

netzwerk mode textil

nmt Jahrbuch
2024

Heike Fischer:
Im Zeitalter der weißen Bluse.
Die Feminisierung der Kontore um 1900, in: nmt 2024.
Jahrbuch *netzwerk mode textil e.V.*, S. 24–35,
<https://doi.org/10.53193/242429012Y>.



Heike Fischer

Im Zeitalter der weißen Bluse

Die Feminisierung der Kontore um 1900

Neben Bahnhöfen und Museen, Kauf- und Warenhäusern gelten Büros als »Orte der Moderne«¹. Diese Räume boten im ausgehenden 19. Jahrhundert vor allem für Frauen in den Großstädten neue Beschäftigungsmöglichkeiten.² Im deutschen Reich versechsfachte sich in den Jahren 1882 bis 1907 die Anzahl erwerbstätiger Frauen im Handels- und Dienstleistungsgewerbe von 110.661 auf 639.563 Personen.³ Verkäuferin und Kontoristin waren die am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten für weibliche Angestellte.⁴ Der erhebliche Anstieg an weiblichen Arbeitskräften im Handel und in den Büros um 1900 ist allerdings kein singuläres Phänomen im deutschen Kaiserreich. Diese Entwicklung nahm ihren Anfang in den USA und breitete sich von dort in den anderen Industrieländern aus.⁵ Die Ausübung einer beruflichen Tätigkeit war für die meisten Frauen um 1900 kein emanzipatorischer Akt, sondern eine Notwendigkeit, um für sich und die eigene Familie zu sorgen. Insbesondere Mädchen und junge Frauen aus dem bürgerlichen Milieu – für die ursprünglich nur der Besuch einer höheren Töchterschule und Heirat vorgesehen waren – sahen sich »durch unvorhergesehene Ereignisse wie Tod, wirtschaftlichen [sic] Ruin oder verminderte Erwerbsfähigkeit des Vaters«⁶ genötigt, über eigene Erwerbsmöglichkeiten nachzudenken.⁷

Typisch für das äußere Erscheinungsbild der Kontoristin um die Jahrhundertwende war ein Ensemble aus einer weißen Bluse und einem separaten Rock in dunklen Farben sowie eine Frisur mit aufgesteckten Haaren. Für Kontoristinnen ließen sich zwar im Rahmen der Recherchen keine konkreten Kleidervorschriften wie bei Verkäuferinnen seitens des Arbeitgebers finden,⁸ dennoch belegen Fotos und Dokumente aus dieser Zeit, dass die Frauen – ähnlich wie die männlichen Angestellten mit ihren dunklen Anzügen – eine Art von (Berufs-)Uniform trugen und weiße Blusen ein überregionales Modephänomen waren.⁹

Die Bluse hatte als erstes Kleidungsstück der Massenmode einen hohen Stellenwert in der Geschichte der Konfektion und des Konsums. Umso erstaunlicher ist es, dass dieses Kleidungsstück selbst in neueren Studien zur Modeforschung nur beiläufig erwähnt wird: Das Kostüm – bestehend aus Jacke, Rock und einer Bluse – war Ausdruck einer bequemen Alltagsmode, mit der Frauen am Berufsleben und am



Abb. 2: Die neue Berufsgruppe der Kontoristinnen trägt weiße Bluse zum dunklen Rock im Schreibbüro um 1900.

öffentlichen Leben teilnehmen konnten.¹⁰ Auf zeitgenössischen Fotografien ist zu erkennen, dass die weiße Bluse seit den 1890er-Jahren nur in Kombination mit einem dunklen Rock sowohl die Büroräume als auch das Straßenbild der Großstädte dominierte (Abb. 2).¹¹ Die meisten arbeitenden Frauen konnten sich eine komplementierende Kostümjacke von ihren Gehältern selten leisten.¹²

