörte zu seiner Zeit zu den zukunftsweisenden Projekten. Das betrifft sowohl die architektonische Form als auch die Funktion des Hauses. Der Architekt Engler lehnte sich bei seinem Entwurf an das Vorbild eines Warenhauses für die Firma Wertheim in Berlin an, das sein Lehrer Alfred Messel wenige Jahre zuvor erbaut hatte. Engler schuf mit dem Dortmunder Warenhaus eine Art Glaspalast des Konsums. Vom Tag der Eröffnung an verfolgte Theodor Althoff modernste Verkaufs- und Werbestrategien. Mit dem Warenhaus fand eine »Demokratisierung des Konsums« statt, indem Niedrigpreisangebote Käufer aus den unteren Schichten anlockten, während die Noblesse der Ausstattung und die entsprechende Präsentation eines gehobenen Warenangebots das Kaufen als eine Form der gehobenen Freizeitgestaltung erscheinen ließen.¹⁰ Bei der Eröffnung konstatierte einer der geladenen Stadtverordneten, daß durch den Bau des Warenhauses »Dortmunds Großstadt-Charakter erheblich gewonnen habe«.¹¹

Mit den Gründerjahren begann die große Zeit der Grand Hotels beziehungsweise der sogenannten Palasthotels. Bei den großen Luxushotels war Paris ebenso Vorreiter für die gesamte europäische Entwicklung wie beim Bau der Passagen und Warenhäuser. Dort eröffnete schon 1855 das »Grand Hotel du Louvre«. Mit Ausnahme von München, das zu dieser Zeit eine ausgesprochen aktive Förderung des Fremdenverkehrs betrieb, folgten die großen Städte in Deutschland mit einigem Abstand: das Hotel »Vier Jahreszeiten« in München wurde 1856/57 erbaut, der »Kaiserhof« in Berlin 1873/74, der »Frankfurter Hof« in Frankfurt 1872/76, das »Dom Hotel« in Köln 1885/86, das »Parkhotel« in Düsseldorf 1900/1902 und das berühmte »Hotel Adlon« in Berlin 1905/1907. Neben der Größe des Hauses und der luxuriösen Ausstattung von der repräsentativen Fassade bis zum Komfort der Gästezimmer war es der »vornehme Charakter«, der diese Hotels von anderen unterschied. Dies galt vor allem für die Hotels in Bahnhofsnähe. Mit der zunehmenden Mobilität

Hotel »Zum Römischen Kaiser«, um 1890. (Alt-Dortmund-Archiv Karl Neuhoff)

durch die Eisenbahn war der Bedarf an Übernachtungsmöglichkeiten erheblich gestiegen. Die Hotels am Bahnhof dienten in erster Linie den praktischen Erfordernissen der Geschäftsreisenden. Luxushotels wurden dagegen eher an exponierter Stelle in der Innenstadt erbaut, häufig in der Nähe von Sehenswürdigkeiten. Sie waren vornehmlich für ein Publikum gedacht, das einen längeren, geruhsamen Aufenthalt am Ort plante.¹²

Der Neubau von 1873, vor allem aber die Aus- und Umbauten des Hotels »Römischer Kaiser« seit 1897 waren daran orientiert, den Standard eines Luxushotels zu erreichen. Mit den verschiedenen Bauabschnitten näherten sich die Auftraggeber schrittweise diesem Ziel, indem das Hotel nicht nur vergrößert, sondern auch im Niveau erheblich angehoben wurde. Der Standort dafür war günstig: im Herzen der Altstadt gegenüber der Reinoldi-Kirche und wenige Schritte vom Marktplatz mit dem Alten Rathaus entfernt. Ähnlich wie eine Reihe von Luxushotels ersetzte auch der Neubau des »Römischen Kaisers« einen Traditionsgasthof an der gleichen Stelle. Die ältesten Notizen zu diesem Gasthof reichen in das Jahr 1555 zurück. Damals hieß das Haus »Im Bock«. Hier logierten 1597 der Kurfürst von Köln und 1609 Markgraf Ernst von Brandenburg, der zum Fürstentag nach Dortmund gekommen war. Ende des 18. Jahrhunderts wurde der alte Gasthof durch ein neues Gebäude ersetzt, das den Namen »Im Römischen Kaiser« erhielt. Von größter Bedeutung für die Nobilitierung des Ortes waren die Besuche König Wilhelms IV. von Preußen, der 1842 und 1851 bei seinem Aufenthalt in Dortmund im »Römischen Kaiser« abgestiegen war.¹³ Wie ein Foto aus der Zeit um 1870 zeigt, war der Gasthof »Im römischen Kaiser« ein schlichtes Gebäude mit Walmdach, drei niedrigen Geschossen und neun schmalen Fensterachsen zur Brückstraße hin. Seine Giebelhöhe war wesentlich niedriger als die der benachbarten Häuser. Die Fassade verlieh dem Platz vor der Reinoldi-Kirche einen einfachen, kleinstädtischen Charakter. Dies sollte sich durch den Neubau gründlich ändern.

Der »Entwurf zum Neubau eines Hotels für Herrn Wenker-Paxmann Dortmund« stammt aus dem Jahr 1872. Die Fassadenzeichnung zeigt ein nun fünfgeschossiges Gebäude, bei dem die Höhe der einzelnen Geschosse bedeutend größer war als bei dem Vorgängerbau. Die Zahl der Achsen war zwar verringert, dafür aber eine größere Breite gewählt worden. Die reiche Bauornamentik war weitgehend in den Formen der Neorenaissance gehalten. Dies bedeutete innerhalb der Auswahlmöglichkeiten historistischer Architekturstile eine Entscheidung für eine klassisch-internationale Formensprache. Das herausragende Merkmal der Fassade zur Brückstraße hin bildete ein vier Achsen breiter Risalit, der in der Entwurfszeichnung noch mit einem flachen Giebel



bekrönt ist. Dieser leicht vorgezogene Bauteil wurde durch eine Pilastergliederung zwischen den Fenstern und einem Balkon auf Konsolen im zweiten Obergeschoß betont.

Die Ausführung des Baus wich leicht von der Entwurfszeichnung ab. Vor allem wurde auf den Giebel verzichtet, nachdem das Gebäude schon ohne diese weitere Bekrönung die doppelte Höhe des Vorgängerbaus erreicht hatte und nach allen Seiten hin die umgebende Architektur erheblich überragte. Diese Veränderung in den Größenverhältnissen und der Wechsel in der Formensprache gab dem Platz einen völlig neuen Ausdruck. Wie ein Fremdkörper mit überproportionalem Gewicht zeigte der Neubau des »Römischen Kaisers« den Beginn einer neuen Zeit an.¹⁴

Über die Aufteilung der Innenräume und ihre Nutzung geben nur die Entwurfszeichnungen Auskunft. Ob die Räume auch in der Tat so ausgeführt wurden, wie auf dem Plan angegeben, kann nicht mit Sicherheit gesagt werden. Der Grundrißzeichnung nach sollte das Hotel 34 Fremdenzimmer in den



Hotel »Zum Römischen Kaiser«, um 1935. Auf der Ecke zur Kampstraße ist bereits der Informator installiert. (Stadtarchiv Dortmund)

oberen Stockwerken erhalten. Hinzu kamen zwei Gesellschaftsräume auf der Beletage sowie Kellnerzimmer und eine Badestube. Für das Erdgeschoß war folgende Raumaufteilung vorgesehen: Man betrat das Hotel von der Brückstraße her und gelangte zuerst in einen Vorflur, dann in den Hausflur. Rechts davon sollte ein Comptoir, die Portiersloge und eine Stube liegen, links folgte auf ein Entré-Zimmer zuerst ein kleiner Speisesaal und hinter zwei Buffeträumen dann der große Speisesaal.¹⁵ Der große Speisesaal wurde nicht nur von den Hotelgästen benutzt, sondern diente auch den Honoratioren der Stadt als würdiger Rahmen für Festlichkeiten. So wurde hier 1876 sowohl des 100. Geburtstages der Königin Luise von Preußen gedacht als auch der Geburtstag Kaiser Wilhelms I. gefeiert. Zu Kaisers Geburtstag – so schrieb die lokale Presse – hatten sich im »Römischen Kaiser« die Mitglieder der staatlichen und städtischen Behörden, Offiziere und Bürger versammelt.¹⁶

Mit dem Jahr 1897 begann für den »Römischen Kaiser« eine Geschichte laufender Um- und Ausbauten. Bis 1885 war es Wenker-Paxmann gelungen, das benachbarte Grundstück Brückstraße Nr. 4 zu erwerben und dieses Gebäude in den Obergeschossen auch noch für seinen Hotelbetrieb zu nutzen. Das Untergeschoß mit den großen Schaufenstern hatte er der Firma Jacob Rose zur Verfügung gestellt, die darin ihre Seiden- und Modewaren ausstellte.¹⁷ Damit begann die Verbindung von Hotelbetrieb und Warenangebot im »Römischen Kaiser«. 1897 starb Wenker-Paxmann. Seine Erben einigten sich darauf, den Besitz in eine Aktiengesellschaft zu überführen, in die auch einige

Freunde der Familie Einlagen hineingaben.¹⁸ Damit schien die finanzielle Grundlage geschaffen zu sein, nun den ganz großen Wurf zu wagen. Wenker-Paxmann hatte den kleinstädtischen Gasthof in ein Hotel mittlerer Größe umgewandelt. Seine Erben planten jetzt, daraus ein großstädtisches Hotel ersten Ranges zu machen. Dieser Plan, dessen Entwürfe sich erhalten haben, konnte nicht vollständig ausgeführt werden. Es mußten Abstriche gemacht werden, da sich innerhalb der dreijährigen Bauzeit die veranschlagten Kosten auf mehr als das Doppelte erhöht hatten. Das Ergebnis war ein Kompromiß. Auf der einen Seite entstand ein Hotel, das fast dreimal so groß war wie der »Römische Kaiser« nach dem Neubau von 1873 und dessen Komfort und Ausstattung im Niveau erheblich angehoben war. Die Kehrseite davon bildeten ein nicht erreichtes Bauziel, das äußerlich an den ästhetischen Einbußen an der Fassade zu erkennen war, die Zahlungsunfähigkeit der Aktiengesellschaft bei Abschluß der Bauarbeiten 1901 sowie die Schädigung von Handwerkern und Bauunternehmern, die zu Teilen Jahre auf ihre Bezahlung warten mußten.¹⁹ Aber Dortmund hatte ein »vornehmes Hotel« erhalten, das überregional konkurrenzfähig war, und ein Gegenüber zur Reinoldi-Kirche, das den städtebaulichen Ansprüchen für die Gestaltung eines zentralen Platzes einer Großstadt genügte.