Die qualitative Dinganalyse wurde als methodisches Konzept angewandt, um die Frage zu beantworten, welche vielfältigen Faktoren zum Aufstieg der weißen Bluse als Mode- und Berufskleidung führten.¹³ Um Kenntnisse über Materialien und Formen, über Produktion und Verkauf der weißen Bluse um 1900 zu gewinnen, wurden folgende Quellen untersucht: weiße Blusen aus der Sammlung des Museums für Hamburgische Geschichte, Mode-, Frauen- und Arbeiterinnenzeitschriften, Kaufhauskataloge, Gewerkschaftszeitungen, Materialien zu Firmengeschichten aus Firmen- und Staatsarchiven zwischen 1890 und 1914. Eine wertvolle Quelle für die vorliegende Untersuchung sind Werbeanzeigen von Bekleidungsgeschäften in Hamburger Tageszeitungen um 1900. Die Annoncen geben Hinweise, welches Blusenmaterial beliebt war und welche Modelle die Hamburger Bekleidungsgeschäfte in ihrem Sortiment anboten. Die Bedeutung der weißen Bluse als Alltags- und Berufskleidung zeigt sich besonders im umfangreichen Werbematerial (Abb. 3).



Abb. 3: Blusenrabatt für die Berufsgruppe der Kontoristinnen, Werbeanzeige der Firma Wallmann & Köhne, Hamburg 1910.

Blusenmode als urbanes Modephänomen

Der Fokus liegt auf den beiden größten Städten im deutschen Kaiserreich Berlin und Hamburg, weil der Modetrend der weißen Bluse von urbanen Räumen ausging. Die Mitgründerin des Vereins für Verbesserung der Frauenkleidung Margarethe Pochhammer (1852–1926) beklagt im Jahr 1905 in der *Frauen-Rundschau* diese Modeerscheinung: »Blusen, Blusen

und nochmals Blusen. In Berlin [...] zählte ich auf neun Blusen=Damen nicht mehr als ein einheitliches Kleid.«¹⁴ Der Verband verwarf jegliche Art der Uniformierung und setzte sich mit seinen Kleiderentwürfen für die Individualität von Frauen ein. Den Siegeszug der seriell gefertigten weißen Bluse konnte der Verein jedoch nicht aufhalten, denn die Modelle, die von Werkstätten in kleineren Auflagen produziert wurden, waren für die meisten weiblichen Angestellten unerschwinglich.¹⁵

In diesem Beitrag geht es um die Frage, unter welchen Bedingungen sich die weiße Bluse im Arbeitskontext etablieren konnte und welche Funktion sie erfüllte. Kleidung wird als Praxis des »Sich-Kleidens« in den Blick genommen, die Bedeutungen in der Gesellschaft produziert und kommuniziert. Entsprechend versteht die Literatur- und Kulturwissenschaftlerin Gertrud Lehnert Mode als Alltagspraxis: »Mode entsteht im Handeln, und zwar in sozialem ebenso wie in ästhetischem Handeln, das den kulturellen und sozialen Habitus in hohem Maße prägt.«¹⁶ Für den Kulturhistoriker Christopher Breward ist Mode ein Zur-Schau-Tragen der sozialen Positionierung: »a practice, a fulcrum for the display of taste and status.«¹⁷

Auf zeitgenössischen Fotos zeigt sich die hierarchische und geschlechterspezifische Ordnung in den Kontoren. Im Gegensatz zu den meisten Frauen, die Hausarbeit verrichteten oder in Fabriken räumlich getrennt von Männern arbeiteten, betraten die weiblichen Büroangestellten die männliche Geschäftswelt und teilten sich mit ihnen die Arbeitsräume. Eine Prokuristin eines Verlages erinnert sich 1926 an ihre erste Anstellung in einer Großbrauerei, die sie um 1900 antrat: »Zwei junge Männer schimpften fortwährend auf die in Bureaus tätigen jungen Mädchen und erklärten uns Tag für Tag, es sei besser, zu Hause zu bleiben und Strümpfe zu stricken.«¹⁸

Obwohl die Fotografien vermutlich gestellte Aufnahmen sind, liefern sie dennoch zusammen mit schriftlichen Protokollen Anhaltspunkte, wie sich die Zusammenarbeit mit Männern für Frauen um 1900 gestaltete: Im Hamburger Kontor des Kaufhauses Ad. Axien (Abb. 4) arbeiteten die Frauen unter den strengen Augen eines stehenden männlichen Vorgesetzten, der durch den offenen Raum sämtliche Arbeitsplätze überblicken konnte. Lediglich ein Mann arbeitete etwas abseits mit dem Rücken zu den



Abb. 4: Büro mit weiblichen Angestellten und Bürovorsteher des Kaufhauses Ad. Axien, Hamburg 1910.