Für den Um- und Ausbau war schon 1897 der Dortmunder Architekt Hans Markmann engagiert worden. Markmann legte Pläne vor, die sowohl in der Fassadengestaltung als auch im Innenausbau den zeitgenössischen Anforderungen an ein Luxushotel entsprachen. Zur Brückstraße hin sollte eine einheitliche neue Fassade entstehen. Den Plänen zufolge hätte die bestehende Fassade von 1873 wieder heruntergeschlagen werden müssen. Über die gesamte Front sollte eine imposante, weitgehend neobarocke Fassade mit zwei großen Giebelrisaliten gezogen werden. Für den Innenausbau sahen Markmanns Entwürfe folgende Aufteilung vor: Insgesamt sollten 99 Fremdenzimmer eingerichtet werden. Dazu kamen drei Ladeneinbauten und ein Weinrestaurant im Erdgeschoß, zwei Lese- und Schreibzimmer mit Bücherraum, ein Frühstückssaal, ein Konferenzzimmer und ein großer Festsaal mit Vor- und Nebensaal, ferner diverse Büroräume, Garderoben, Gepäckräume, Bäder und Kammern.²⁰ Diese großzügige Raumausstattung der ersten Planung entsprach weitgehend dem Standard, der in der zeitgenössischen Literatur von einem Hotel ersten Ranges gefordert wurde. In einem 1884 erschienenen »Handbuch für Baubehörden, Bauherren, Architekten usw.« lautet die Beschreibung des idealen Luxushotels folgendermaßen: »Für zahlreiche, außerordentlich geschickt ausgestattete Räumlichkeiten zu Gesellschafts- und Unterhaltungszwecken ist in diesen Hotels bestens gesorgt. Neben dem großen, elegant decorierten Speisesaal sind in der Regel noch mehrere Räume vorhanden, wo kleinere Gesellschaften ihre Mahlzeiten einnehmen können; ebenso ist ein für den Kaffee am Morgen besonders geeigneter Saal angeordnet. Ferner befinden sich in diesem Hotel Lese-, Rauch-, Billard- und Spielzimmer, sowie Salons mit Bibliothek und Klavier.«²¹

Ausgeführt wurde der Bau in einer Art Sparfassung. Die Fassade von 1873 blieb erhalten und der Bauteil, der in die Tiefe der Kampstraße hineinreichte, in sehr einfachen Formen ausgeführt. Lediglich der Neubauteil auf der Brückstraße wurde nach den Plänen Markmanns gestaltet. Damit bekam die Schauseite am Platz zwei Fassaden. Verglichen mit der Fassade von 1873 hatte Markmann eine vollkommen andere Formensprache gewählt. Neben das flache Relief des älteren Teils traten nun wuchtigere Gliederungselemente. Der neue Giebelrisalit wurde stärker aus der Mauerflucht herausgezogen. Im

-Hotel Romischer Kaiser, Dortmund



Hotel »Zum Römischen
Kaiser« mit dem Anbau von
1898/1901, Photo um 1910.
(Stadtarchiv Dortmund)

Kleines Restaurant im Hotel
»Zum Römischen Kaiser«,
um 1914. (VEW-Archiv
Dortmund)

zweiten und dritten Obergeschoß erhielt er außen Pilaster und innen zwei Dreiviertelsäulen, die in Form einer Kolossalordnung beide Geschosse zusammenfaßten. Zwischen den Säulen trat ein halbrunder Balkon von einer Karyatide getragen weit aus der Mauer hervor. Der doppelgeschossige Giebel darüber, der von massiven Konsolen gestützt wurde, enthielt eine weithin sichtbare Nischenfigur. Die horizontale Gliederung bildeten Balkone und kräftig profilierte Gesimsbänder. Das ausgeprägte Relief der Bauornamente betonte den Kontrast von Licht und Schatten, was der Fassade eine starke plastische Wirkung gab. Sie bestimmte die Fernsicht auf den »Römischen Kaiser«.

Für die Passanten auf der Brückstraße vermittelten die Gestaltung des Eingangs und der Läden mit ihren Schaufenstern den ersten Eindruck. Der überdachte Eingang führte sowohl in den Bereich der Hotelgäste als auch zu den Festsälen, die auch von den Dortmundern genutzt wurden. Die Innenausstattung war zwar ebenfalls bescheidener ausgefallen als ursprünglich geplant. Aber bei den Festsälen, die die Lokalpresse »fürstlich« nannte, war nicht gespart worden. So mußte die Zahl der Gästezimmer auf 78 reduziert werden, es gab nur noch ein Lese- und Schreibzimmer und der separate Frühstücksraum war gänzlich entfallen. Aber der 200 m² große Festsaal erhielt einen feudalen Charakter durch eine neobarocke Ausstattung. Den Saal überspannte eine flach gewölbte Decke mit Stuckkappen. Die Wände waren mit Stuckornamenten verziert, in die Wand eingelassenen Spiegeln und Nischen mit Büsten darin über den Türen und in den abgeschragten Ecken des Saals. An der Stirnseite befand sich ein großer Kamin. Vor- und Nebensaal waren als lichte Räume mit Glasdächern gestaltet.²²

Festsaal bzw. Großer
Speisesaal im Hotel »Zum
Römischen Kaiser«,
um 1900. (Stadtarchiv
Dortmund)

Zur Eröffnung 1901 feierte die Presse den »Römischen Kaiser« als das »größte und komfortabelste Hotel in Westfalen«. Auch wenn diese Einschätzung in erster Linie der lokalpatriotischen Begeisterung zuzuschreiben ist, so entsprach der »Römische Kaiser« mit dieser Ausstattung knapp dem



Standard eines kleineren Hotels der ersten Kategorie. Nur unwesentlich größer und mit einem geringfügig besseren Komfort ausgestattet waren beispielsweise der 1896/97 erbaute »Essener Hof«, den die Firma Krupp als Privathotel für ihre Geschäftskunden errichten ließ, oder das »Parkhotel« in



Düsseldorf von 1902.²³ Die Ausbauten der folgenden Jahre hatten das Ziel, diese Unterschiede weiter auszugleichen. Außerdem wurden die Ladeneinbauten vergrößert und bekamen dadurch mehr Gewicht im gesamten Erscheinungsbild.

Nachdem die finanzielle Krise überwunden war und mit dem »Römischen Kaiser« seit 1904 wieder Gewinne gemacht wurden, konnte 1909 mit einer baulichen Veränderung begonnen werden. Zu den repräsentativen Gesellschaftsräumen zählte damals auch ein Wintergarten mit Brunnenanlage, exotischen Pflanzen und Sitzgruppen. So erhielten die Architekten Steinbach und Lutter den Auftrag, einen Eckraum als Wintergarten zu gestalten. Das Zimmer wurde mit einer Glaskuppel überwölbt und mit einem Brunnen an der Rückwand ausgestattet, um den herum Palmen aufgestellt wurden. Weitere Umbauten in den Jahren 1912, 1922 und 1926 dienten der Verbesserung der Hoteltechnik und des Komforts. Die Zahl der Bäder und Toiletten wurde erhöht, die Gästezimmer erhielten Doppeltüren und Telefonanschlüsse und eine neue Lüftungsanlage wurde eingebaut.²⁴ 1910 bekamen Steinbach und Lutter den Auftrag, eine Lösung zur Vergrößerung der Ladenflächen zu finden. Ihrem Plan entsprechend wurde zur Brückstraße hin im Erdgeschoß ein Vorbau vor das Gebäude gesetzt, dessen Kanten zum Hoteleingang hin und an der Ecke Kampstraße abgerundet waren. Dadurch wurde Raum für Geschäfte mit großflächigen Schaufenstern gewonnen. Hier installierten sich ein Zeitungs- und ein Zigarrenladen, ein Radiogeschäft sowie ein Laden für Hüte und Schirme und ein Modehaus.

Die Reisenden sahen sich damit von ihrer Ankunft an einem Warenangebot gegenüber, von dem die Suggestion ausging, daß Reisezeit zugleich auch Konsumzeit sei. Dies konnte kaum deutlicher zum Ausdruck gebracht werden als durch den Informator, der 1934 an der Ecke der Ladenzeile angebracht wurde. Der Informator war ein Kasten, dem die Reisenden verschiedenste Adressen in der Stadt entnehmen konnten. Ein weithin sichtbares Reklameschild gab an, wüber der Informator Auskunft geben konnte: »Wo kaufe ich? Wo bestelle ich? Wo speise ich? Wo vergnüge ich mich? Wo



Eingang zum Hotel »Zum Römischen Kaiser« und Ladeneinbauten, Anfang der 1930er Jahre. (Museum für Kunst und Kulturgeschichte Dortmund)

kaufe ich? Wo bestelle ich? Wo speise ich? Wo vergnüge ich mich? Wo wohne ich?» lauteten die offensichtlich für den Touristen zentralen Fragen, wobei bezeichnenderweise die Frage nach den Einkaufsmöglichkeiten an erster Stelle stand.²⁵



Informator, wie er vor dem Hotel »Zum Römischen Kaiser« aufgestellt werden sollte. Werbeprospekt, um 1934. (Bauordnungsamt Dortmund, Hausakte Brückstraße 4-6)

In den Reiseführern wurde der »Römische Kaiser« seit den neunziger Jahren als erstes Hotel in Dortmund genannt. Und in den Anzeigen erschien er unwidersprochen als »Vornehm ältestes Haus am Platze«. Dementsprechend nahmen auch die Übernachtungskosten einen Spitzenplatz ein. So zahlte man 1901 im »Römischen Kaiser« für ein Einbettzimmer pro Nacht zwischen 3,- und 6,- Mark, für ein Doppelzimmer zwischen 6,- und 12,- Mark und für das Frühstück 1,20 Mark. Im »Hotel Burghof« in Bahnhofsnähe kostete das Einzelzimmer 2,40 Mark, das Frühstück 1,- Mark. Den touristischen Stellenwert deuten die vielen Postkarten an, die seit 1900 mit dem »Römischen Kaiser« und dem Platz vor der Reinoldi-Kirche als Motiv auf den Markt kamen. Bezeichnenderweise zeigen diese Karten den Platz stets als verkehrsreichen Ort, auf dem sich Straßenbahnen, Kutschen, Autos und Passanten begegnen. Eine Öffnung des Hotels zum städtischen Leben hin bildeten Unterhaltungsveranstaltungen wie der tägliche Fünf-Uhr-Tee und die Künstlerkonzerte im Weinrestaurant. Der Festsaal stand verschiedenen gesellschaftlichen Ereignissen zur Verfügung: von der Hochzeitsgesellschaft der städtischen Oberschicht bis zu Aktionärsversammlungen und Offizierstreffen.²⁶

1944 wurde das Hotel bei einem Bombenangriff vollständig zerstört. An seiner Stelle wurde nach dem Krieg ein Kaufhaus erbaut: eine städtebauliche Entscheidung zugunsten des reinen Konsums als Vis-à-vis der Reinoldi-Kirche.