Frauen an einem Schreibtisch am Fenster. Es scheint, als ob die geistige, besser bezahlte Männerarbeit räumlich von der günstigeren weiblichen Arbeitskraft getrennt werden sollte. Der Büroraum im Leitzwerk (Abb. 5) zeigt besonders deutlich, dass weibliche Bürobeschäftigte am unteren Ende der Hierarchie standen: Eine Maschinenschreiberin sitzt getrennt von den männlichen Arbeitskollegen hinter der Säule direkt an einem Durchgang an einem separaten Tisch. Ein weiterer Schreibmaschinentisch befindet sich in der Nähe des Chefschreibtisches, wobei der Arbeitsplatz zur Wand hin ausgerichtet ist. Bei den männlichen Beschäftigten lässt sich eine Rangordnung an der Ausstattung der Büromöbel festmachen. Während sechs Mitarbeiter an Stehpulten arbeiten, verfügen zwei weitere Angestellte über einen komfortablen Schreibtisch mit Lehnstühlen. Die Arbeitsplätze der Maschinenschreiberinnen mit schmalen Tischen und einfachen Stühlen wirken im Gegensatz dazu nahezu spartanisch. Die Möbel vermitteln den geringen Stellenwert der weiblichen Arbeit.

Nicht nur das Mobiliar, sondern auch die getragene Kleidung offenbart soziale Geschlechterdifferenzen: Während Männer gröbere Stoffe für ihre Anzüge wählten und ihr weißes Oberhemd unter einem Sakko trugen, bestand die Oberbekleidung bei Frauen aus filigranen Blusen. Durch das Tragen eines Sakkos wirkten die männlichen Büroangestellten kompetenter und seriöser und unterstrichen die Wertigkeit der männlichen Büroarbeit. Einige Fotografien zeigen, dass die Maschinenschreiberinnen während der Arbeit eine Schürze trugen. Die Schürze war in vielen Betrieben bereits früh ein Bestandteil der weiblichen



Abb. 5: Büro der Leitzwerke, Wetzlar um 1910.

Berufskleidung und galt als Symbol »echter Weiblichkeit«¹⁹. Wie die Hausfrau ihrer Familie stets zu Diensten war, scheint es, als ob die weiblichen Angestellten für ihre Vorgesetzten allzeit einsatzbereit sein mussten und sich an deren Arbeitsrhythmus anzupassen hatten. Dieser Unterordnung sahen sich vor allem Maschinenschreiberinnen ausgesetzt. Die Geschäftsführer konnten sich oftmals erst nach regulärem Geschäftsschluss um die Korrespondenz kümmern. Aus diesem Grund mussten weibliche Beschäftigte bis in die späten Abendstunden die diktierten Geschäftsbriefe abtippen.²⁰

Frauen übten überwiegend einfache Büro- und Botentätigkeiten für die Männer aus. Für die Kontoristinnen war die Uniform aus dunklem Rock und weißer Bluse ein verlässlicher Begleiter durch den (Büro-)Alltag. Sie diente der Selbstvergewisserung und der Zuschreibung der weiblichen Rolle im Büro. Für den Kulturwissenschaftler Hermann Bausinger (1926–2021) gehört die Uniformierung zu den wichtigsten Funktionen von Mode, weil sie es ermöglicht, die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe zu verdeutlichen.²¹ Die Mode liefert für das Verhalten in alltäglichen Situationen eine Orientierung.

Die weiße Bluse als Klassiker

Obwohl um 1900 das Zeitalter der Bluse erst begann, betrachteten zeitgenössische Modeberichtersteratter die Bluse bereits als Klassiker, weil sie sich dem saisonalen Modewechsel ein Stück weit entzog: »Das Bleibende im Vergehenden, das Beständige im



Abb. 6: Gruppenaufnahme von Aufsichtsbeamten und ihren Mitarbeiterinnen, Kaiserliche Deutsche Reichspost Hamburg 1914.