Die Passage ist mehrfach als »Stadt im kleinen«, als urbaner Mikrokosmos bezeichnet worden.²⁷ Die Passagen des 19. Jahrhunderts dienten in erster Linie dem Handel. Entlang der Durchgänge reihte sich Laden an Laden, deren Auslagen bequem und ohne Störung durch den Straßenverkehr oder durch schlechte Witterung betrachtet werden konnten. Die Passage war nicht

nur Durchgang, sondern auch ein Ort zum Verweilen. Zwischen den Läden befanden sich meist Cafés und Unterhaltungslokale. Hier mischten sich Konsum und Unterhaltung.

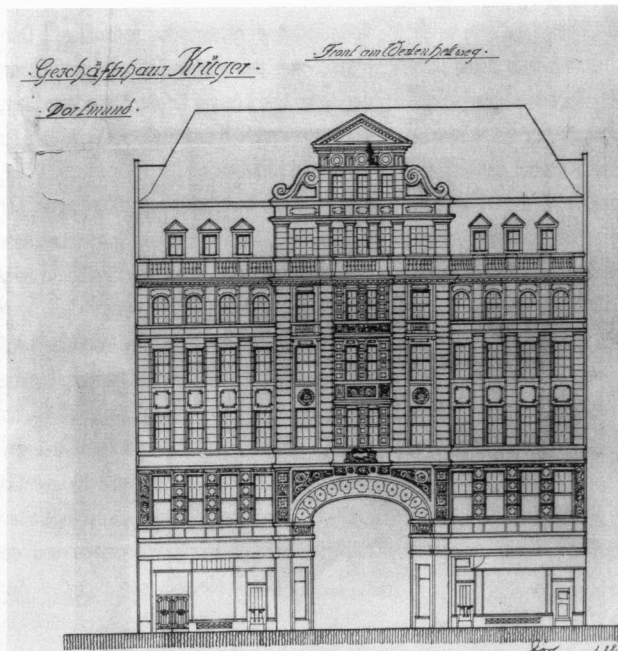
Architektonisch waren die Passagen Zwitter zwischen Innen- und Außenraum. Durch die Überdachung waren sie geschlossen, jedoch ließ das Glasdach – wenn auch gedämpft – das Tageslicht herein. Soweit erschienen sie als Innenräume. Auf der anderen Seite besaßen die Ladenzeilen Fassaden wie an der Straßenseite der Häuser. Optisch wurde so der Durchgang durch die Gebäude selbst zur Straße. Wo sich Passagen verzweigten, entstanden ganze Straßensysteme mit Kreuzungen und Plätzen. Eine solche »Stadt im kleinen« bildete beispielsweise die riesige Kaisergalerie in Berlin. Zwischen Friedrichstraße, Behrenstraße und Unter den Linden gelegen, erstreckte sich diese Galerie mit ihren Stichfluren und Korrespondenzsälen sogar über mehrere Stockwerke. Der 1873 fertiggestellte Bau enthielt nicht nur eine Vielzahl von Geschäften, sondern auch ein breites Unterhaltungsangebot: ein Panorama, ein Restaurant mit Konzert- und Billardsaal, ein Café und eine »Französische Bar«.

»Was für Berlin die Friedrichstraße bedeutet, ist für Dortmund der Westenhellweg.«²⁸ Diesen Satz schrieb 1913 der Zahnarzt, der eine Praxis oberhalb der Passage im Krüger-Haus betrieb, an die Dortmunder Stadtverwaltung. Sein Brief bezog sich auf die Krüger-Passage und die seiner Auffassung nach kleinteiligen Bestimmungen der örtlichen Baupolizei, die den Geschäftsleuten die Anbringung von Reklameschildern untersagte. Mit dem Hinweis auf Berlin konnte der Zahnarzt den Reklamestreit zugunsten der Geschäftsleute beenden. Seit einigen Jahren schien Dortmund von dem Fieber ergriffen, der Reichshauptstadt nacheifern zu wollen. Ein Lokalpatriot hatte die Formel verbreitet, daß Dortmund als »Klein-Berlin« bezeichnet werden könnte. In der Presse wurden ernsthafte Vergleiche angestellt, die sich sowohl auf die Architektur als auch auf den Lebensstil bezogen. So sollte beispielsweise ein derart prächtiger Bau wie das Dortmunder Stadttheater in Berlin nicht zu finden sein. Im gleichen Artikel heißt es: »Eine solche Lebendigkeit auf den Straßen hat – prozentualiter gedacht – die Reichshauptstadt selbst kaum aufzuweisen; Variétés großen Stils, etliche Tingeltangels – so ich natürlich nur im Vorübergehen bemerkt habe – beweisen, daß man hier gern lustig ist.«²⁹

Aber die Uhren gingen in Berlin anders als in Dortmund. Die Berliner Kaisergalerie geriet schon um die Jahrhundertwende wieder aus der Mode. »In der Berliner Passage wächst kein Gras«, schrieb 1918 Karl Kraus über den inzwischen halb verlassenen und heruntergekommenen Ort. Das war sechs Jahre, nachdem in Dortmund die Krüger-Passage eröffnet worden war. Was dort schon abgetakelt war, wurde hier erst als urbanes Ambiente entdeckt. Gehörte in Berlin 1873 eine monumentale Passage »zum Bild der aufstrebenden Großstadt«, so war dies erst 40 Jahre später in den entsprechend kleineren Dimensionen in Dortmund der Fall.³⁰

Bezeichnenderweise wählten die Architekten des Krüger-Hauses und der Krüger-Passage einen Baustil, der gleichermaßen rückwärtsgerichtet war wie der Bautyp selbst. Die Fassade des Hauses war ebenso wie der Innenraum der Passage in den Formen der Neorenaissance gehalten. Zum Westenhellweg hin präsentierte sich der Bau als prächtiges und zugleich gediegenes Bürgerhaus mit Giebelrisalit in der Mitte, dem noch ein Erker vorgelegt war. Bürgerstolz verraten auch die beiden Medaillonköpfe zu Seiten des Erkers, mit denen der Bauherr Gustav Krüger sich selbst und seinem Architekten Hugo Steinbach ein Denkmal setzte. In der Breite des Mittelrisalits und über die ge-

Fassadenzeichnung des Krügerhauses der Architekten Steinbach und Lutter, 1912. (Bauordnungsamt Dortmund, Hausakte Westenhellweg 9, 9 1/2)



samte Höhe der beiden unteren Geschosse öffnete sich der korbbogenförmige Eingang zur Passage. Den Innenraum entwarfen Steinbach und Lutter in einer nachdrücklichen Klassizität. In der Mitte des gut 60 Meter langen Durchgangs befand sich – einem Sakralraum entsprechend – eine Rotunde mit einer kassettierten Kuppel auf hohem Tambour. Die Kuppel wurde von acht Pilastern getragen, über denen, antiken Vorbildern folgend, ein Fries mit Stierköpfen angebracht war. Die sakrale Wirkung des Raumes ging in den fünfziger Jahren verloren, als die Glaskuppel durch ein Flachdach ersetzt wurde. Die beiden Arme des Passagendurchgangs waren mit einem flachen kassettierten Glasdach überdeckt.

In der Planung und im Bau der Krüger-Passage begegneten sich der Klassizismus des Architekten Steinbach und der bildungsbürgerliche Anspruch des Bauherrn Krüger, dessen Buchhandlung den größten Teil des Ladenraums im Erdgeschoß einnahm. Figurale Ornamente an der Fassade und im Passagenraum wiesen auf der einen Seite auf die Welt der Bücher, auf der anderen Seite auf das Cabaret im Obergeschoß hin. Dafür waren ikonographische Symbole gewählt, wie beispielsweise die Darstellung von Affen, Bären und dem Steinbock als Sinnbilder von Lust, Luxus und Begierde, die nur dem Gebildeten verständlich waren. Das Cabaret »Die Jungmühle«, das zweifellos die Attraktion der Passage darstellte und in der Tat einen großstädtischen Flair eintrug, wurde auf diese Weise – je nach Bildungsgrad der Betrachter – mit harmlosen Tierdarstellungen oder feinen bildungsbürgerlichen Anspielungen ummantelt.

Neben der Buchhandlung befanden sich im Untergeschoß der Passage außerdem ein Café mit Conditorei und ein Fotogeschäft, im Obergeschoß eine Musikalienhandlung und die bereits erwähnte Zahnarztpraxis. Das Café Beckmann erfreute sich schnell der Gunst des Publikums. Ein knappes Dreivierteljahr nach der Eröffnung konnte schon an eine Erweiterung gedacht werden. Im Oktober 1913 wurde bei der Stadt der Antrag gestellt, auch im Passagendurchgang Tische und Stühle aufstellen zu dürfen. Damit erhielt die Passage ein Straßencafé, in dem das Publikum geschützt vor Wind und Wetter sitzen und die Passanten beobachten konnte. Ein Holzpodest mit Blumen-

kästen und einem zarten Spalier grenzte das Café gegen den Durchgang ab. 1928 wurden dann auch die Innenräume vergrößert.³¹

Direkt stand ein Berliner Vorbild Pate beim Bau des Dortmunder Warenhauses Althoff. Mit seinen riesigen Fensterflächen und den beiden Lichthöfen im Inneren, um die herum die Verkaufsflächen angeordnet waren, war das Haus am modernsten Warenhausbau seiner Zeit orientiert: an dem Warenhaus Wertheim in der Leipziger Straße in Berlin. Zugleich war es zum Zeitpunkt seiner Eröffnung mit 5000 m² Verkaufsfläche und knapp 500 Angestellten das größte Warenhaus außerhalb Berlins.

Die Geschichte des Hauses ist symptomatisch für die Entwicklung des neuzeitlichen Warenhauses überhaupt.³² Wie bei vielen Warenhäusern lagen seine Anfänge im Textilhandel. Der Gründer Theodor Althoff hatte 1885 von seiner Mutter ein Kurz-, Weiß- und Wollwarengeschäft in seinem Geburtsort Dülmen übernommen. Durch Veränderungen der Geschäftsstruktur, vor allem durch den direkten Ankauf der Waren bei den Fabrikanten unter Umgehung des Zwischenhandels, war es ihm gelungen, den Betrieb in kurzer Zeit auszuweiten und eine Vielzahl weiterer Geschäfte zu gründen: in Rheine, Borghorst, Bocholt, Warendorf, Recklinghausen, Essen, Münster, Duisburg, Gladbeck, Lippstadt, Coesfeld und Remscheid.³³ Nach knapp zwanzig erfolgreichen Jahren im Textilhandel wagte Althoff, ein Warenhaus mit einer breiten Angebotspalette von Holzpantinen bis zu Lebensmitteln der Luxusklasse zu organisieren. Für den Bau in Dortmund engagierte er Otto Engler, einen Schüler des Warenhausarchitekten Alfred Messel. Für Engler war der Dortmunder Auftrag das erste Warenhaus seiner Architektenaufbahn, in deren Verlauf er zum Spezialisten für Waren- und Geschäftshäuser wurde.³⁴

Warenhaus Theodor Althoff, Westenhellweg/Hansastraße, um 1905. (Stadtarchiv Dortmund)



Messels Bau für die Firma Wertheim, dessen erster Bauabschnitt 1896/97 fertiggestellt wurde, gilt als Prototyp des deutschen Warenhauses. Messel war es damit gelungen, eine unverwechselbare Form für diese Art des Geschäftshauses zu finden.³⁵ Kennzeichnend waren nach außen hin die dominierenden Glasflächen der Fenster, die die gesamte Geschoßhöhe einnahmen und lediglich von starken Pfeilern und einem zarten Gitter von Eisenstäben durchbrochen waren. Das Portal zur Leipziger Straße hin war risalitartig betont, das Erdgeschoß im Eingangsbereich erhöht, die Fenster des ersten und zweiten Obergeschosses mit Korbbögen überfangen, über denen im dritten Obergeschoß ovale Fenster angebracht waren. Das Innere wurde von dem großen Lichthof bestimmt. Dieser Lichthof diente nicht nur dem praktischen Zweck der Beleuchtung. Er war vor allem für die Einstimmung der Be-

sucher und Käufer von größter Bedeutung. Messels Lichthof war von einem flachen tonnengewölbten Glasdach überdeckt. Der Raum wurde durch massive Pfeiler rhythmisiert, die unter dem Dach durch Rundbögen abgeschlossen wurden. An der Schmalseite, die dem Eingang gegenüberlag, hatte Messel eine Treppenanlage in den Raum hineingezogen. Ein Wandteil dahinter mit Dreiecksgiebel und einer Metallsonne in einer Rundbogenöffnung verlieh dem Raum einen weihvollen Charakter, indem er Assoziationen an einen Altaraufbau weckte. Zu dieser Inszenierung gehörte außerdem eine gewaltige Skulp-

Hansastraße mit dem Warenhaus Theodor Althoff und dem Anbau von 1911/12 im Hintergrund. Um 1913. (Stadtarchiv Dortmund)



tur am Fuß der Treppe, die eine Allegorie der Arbeit darstellte. Messel hatte damit den Lichthof zum Sakralraum des Konsums gestaltet.

Mit Messels Bau hatte Berlin sein erstes Warenhaus erhalten. Hier begann um die Jahrhundertwende eine Umstrukturierung in den Konsumformen, wie sie zuvor nur die Metropolen Europas gekannt hatten. In den folgenden beiden Jahrzehnten erfasste dieser Wandlungsprozess die wichtigsten deutschen Großstädte. Bevor das Warenhaus als Bautyp entwickelt wurde, war es eine reine Geschäftsform mit neuartigen Prinzipien. Kennzeichnend dafür waren die Vereinigung möglichst aller Verbrauchsgüter des täglichen Lebens unter einem Dach, der Grundsatz, Gewinn durch große Umsatzmengen mit relativ geringer Profitmarge am Einzelstück zu erzielen, Einkauf direkt beim Produzenten, feste Preise, mit denen die Ware ausgezeichnet wurde, die Freiheit vom Kaufzwang und ein umfassender Service vom Umtauschrecht bis zur Auslieferung der Waren ins Haus.

Diesen Prinzipien folgten die ersten Pariser Warenhäuser, die um die Mitte des 19. Jahrhunderts gegründet worden waren: der »Bon Marché« 1852, »Les Grands Magazins du Louvre« 1855, das »Printemps« 1865 und das »Samaritaine« 1869.³⁶ Anfänglich waren die Warenhäuser in verschiedensten Bauten untergebracht – selbst in Wohnhäusern. Die »Grands Magazins du Louvre« mieteten zuerst das Untergeschoß des »Hotel du Louvre« und nahmen nach und nach das ganze Hotel ein.³⁷ Die ersten Warenhausbauten gruppierten die verschiedenen Verkaufsabteilungen um einen zentralen Lichthof, wie vormals in den Passagen die einzelnen Läden den glasgedeckten Durchgang flankierten. Das erste Gebäude dieses Typs wurde 1863 für das Warenhaus »La Belle Jardinière« errichtet. Es folgten der Bau für den »Bon Marché« 1876, an dem unter anderem der Architekt des Eiffelturms beteiligt war, und 1881 bis 1889 das Warenhaus »Printemps«. Die Lichthöfe dieser Häuser waren prachtvoller Mittelpunkt einer Verkaufsmaschinerie, in der der Konsum als Fest inszeniert wurde. In den meisten dieser Lichthöfe befanden sich mehrläufige Treppenanlagen und Brücken, die in den Obergeschossen die

Verkaufsräume miteinander verbanden.³⁸ Den Lichthof als Festraum hatte Messel von den Pariser Warenhäusern übernommen. Darüber hinaus entdeckte er eine Lösung für die Fassadengestaltung, bei der das Warenhaus als Glaspalast erschien und die die Möglichkeit bot, schon von außen die Vielfalt der Waren zu erahnen.

Zwischen 1898 und 1903 folgten auf Messels Warenhaus in Berlin die Bauten für die Firma Tietz in der Leipziger Straße und ein zweites Haus für Wertheim in der Rosentaler Straße. In Straßburg entstand das Warenhaus Knopp und in Frankfurt der »Grand Bazar«. Als Althoff den Auftrag für das Dortmunder Warenhaus vergab, waren sechs Jahre seit der Eröffnung des ersten Berliner Warenhauses vergangen und gerade eine Handvoll Bauten im neuen Typus im gesamten Reichsgebiet errichtet.

Otto Engler übernahm von seinem Lehrer die architektonischen Grundprinzipien und wandelte sie für die Dortmunder Situation ab. Althoff hatte ein Areal erworben, das von drei Straßen flankiert wurde: dem Westenhellweg, der Schwarze-Brüder-Straße und der damaligen Jacobstraße, der heutigen Hansastraße. Für den Bau des Warenhauses wurden zuerst acht Gebäude niedergelegt und die Straßenführung begradigt.³⁹ Als Engler 1903 mit den Planungen begann, stand er vor der Aufgabe, drei Fassaden zu gestalten und ein nicht ganz regelmäßiges, längsrechteckiges Grundstück so auszunutzen, daß eine Orientierung des Baus mit einem Hauptportal zum Westenhellweg hergestellt werden konnte. Wie schon Messel beim Wertheim-Bau setzte auch Engler eine mehrläufige Treppenanlage mit integrierten Fahrstühlen an die Schmalseite des Hauses, die dem Hauptportal gegenüberlag. Damit wurden die Besucher durch die gesamte Tiefe des Hauses geleitet, wenn sie in die Obergeschosse gelangen wollten. Gegenüber dem Berliner Vorbild führte Engler jedoch eine bedeutsame Veränderung ein. Hatte Messel zwischen Eingang und Treppe den überschaubaren Lichthof gesetzt, so spannte Engler genau in die Mittelachse einen Verkaufsraum in Geschoßhöhe, der links und rechts von je einem vergleichsweise schmalen Lichthof eingefasst war. Für den Besucher war die Situation damit auf den ersten Blick weniger übersichtlich. Der Gewinn der Lösung lag darin, daß ein Rundgang hergestellt wurde, wenn das Publikum den Weg durch die Lichthöfe wählte. Dadurch hatte Engler eine zentrale Forderung erfüllt, die in der zeitgenössischen Literatur zum Warenhaus zu finden war. Darin hieß es, beim Warenhausbau solle der Ausstellungscharakter der Warenpräsentation stärker beachtet werden. Den Architekten wurde empfohlen, sich dafür ein Beispiel am Museumsbau zu nehmen, der durch Rundgänge die Ausstellungen erschließt. So schrieb noch 1911 Ernst Spindler in der »Berliner Architekturwelt«: »Als Rundgang, ungestört, ohne Gegenströmung soll sich der Weg der Besucher gestalten. Was man für einen Museumsbau von altersher als selbstverständlich ansieht, das muß doch erst recht für ein Warenhaus Geltung haben.«⁴⁰ Die Lichthöfe Englers nahmen den Charakter sakraler Weihe zurück zugunsten einer funktionaleren Lösung für die Zirkulation des Publikums. Beide Lichthöfe waren durch Arkaden gegliedert – vier in der Länge und eine in der Breite –, die über dem vierten Geschoß mit Korbbögen geschlossen waren. Darüber befand sich im fünften Geschoß eine etwas niedrigere Galerie. Dieser Aufbau entspricht dem Grundprinzip der Außenfassade, wodurch Engler bei den Lichthöfen ein ähnliches Changieren zwischen innen und außen herstellte, wie es für die Passagen typisch war.⁴¹

An allen drei Fassadenseiten bildete die Vertikalgliederung mit Pfeilern und flachen Korbbögen über dem vierten Geschoß und einer Galerie im



Blick auf den Hansaplatz mit
Wochenmarkt und Anbau des
Warenhauses Theodor Althoff.
1920er Jahre. (Presseabteilung
Karstadt Dortmund)

Verkaufsraum im Erdgeschoß
des Warenhauses Theodor
Althoff, um 1925. (Presseab-
teilung Karstadt Dortmund)



fünften das Grundmotiv. Auch darin lag eine Variation zu Messels Berliner Fassade, die ein ähnliches Motiv im Risalit aufwies. Wie die Arkaden der Lichthöfe den Durchblick in die Verkaufsräume von innen her gewährten, so erlaubten die Fensterflächen zwischen den Pfeilern der Fassaden schon von außen den Einblick in das vielfältige Warenangebot. In Dortmund wurden alle diese Fenster – und nicht nur die des Erdgeschosses – als Schaufenster aufgefaßt. In einem Zeitungsartikel zur Eröffnung des Hauses war bewundernd und durch Fettdruck hervorgehoben von den insgesamt »99 Riesen-Schaufenstern« die Rede.⁴² Die größten Fensterflächen dienten darüber hinaus zur Akzentuierung der Fassade über dem Hauptportal am Westenhellweg, über der Treppenanlage an der Fassade Schwarze-Brüder-Straße und an den seitlich flankierenden Achsen an der Jacobstraße. Hier hatte Engler das weit ausladende Traufgesims in einem schwungvollen Bogen über die sonstige Traufhöhe hinausgezogen und damit die Fensterflächen erheblich vergrößert. Dadurch war es gelungen, in stärkerem Maße noch als bei Messels Fassade für Wertheim dem Warenhaus Althoff die Transparenz eines Glaspalastes zu verleihen. Darin wies sein Bau Ähnlichkeiten mit den Warenhäusern für Tietz in Berlin und für Knopp in Straßburg auf.

Das Warenhaus Althoff bedeutete für Dortmund in architektonischer und ökonomischer Hinsicht einen Sprung aus dem Provinzialismus und einer gewissen Rückwärtsorientierung. Dementsprechend war die Eröffnung am 7. Dezember 1904 ein Ereignis für die Stadt und das gesamte Umland. Die Presse berichtete, daß ungefähr 100000 Personen am ersten Tag das neue Warenhaus besuchten und daß die Züge nach Dortmund voller Schaulustiger gewesen seien. Die Polizei habe Probleme gehabt, mit dem Massenansturm auf dem Westenhellweg und an den Eingängen des Warenhauses fertig zu werden. Daneben gab es ein Festprogramm von der Einweihungsfeier mit den Vertretern der Stadt bis hin zum intimen Zirkel von Familie und Firma beim Essen im Hotel »Römischer Kaiser«. Schließlich waren auch noch Vertreter der Konkurrenz erschienen, Inhaber von größeren Geschäften, die zu Teilen auch Warenhäuser genannt wurden, in der Tat aber große Detailhandels-geschäfte darstellten. Sie ließen sich über die neuen und zukunftsweisenden Geschäftsprinzipien informieren.⁴³

Diesen Leuten muß es wie die Quadratur des Kreises erschienen sein, daß Althoff Masse und Klasse, Mengenumsatz und Luxusgüter unter einem Dach zusammengebracht hatte. Luxuriöse Großzügigkeit wurde in der gesamten Ausstattung des Hauses vorgeführt. Dies begann mit den Schaufenstern, die in polierter Bronze gefaßt waren und von 90 Bogenlampen be-

leuchtet wurden, und wurde fortgeführt in den Eingängen, wo Marmorverkleidungen mit Spiegeln wechselten. Bis auf die Lebensmittelabteilung war das ganze Haus mit Parkettfußboden ausgelegt. Die Treppenanlage umfaßte zwei Fahrstühle mit Kabinen aus silbergrauem Ahorn. Die dreiläufige Treppe war mit insgesamt 100 Bronzekandelabern ausgestattet. Hinter der Treppe befanden sich Glasmalereien mit den Darstellungen »Die Königin der Mode«, »Handel und Industrie« und »Zeit und Weisheit«. Die Themenwahl der Bilder mit der »Königin der Mode« an der Spitze machte deutlich, an wen die luxuriöse Zurschaustellung der Waren sich in erster Linie richtete. In den frühen Abhandlungen über Warenhäuser war schon bemerkt worden, daß vor allem die Frauen als Kundinnen gewonnen werden müßten.⁴⁴ Es waren überwiegend die Frauen aller Schichten, die auch damals den Einkauf für die Familien übernahmen. Die Werbung der Warenhäuser wurde auf allen Ebenen zunehmend eine Werbung um die Frau, konzentriert auf die weiblichen Bedürfnisse und Eitelkeiten. Schon 1883 hatte der französische Schriftsteller Emil Zola einen Roman veröffentlicht, in dessen Zentrum ein Warenhaus steht. Bezeichnenderweise trägt er den Titel »Au bonheur des dames«, in der deutschen Übersetzung »Das Paradies der Damen«. Darin sind die subtilen Verführungskünste in der Werbestrategie der Warenhäuser beschrieben. Althoff hatte sich von Anfang an diese Strategien zu eigen gemacht. Dies belegt nicht nur die fast sakrale Glasmalerei mit der »Königin der Mode«. Die gesamte Warenaufstellung schien darauf ausgerichtet, schon im Erdgeschoß den weiblichen Blick einzufangen. Hier waren am Tag der Eröffnung im mittleren Verkaufsraum Modewaren, Spitzen, Parfümerieartikel, Bijouterie, Drogeriewaren und kleinere Lederwaren ausgestellt, in den Lichthöfen Seiden, Taschentücher, Schürzen, Kurzwaren, Knöpfe und seidene Bänder auf der linken Seite und auf der rechten Handschuhe, Strümpfe, Wolle und anderes. Außerdem richteten sich der Modell-Salon für Putz und der Erfrischungsraum im ersten Obergeschoß besonders an die Damen.

Der Modell-Salon war außergewöhnlich elegant ausgestattet mit Bronzeteilungen, 200 Lampen und großzügigen Räumen für die Anprobe. Der Erfrischungsraum sollte dagegen »dem Publikum die Anstrengung des Kaufens erleichtern, ihm Erholung, Erfrischung und Bequemlichkeit gewähren«.⁴⁵

Leuchtreklame für eine
»Weiße Woche« am Waren-
haus Theodor Althoff, Ende
1920er Jahre. (Presseabtei-
lung Karstadt Dortmund)



Teppichsaal im Warenhaus
Theodor Althoff, um 1911.
(Stadtarchiv Dortmund)



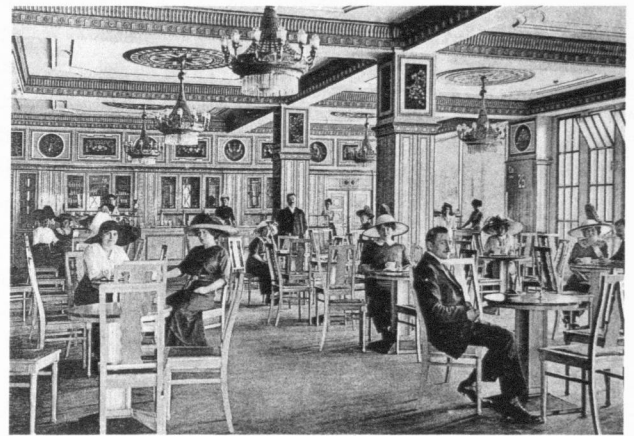
Dabei war besonders an die Damen gedacht, die zum einen eventuell schneller angestrengt sein könnten als die männlichen Käufer, für die aber zum anderen der Besuch eines öffentlichen Lokals aus Schicklichkeitsgründen ein Problem darstellen könnte. Die Frauen der Jahrhundertwende sollten innerhalb des Warenhauses einen Ort finden, an dem sie sich ausruhen konnten, ohne das Gefühl zu haben, Anstoß zu erregen. Den Frauen sollte Bequemlichkeit und Ruhe geboten werden, damit sie sich lange im Haus aufhalten konnten, die Waren eingehend betrachteten – und natürlich kauften. Der Dortmunder Erfrischungsraum war derart exquisit gestaltet, daß in der Presse eine längere Beschreibung davon erschien: »Blau gebeiztes Eichenholz mit reichen, von innen beleuchteten farbigen Verglasungen und Spannstoffeinlagen bilden ein reizvolles Ensemble. Nach dem Verkaufsraum zu vermitteln zwei gewaltige Bögen den Zugang. Die Bögen sind durch Skyros=Marmor=Säulen seitlich abgeschlossen und fassen einen Wasserspeier und einen reizvollen Marmorbrunnen ein. Reichornamentierte Bildhauerarbeiten sind in der Brunnenverkleidung im blütenweißen Marmor eingefügt. Die Decke ist in weißer englischer Linkrusta gehalten und hat als herrlichen Schmuck ein Bronze=Mittelstück mit unzähligen Glühlampen. Um dieses Mittelstück herum ist die Decke in Felder eingeteilt, deren jedes mit einer Bronzeinlage versehen ist. Den Rückabschluß des Erfrischungsraumes bildet ein Buffet von neun Meter Länge, das bei allem Reichtum von Gold, Spiegel, Bronze und Glas durch ruhige Formen sehr vornehm wirkt. Das ganze Mobiliar, die Ausgabentheke, die Marmortische, die Lederstühle, alles ist so vollendet und einheitlich durchgeführt, daß man den Erfrischungsraum als den Clou dieses sehenswerten neuen Hauses bezeichnen darf.«⁴⁶ Das Warenhaus vermittelte den Eindruck, daß über den Konsum alle an diesem Luxus teilhaben konnten.

Es war der Wechsel zwischen Luxus- und Konsumgütern des täglichen Bedarfs, der diesen Eindruck noch verstärkte. Im ersten Obergeschoß lagen der Modell-Salon und die Damen- und Mädchenkonfektion einander gegenüber. In der Nähe des Erfrischungsraumes befanden sich die Abteilungen für Optik, Reiseartikel, Lederwaren, Schuhe und die Knabenkonfektion. Dieser Wechsel zog sich durch alle Geschosse. Im zweiten Obergeschoß lag der ebenfalls besonders ausgestattete und ausgeleuchtete Kunst-Salon in der Mitte zwischen den Verkaufstischen für Gardinen und Tischdecken und der Spielwaren- und Uhrenabteilung. Im dritten Obergeschoß schließlich befand sich neben Bettfedern, Daunens und fertigen Betten die größte Attraktion des Hauses: die Lebensmittelabteilung mit der Fischhalle – die erste Lebensmittelabteilung in einem deutschen Warenhaus. Das Angebot reichte von den Grundnahrungsmitteln bis hin zu den Delikatessen. Bei Althoff wurde alles an-

geboten: grobe Graupen für 10 Pfennige das Pfund, Linsen, Erbsen, Reis und einfache Plockwurst zu 88 Pfennig das Pfund bis hin zu Krebsbutter in Tuben, Hummer in Dosen oder lebende junge Tauben und Gänse, Pommery- und Heidsieck-Champagner, Weine aus Deutschland und Frankreich, aber auch Salmos und Sherry. Die Fischhalle offerierte lebende Aale, Schleie, Karpfen, Schellfisch und Knurrhahn, Schollen, Seezungen, Zander und rotfleischigen Salm, um nur einige Fischarten zu nennen.⁴⁷

Im Warenhaus fand die Gewöhnung des Publikums an frisches Obst und Gemüse statt, das nicht der Jahreszeit entsprach und aus anderen Klimazonen importiert werden mußte. Mitten im Winter, am 9. Februar 1905, bot Althoff beispielsweise frischen französischen Spargel an, Artischocken, canarische Tomaten, französischen Kopfsalat, Brüsseler Weintrauben – die »Luxus-Packung Pfund 1,65 Mark« – sowie Ananas. Die Werbung in den Tageszeitungen operierte mit einer Mischung von Exotik und Masse. Mit fettgedruckter Überschrift wurde beispielsweise »ein Waggon frisches Obst und Gemüse« angekündigt.⁴⁸ Die Welt lag Dortmund gleich waggonweise zu Füßen. Und sie wurde in der Lebensmittelabteilung in Türmen und Wänden von Konserven vorgeführt. Die Konserve war ideal für den Massenumsatz und damit für das Warenhaus: haltbar und einfach zu transportieren sowie massenweise stapelbar. Mit der Ausbreitung der Warenhäuser, die für diese Form der Lebensmittel nachhaltig Werbung betrieben, nahm die Konservenfabrikation einen rapiden Aufstieg.⁴⁹

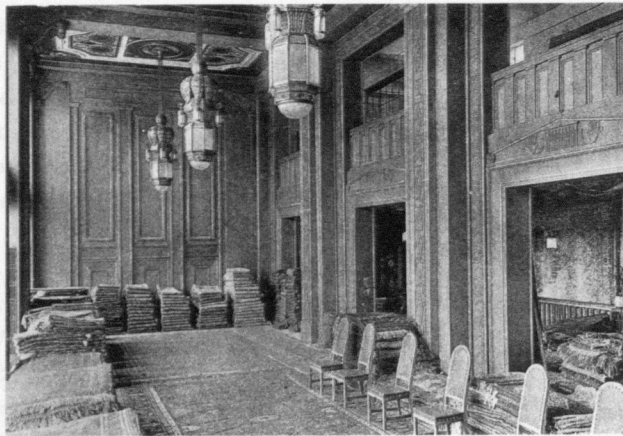
Der neue Erfrischungsraum
im Warenhaus Theodor
Althoff, um 1912. (Presseab-
teilung Karstadt Dortmund)



Althoffs Verkaufsstrategie erwies sich vom ersten Tag an als profitabel. Aus einem Brief an einen Freund, den Althoff drei Tage nach der Eröffnung schrieb, geht hervor, daß am Eröffnungstag in fünf Stunden 11200,- Mark eingenommen wurden, am zweiten Tag 24500,- und am dritten Tag 24000,- Mark. Für den Rest des Monats Dezember kalkulierte Althoff einen Umsatz von 450000,- bis 500000,- Mark. Zu seiner Doppelstrategie von Billig- und Luxusangeboten schrieb Althoff in diesem Brief: » Es werden die teuersten Sachen bei uns verlangt, andererseits scheint sich auch das Massenpublikum ganz wohl bei uns zu fühlen... Einen durchschlagenden Erfolg hatte auch die Lebensmittelabteilung.« Als Zukunftsperspektive entwarf er folgendes Bild: »Ich habe heute das Gefühl, daß wir in Dortmund umschlagen können, was wir wollen, resp. was die Größen-Verhältnisse des Hauses nur immer zulassen, und dass das Haus in absehbarer Zeit zu klein werden wird.«⁵⁰ Mit dieser Prognose sollte Althoff recht behalten.

Owohl man annehmen könnte, daß in dieser Situation keine weitere Reklame mehr notwendig gewesen wäre, startete Althoff mit der Eröff-

Teppichsaal im Warenhaus
Theodor Althoff, um 1912.
(Stadtarchiv Dortmund)



nung eine umfangreiche Kampagne in den Dortmunder Zeitungen. Im ersten Geschäftsjahr verging nicht eine Woche ohne eine Anzeige des Warenhauses, die mindestens eine Viertelseite, meist aber eine ganze Zeitungsseite in Anspruch nahm. Im Design waren die Anzeigen großzügig und unterschieden sich auffällig von den kleinteiligen Gestaltungen, wie sie in den Dortmunder Zeitungen üblich waren. Zwei Tage vor der Eröffnung erschien in der Presse ein ganzseitiger Orientierungsplan für das Haus. Danach folgten in kurzen Abständen Anzeigen für Sonderangebote, damals »Special-Angebote« genannt. Es gab Sonderangebote für einzelne Warengruppen – Filzschuhe oder Glacé-Handschuhe – wie auch für Verbrauchergruppen, zum Beispiel mit den Kinder-tagen.⁵¹ Die laufenden Sonderangebote wurden ergänzt durch die sogenannten »Weißen Wochen«, Wochen mit erheblicher Preisreduktion, die von allen Warenhäusern veranstaltet wurden, um saisonale Tiefpunkte im Verkauf auszugleichen. Als besonderen Werbegag organisierte Althoff im Januar des Jahres 1905 eine »Weiße Woche«, im wörtlichen Sinn, in der weiße Artikel besonders preiswert angeboten wurden. Außerdem ließ er sämtliche Innenräume und neunzehn Schaufenster vollkommen in Weiß dekorieren. Wie bei der Warenpräsentation sollten auch in den Anzeigen die Frauen besonders angesprochen werden. Damengarderobe, wie Kleider und Kostüme, wurde in der Zeitung abgebildet. Große Aufmerksamkeit widmete die Werbung den Modell-Hüten und dem Putz. Zum Thema der Modell-Hüte kam es sogar zu einem regelrechten Reklamekrieg zwischen Althoff und dem Modehaus Ludwig Clemens.⁵²

Hutsalon im Warenhaus
Theodor Althoff, 1928.
(Presseabteilung Karstadt
Dortmund)

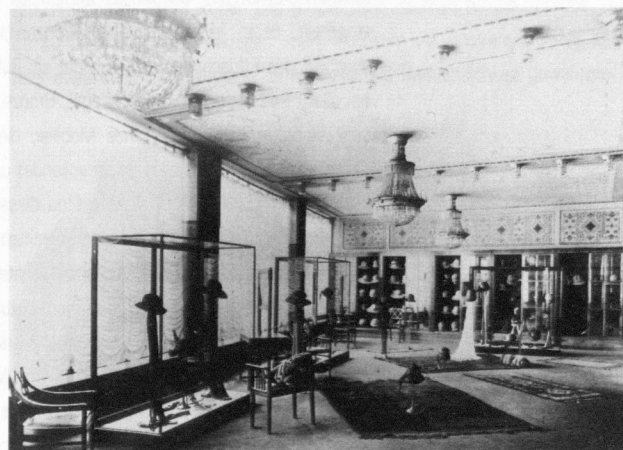
Aber auch andere Auseinandersetzungen wurden in der Presse ausgetragen, wie beispielsweise der Margarine-Skandal von 1905. Das Warenhaus wurde beschuldigt, Margarine niedriger Qualität als erstklassig ausgegeben und zu überhöhten Preisen verkauft zu haben. Darauf antwortete Althoff mit dem Mittel der Anzeigen: Öffentlich erklärte er, daß die beanstandete Margarine nicht mehr bezogen werde, ein Restposten davon noch zu Schleuderpreisen verkauft würde, in seinem Geschäft aber grundsätzlich »durchweg nur hochfeine Ware geführt« werde.⁵³ In der Folge des Margarineskandals wurde Althoff vom »Schutzverein gegen Warenhäuser«, einer Organisation der Spezialgeschäfte, scharf angegriffen. Ihm wurden Kundentäuschung und eine unangemessene Preis-Leistungs-Relation vorgeworfen. Althoff reagierte darauf mit einer Erklärung von einer halben Zeitungsseite, in der er vorschlug, daß eine unabhängige Kommission die Vorwürfe gegen sein Geschäft prüfen solle. Diese werde feststellen, daß im Warenhaus Artikel gleicher Qualität sogar 10 bis 50% preiswerter seien als in den Spezialgeschäften. Althoff ging so weit zu behaupten: »Hieraus soll gefolgert werden, daß das Warenhaus, wie

es von der Firma Althoff eingerichtet ist und geführt wird, im Interesse der Konsumenten unbedingt ein sozialer Fortschritt ist.«⁵⁴ Die Prüfung fand nie statt und die Frage des sozialen Fortschritts stand zur Diskussion weiter offen.

Einen Teil der Werbestrategie bildeten auch die Ausstellungen. War von der Warenhausarchitektur gefordert worden, sie sollte dem Vorbild der Museen folgen, so holte Althoff Museumsstücke in sein Warenhaus hinein. Für eine Ausstellung zum Thema »Material und Herstellung von Webwaren« war es ihm gelungen, verschiedene Modelle von Webstühlen und eine Sammlung alter und neuer Seidenstoffe als Leihgaben aus dem Königlichen Gewerbemuseum in Krefeld und aus der dortigen Webschule zu erhalten.⁵⁵

Sechs Jahre nach der Eröffnung bewahrheiteten sich Althoffs Umsatz-Prognosen. Man kann nur vermuten, wie hoch die Gewinne gewesen sein mußten, daß innerhalb derart kurzer Zeit die Finanzkraft für die Investition in einen Neubau vorhanden war. 1910 beauftragte Althoff den Düsseldorfer Architekten Wilhelm Kreis mit einem Anbau, der das bestehende Warenhaus erheblich erweitern sollte. Dafür wurden Baulinien und Straßenführung an der früheren Jacobstraße – inzwischen Hansastraße – an der Schwarze-Brüder-Straße und am Hansaplatz verändert. Die Schwarze-Brüder-Straße verschwand an dieser Stelle. Der Bau wurde an der Hansastraße entlang bis zum Hansaplatz gezogen. Der Entwurf von Kreis setzte einen harten stilistischen Kontrast zu den Formen des Engler-Baus. Kreis wählte eine monumentale Formensprache, die die Steinflächen der Wände und der Streben in den Fensterzonen ebenso betonte wie steile Dachflächen. Die Glasfenster verschwanden optisch in der Tiefe der Wand. Damit wirkte der Baukörper geschlossen und massiv.

Das Innere organisierte auch Kreis um einen Lichthof herum. Im Rahmen einer Umverteilung der Funktionen im gesamten Warenhaus wurde der Erfrischungsraum in das erste Obergeschoß des Anbaus verlegt, damit vergrößert und um einen kleineren Teesalon erweitert. Die größte Neuerung in der Innenausstattung war ein Teppichsaal, der in der Höhe über zwei Stockwerke geführt wurde. Teppichsäle gehörten zu den Attraktionen der frühen Waren-



häuser und hatten einen immensen Publikumserfolg. In einem Standardwerk zur Warenhausarchitektur von 1912 wurde die Einrichtung eines Teppichsaals mit folgender Begründung empfohlen: »Wie der Lichthof hat auch der Teppichsaal neben dem praktischen Zweck als Verkaufsraum vorwiegend einen repräsentativen.«⁵⁶ In Teppichsälen wurde gerne mit üppigem Arrangement orientalische Exotik inszeniert. So wurden im Dortmunder Teppichsaal nicht nur auf dem Boden Teppiche ausgelegt und gestapelt. Teppiche und Kelims

hingen außerdem an den Wänden und bogenförmig unter der Decke. Dazu waren orientalisierende Möbelstücke im Raum drapiert. 1913 bat Althoff bei der Baupolizei um eine Genehmigung, im Teppichsaal Märchenspiele für Kinder aufführen zu können. Es war geplant, zwei Aufführungen am Tag zu geben, eine von 11 bis 13 Uhr und eine am Nachmittag von 15.30 bis 18 Uhr. In seinem Schreiben wies Althoff darauf hin, daß derartige Märchaufführungen in Berlin im Kaufhaus des Westens und im Warenhaus Tietz in Elberfeld sowie in seiner eigenen Filiale in Essen problemlos stattfinden konnten.⁵⁷ Neben der Unterhaltung für die Kinder erreichten solche Vorstellungen natürlich die Mütter. Die Frauen sahen sich für zwei bis drei Stunden von ihren Betreuungspflichten freigestellt, wußten ihre Kinder behütet und konnten entspannt schauen und kaufen.

Der ökonomische Erfolg des Dortmunder Warenhauses beruhte zu einem Teil auf einer Inszenierung des Konsums als Unterhaltung mit einem breiten Angebot an Attraktionen für das Auge. Hier war das Kaufen von einer lebenserhaltenden Notwendigkeit in Zerstreuung verwandelt. Auf der anderen Seite basierte die Prosperität auf einer strikten Arbeitsorganisation des Perso-



Personal der Herrenabteilung im Warenhaus Theodor Althoff, 1933. (Presseabteilung Karstadt Dortmund)

nals. Den Angestellten wurde ein Höchstmaß an preußischen Tugenden – Disziplin, Ordnung, Pünktlichkeit und Sauberkeit – abverlangt. Schwarze Kleidung war obligatorisch. Die Frauen durften im Sommer dazu weiße Blusen tragen. Der Arbeitsablauf war bis ins Detail so durchorganisiert, daß keine Leerräume entstanden, daß volle Effektivität gewährleistet war und daß eine perfekte Kontrolle in alle Richtungen bestand. Warenein- und -ausgang unterlagen dieser Kontrolle ebenso wie das Verhalten der Kundschaft. Vor allem aber gab es ein System, mit dem sich die Angestellten untereinander kontrollieren mußten.

Die entsprechenden Bestimmungen für das Dortmunder Warenhaus haben sich nicht erhalten. Jedoch kann davon ausgegangen werden, daß sie weitgehend mit den Anordnungen für das Personal im Essener Haus von Althoff übereinstimmten. Dort war 1912 eine Arbeitszeit von 8 Uhr morgens bis 20 Uhr abends vorgeschrieben. Die Arbeitspausen umfaßten insgesamt zwei Stunden am Tag. Das Personal hatte zehn Minuten vor Arbeitsbeginn anwesend zu sein. Wer zwei Minuten vor 8 Uhr eine Personalmarkenkontrolle nicht passiert hatte, galt als verspätet, mußte Strafe zahlen und riskierte bei dreimaliger Verspätung die fristlose Entlassung. Arbeit an Sonn- und Feiertagen ohne Sondervergütung war Pflicht. Pro Jahr gewährte Althoff acht bis vierzehn Tage Urlaub. Vom Personal wurde äußerst dezentes Verhalten gefordert – und dies nicht nur am Arbeitsplatz. Lautes Rufen und Herumlaufen war

untersagt, die Angestellten durften sich nicht duzen und nicht miteinander unterhalten. Die Kunden mußten mit größter Zuverlässigkeit bedient werden. Dabei war festgelegt, was gesagt und was nicht gesagt werden durfte. Diebstähle mußten gemeldet werden. Die Meldungen wurden prämiert. Für die Kontrolle des Warenein- und -ausgangs gab es ein System verschiedenfarbiger Bons und diverser Listen: eine Fehltablette, eine Liste der Nichtkäufe, eine Liste der fehlenden Artikel, der knapp werdenden Artikel, eine Liste für Reklamationen.⁵⁸ Diese Bestimmungen wurden noch verfeinert, nachdem 1920 die Theodor Althoff KG mit der Rudolph Karstadt AG fusioniert hatte. Für die Dortmunder Belegschaft, die zu diesem Zeitpunkt schon 700 Personen umfaßte, galten nun die für alle Karstadt-Warenhäuser einheitlich gefaßten »Sonderbestimmungen für das kaufmännische Personal« sowie die »Sonderbestimmungen für die Kassiererinnen und Kontrolleurinnen der Kaufhäuser der Rudolph Karstadt AG«.⁵⁹

Am 8. Oktober 1944 brannte bei einem Bombenangriff das Dortmunder Warenhaus Althoff vollständig aus. Der Glaspalast Englers wurde dabei gänzlich zerstört. Der Anbau von Kreis dagegen blieb soweit erhalten, daß nach dem Krieg seine Fassade wieder hergestellt werden konnte.

Anmerkungen

¹ 1875 hatte Dortmund noch 57 763 Einwohner, wie die Volkszählung vom 1. Dezember ausweist. Innerhalb von 20 Jahren verdoppelte sich diese Zahl. 1895 wurden 111 232 Personen gezählt. Bis 1900 war eine weitere Steigerung um 28 % zu verzeichnen. In diesem Jahr hatte Dortmund 142 734 Einwohner. Unter den Großstädten des Deutschen Reiches nahm Dortmund damit den 23. Platz ein. Zum Vergleich: Berlin hatte 1900 1 888 326 Einwohner, Hamburg 705 738, München 499 959 und Düsseldorf 213 767.

Dortmunder Zeitung vom 21. Januar 1876 und vom 23. März 1901; Tremonia vom 13. August 1901.

² Teuteberg, Hans-Jürgen: Urbanisierung im 19. und 20. Jahrhundert, Köln 1983, S. 31.

³ Der Begriff der »Freizeit« entwickelte sich parallel zur Industrialisierung und Urbanisierung. Frühe Beispiele für den Gebrauch des Wortes finden sich in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. So wurde er beispielsweise von dem Pädagogen Friedrich Fröbel, einem Mitarbeiter Pestalozzis, 1826 in seiner Schrift »Die Menschengliederung« verwendet. Zur gleichen Zeit begann Friedrich Schleiermacher, ihn in seinen philosophischen Vorlesungen zu benutzen. Opaschowski, Horst W.: Psychologie und Soziologie der Freizeit, Opladen 1988.

Vester, Heinz-Günter: Zeitalter der Freizeit: eine soziologische Bestandsaufnahme, Darmstadt 1988.

Coster, Michel de: Le loisir en quatre dimensions: de la critique des théories à la formulation d'une sociologie, Bruxelles 1985.

⁴ Für das Ruhrgebiet wurde eine »defiziente Urbanisierung« festgestellt. Dies betrifft vor allem die Region nördlich des Hellwegs. Vornehmlich im »Revier der großen Dörfer« im Emschertal bildeten sich schnell wachsende Ballungsräume, die rein zahlenmäßig die Dimension von Großstädten entwickelten, aber keine urbane Struktur im üblichen Sinn ausbildeten. Auf der Hellwegachse brachte die Urbanisierung eine Umstrukturierung von traditionellen städtischen Zentren wie beispielsweise Essen, Bochum und Dortmund.

Vonde, Detlef: Das Revier der großen Dörfer: Industrialisierung und Stadtentwicklung im Ruhrgebiet, Essen 1989, S. 7–25.

Matzerath, Horst: Städtewachstum und innerstädtische Strukturveränderungen, Stuttgart 1984, S. 65–98.

Reulicke, Jürgen: Geschichte der Urbanisierung in Deutschland, Frankfurt a. M. 1985.

⁵ Im Jahr 1875 wurden in Dortmund 3791 Wohnhäuser gezählt. Obwohl der eigentliche Bauboom später einsetzte, konnte schon zwischen 1870 und 1875 eine Verdoppelung der jährlich erteilten Baukonzessionen beobachtet werden. Die Zahl stieg von 209 Konzessionen im Jahr 1870 auf 429 Konzessionen 1875. Diese Konzessionen betrafen sowohl Neubauten als auch Umbauarbeiten und Reparaturen. Dortmund-Zeitung, 10. November 1875 und 21. Januar 1876.

⁶ Winterfeld, Luise von: *Geschichte der freien Reichs- und Hansestadt Dortmund*, 7. Aufl., Dortmund 1981, S. 179.

⁷ Das Auseinandertreten dieser Tendenzen läßt sich ebenfalls an den Industriebauten der gleichen Zeit beobachten, vergleicht man beispielsweise die Maschinenhalle der Zeche Zollern 2/4 von 1902/1903 mit der zeitgleichen Halle der Firma Krupp und dem historischen Malakoff-Turm der Gewerkschaft Westhausen. Magoley, Hans; Wörner, Norbert: *Architekturführer Dortmund*, Dortmund 1984, S. 20–23.

⁸ Für Walter Benjamin eröffnete das Studium der Passagen brennpunktartig die Kulturgeschichte des städtischen Alltags im 19. Jahrhundert.

Benjamin, Walter: *Das Passagen-Werk*, hrsg. von Rolf Tiedemann, 2 Bd., Frankfurt a. M. 1983.

Lanzavecchia, Carla: *Galeries et passages: un universo di fenomeni minori da Parigi ad Alessandria*, Rom 1988.

Willamez, Marie-France: *Les passages-galeries du XIX^e siècle à Bruxelles*, Brüssel 1983.

⁹ Geist, Johann Friedrich: *Passagen – ein Bautyp des 19. Jahrhunderts*, München 1969.

Scheebart, Paul: *Glasarchitektur*, München 1971.

Hennig-Schefeld, Monica; Schmidt-Thomsen, Helga: *Transparenz und Masse – Passagen und Hallen aus Eisen und Glas 1800–1880*, Köln 1972.

¹⁰ Die Freizeitforschung hat festgestellt, daß inzwischen ein Großteil der Freizeit dem Konsum gewidmet wird. Insofern stellt die Freizeit nicht unbedingt eine freie Zeit dar, da der Konsum in der arbeitsteiligen Industriegesellschaft zu Teilen den lebenserhaltenden Notwendigkeiten zuzurechnen ist.

Opaschowski, Horst W.: *Pädagogik und Didaktik der Freizeit*, Opladen 1987.

Rojek, Chris: *Capitalism and Leisure Theory*, London, New York 1985.

¹¹ Zeitungsartikel vom 7. Dezember 1904, ohne Herkunftsangabe, Karstadt Pressearchiv Essen.

¹² Schmidt, Michael: *Palast-Hotels. Architektur und Anspruch eines Bautyps 1870–1920*, Berlin 1982.

Wattkin, David: *Grand hotel. The golden age of palace hotels; an architectural and social history*, New York 1984.

Hoffmann, Moritz: *Geschichte des deutschen Hotels*, Heidelberg 1961.

Wöhler, Max: *Gasthäuser und Hotels*, Bd. 2, Berlin, Leipzig 1923.

¹³ Berken, Robert von den: *Dortmunder Häuserbuch von 1700 bis 1850. Ein Beitrag zur Topographie von Dortmund mit einem Stadtplan von 1858*, Wattenscheid 1927, S. 18/19.

Prümer, Karl: *Bilder aus Alt-Dortmund*, Dortmund 1925, S. 31–34.

¹⁴ Bauordnungsamt Dortmund, Hausakte Brückstraße 4/6, I, 4, 5. Foto um 1870, Archiv Karl Neuhoff; Foto zwischen 1876 und 1897, Archiv Karl Neuhoff.

¹⁵ Hausakte I, 3, 6, 7.

¹⁶ Dortmund-Zeitung vom 11. März und vom 23. März 1876. In den Artikeln wurde besonders die Qualität der Küche und die Auswahl der Weine hervorgehoben.

¹⁷ Das Buch der alten Firmen von Gross-Dortmund im Jahr 1928, hrsg. von J. Buddensiek, Leipzig, Dortmund 1928, S. 46

¹⁸ Ebda, S. 136.

¹⁹ Bei Baubeginn waren die Kosten auf 400 000,- Mark veranschlagt worden, dabei belief sich die Summe auf tatsächlich 806 000,- Mark. Für die Zahlungsunfähigkeit der AG wurde nicht nur diese Fehlkalkulation verantwortlich gemacht, sondern auch eine Krise der Hausbank. *Tremonia* vom 31. August und vom 2. September 1901, 23. Februar 1905.

²⁰ Hausakte II, 84–89, 91, 93.

²¹ Klasen, Ludwig: *Grundriß-Vorbilder von Gebäuden aller Art*, Bd. II, Gasthäuser, Hotels und Restaurants, Handbuch für Baubehörden, Bauherren, Architekten, Bauingenieure, Baumeister, Bauunternehmer, Bauhandwerker und technische Lehranstalten, Leipzig 1884, S. 134.

²² Hausakte II, 252–258.

²³ *Tremonia* vom 31. August 1901.

Wöhler, Max: a. a. O., S. 25–38.

²⁴ Hausakte III, 81, 128, 129.

Das Buch der Firmen, a. a. O., S. 136.

Stichproben aus den Fremdenverkehrsverzeichnissen ergaben, daß zwischen 1901 und 1905 durchschnittlich 11 000 bis 12 000 Fremde in Dortmund übernachteten. *Tremonia* 10. Mai 1901, 12. Januar 1905, 6. April 1905. *Dortmunder Zeitung* vom 6. Dezember 1904.

²⁵ Hausakte III, 114, 244, 256, 257, 292.

²⁶ Werbung auf dem Briefkopf des Hotels: Hausakte I, 115; II, 14.

Woerl's Reisehandbücher. Führer durch Dortmund, Würzburg, Wien 1884, S. 9. Städtebilder und Landschaften aus aller Welt. Dortmund, Zürich 1891, S. 4. Führer durch Dortmund und Umgebung, Leipzig 1899, S. 21.

Führer durch Dortmund. Beschreibung der Stadt und ihrer Sehenswürdigkeiten, Dortmund 1900, S. 14.

Führer durch Dortmund. Zum deutschen Bergmannstage 1900, Dortmund 1900, S. 4.

Führer durch Dortmund, Deutsche anthropologische Gesellschaft, Dortmund 1902, ohne Pagnierung.

Postkartensammlung: Stadtarchiv Dortmund.

²⁷ Kraushaar, Wolfgang: Die Passage als städtischer Mikrokosmos, in: *Freibeuter Nr. 3*, 1980, S. 84–91.

²⁸ Bauordnungsamt Dortmund, Hausakte Westenhellweg 9, 9/1, II, 145.

²⁹ *Tremonia* vom 23. Januar 1905.

³⁰ Schaper, Rainer Michael: *Der gläserne Himmel. Die Passage des 19. Jahrhunderts als Sujet der Literatur*, Frankfurt a. M. 1988, S. 205–213.

³¹ Hausakte II, 124, 126, 161, 275; III, 8, 26.

³² Lux, Käthe: *Studien über die Entwicklung der Warenhäuser in Deutschland*, Jena 1910.

Probleme des Warenhauses. Beiträge zur Geschichte und Erkenntnis der Entwicklung des Warenhauses in Deutschland, Berlin 1928.

Pasdermajian, Henri: *Das Warenhaus. Entstehung, Entwicklung und wirtschaftliche Struktur*, Opladen 1954.

³³ Philipps, Heiko (Hrsg.): *Karstadt-Magazin 2/81, Jubiläumsausgabe 1881–1981*, Essen 1981, S. 21, 22.

³⁴ Grunsky, Eberhard: *Otto Engler, Geschäfts- und Warenhausarchitektur 1904–1914*, Landeskonservator Rheinland Arbeitsheft 28, Köln 1979.

³⁵ Posener, Julius: *Berlin auf dem Wege zu einer neuen Architektur. Das Zeitalter Wilhelms II.*, München 1979, S. 455–474.

Stürzenbecher, Peter: *Das Berliner Warenhaus. Bautyp, Element der Stadtorganisation, Raumsphäre der Warenwelt*, Berlin 1979.

Behn, Helga: *Die Architektur des deutschen Warenhauses von ihren Anfängen bis 1933*, Diss. Köln 1984.

Colze, Leo: *Berliner Warenhäuser*, Nachdruck der Erstausgabe von 1908, hrsg. von Detlef Bluhm, Berlin 1989.

³⁶ Pasdermajian, Henri: a. a. O., S. 3–6.

³⁷ Wiener, Alfred: *Das Warenhaus. Kauf-, Geschäfts-, Büro-Haus*, 2. Aufl., Berlin 1912, S. 191.

³⁸ Posener, Julius: a. a. O., S. 455 ff.

Strohmeyer, Klaus: *Warenhäuser. Geschichte, Blüte und Untergang im Warenmeer*, Berlin, S. 117–126.

³⁹ Bauordnungsamt Dortmund, Hausakte Westenhellweg 30–36, II, 14.

⁴⁰ Spindler, Ernst: *Wettbewerb Warenhaus A. Wertheim*, Berlin, in: *Berliner Architekturwelt. Zeitschrift für Baukunst, Malerei, Plastik und Kunstgewerbe der Gegenwart*, 13. Jg., Berlin 1911, S. 69.

⁴¹ Hausakte IV, 102.

⁴² Zeitungsartikel »Eröffnung des neuen Warenhauses Theodor Althoff in Dortmund«, Herkunft unbekannt, Karstadt Pressearchiv Essen.

⁴³ Ebd.

⁴⁴ Hausakte IV, 83–88.

Wussow, Otto Erich von: *Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser. Handel, Industrie und Verkehr in Einzeldarstellungen*, Bd. V, Berlin 1906, S. 68, 69.

⁴⁵ Orientierungsplan zur Eröffnung des Warenhauses Theodor Althoff, *Dortmunder Zeitung* vom 5. Dezember 1904.

Hausakte IV, 34, 83–88; V, 52, 54.

Wiener, Alfred, a. a. O., S. 69.

⁴⁶ Zeitungsartikel, Karstadt Pressearchiv, a. a. O.

⁴⁷ *Tremonia* vom 31. Januar, 20. Februar und vom 19. April 1905.

⁴⁸ *Tremonia* vom 9. Februar 1905.

⁴⁹ Lux, Käthe, a. a. O., S. 73–93.

⁵⁰ Brief von Theodor Althoff vom 10./11. Dezember 1904, Pressearchiv Karstadt Essen.

⁵¹ *Dortmunder Zeitung* vom 5. Dezember 1904.

Tremonia vom 5. Januar, 16. Februar, 27. Februar und 7. August 1905.

⁵² *Tremonia* vom 23. Januar, 4. März, 20. März, 3. April und 6. Mai 1905.

⁵³ *Tremonia* vom 18., 20. und 21. Mai 1905.

⁵⁴ *Tremonia* vom 10. Juni 1905.

⁵⁵ Wussow, Otto Erich von, a. a. O., S. 73, 74.

⁵⁶ Wiener, Alfred, a. a. O., S. 60.

Hausakte, VI, 115; VIII, 35, 100, 101–110, 135.

⁵⁷ Hausakte VIII, 6.

⁵⁸ Geschäftsordnung der Firma Theodor Althoff zu Essen (Ruhr), 1. 6. 1912. Ausführungsbestimmungen zur Geschäftsordnung der Firma Theodor Althoff zu Essen (Ruhr), Karstadt Pressearchiv Essen.

⁵⁹ *Karstadt-Magazin*, a. a. O., S. 26.

Sonderbestimmungen für das kaufmännische Personal der Kaufhäuser der Rudolph Karstadt A.G. 1929.

Sonderbestimmungen für die Kassiererinnen und Kontrolleuren der Kaufhäuser der Rudolph Karstadt A.G., 1929, Karstadt Pressearchiv Essen.