Wechselnden, das Praktische im Unpraktischen, der ruhende Pol in der Erscheinungen Flucht: das ist die Bluse.«²² Die Bluse entwickelte sich zwar zu einem beständigen Kleidungsstück in der Damengarderobe, dennoch veränderten sich im Laufe der Zeit die

Materialien, Kragen- und Ärmelformen. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts dominierten zwei Blusentypen das Angebot: die Hemdbluse und die spitzenverzierte Stehkragenbluse. Die Hemdbluse war dem männlichen Oberhemd nachempfunden und zeichnete sich durch eine frontal verlaufende Knopfleiste, weite Ärmel mit Manschette sowie einen steifen Umlegekragen aus. Die ersten Hemdblusen wurden als sogenannte Stapelware in Fabriken für Herrenhemden und -kragen produziert, die sowohl über die notwendigen Technologien wie Wasch- und Stärkeanlagen als auch über ein unerschöpfliches Reservoir an Arbeitskräften verfügten.²³ Genau wie die Männer trugen Kontoristinnen die Hemdblusen häufig mit Krawatten (Abb. 6).

Die Stehkragenbluse war mit Spitzen- und Stickeinsätzen verziert sowie im Rücken mit Druckknöpfen geschlossen. Es lässt sich nur mutmaßen, wie die Kontoristinnen den Umgang im Alltag handhabten. Ein Hilfsmittel war ein Tunnelzug, der auf Taillenhöhe hinten an der Bluse zusammengezogen wurde.



Abb. 7: Weiße Stehkragenbluse um 1900, Vorderansicht, Museum für Hamburgische Geschichte.



Abb. 8: Weiße Stehkragenbluse um 1900, Rückansicht, Museum für Hamburgische Geschichte.

Diese Taillenbänder sorgten dafür, dass die Bluse bei Bewegung nicht verrutschte (Abb. 7 und 8).²⁴ Die Blusen wurden im Rock getragen, sodass das geraffte Vorderteil leicht bauschig vorne über den Rockbund fiel. Unterstützt durch das Sans-Ventre-Mieder nahm die Figur von der Seite einen eleganten S-Schwung mit vorgestrecktem Oberkörper und nach hinten ausgedehntem Gesäß. Über dem Korsett wurde die sogenannte Untertaille, ein taillenlanges, eng anliegendes Hemdchen getragen, damit keine Haut durch die Blusen durchschimmern konnte. Das Gefühl, anständig gekleidet zu sein, spielte eine große Rolle für die Kontoristin um 1900: »Eine abgetragene, schmutzige oder auch zerrissene Bluse würde man den Kontoristinnen niemals zugestehen.«²⁵

In den 1890er-Jahren wurde zunächst die Hemdbluse intensiv in den gesichteten Hamburger Zeitungen beworben. Die Preise lagen zwischen 1,50 und 5,90 Mark; teilweise wurden sie sogar unter einer Mark angeboten. Die »Ältesten der Kaufmannschaft« von Berlin bestätigten 1903, dass die Umsätze für

diesen Artikel im Vergleich zum vorhergehenden Jahr gesunken waren. Nach Einschätzung dieser Fachkommission würde dieses Kleidungsstück in nächster Zeit ganz vom Markt verschwinden.²⁶ Die Prognose bewahrheitete sich allerdings nicht. Die Hemdbluse etablierte sich als »unentbehrlicher Bestandtheil [sic]«²⁷ der weiblichen Garderobe. Auf einer 1914 datierten Fotografie (Abb. 6) tragen noch fünf von insgesamt zwölf Hamburger Postgehilfinnen im Kontor eine Hemdbluse mit Krawatte oder Schleife.²⁸

Die Werbung der Einzelhändler verstärkte ab 1900 den Eindruck, dass sowohl die Menge an produzierten Blusen als auch die Vielzahl an Modellen in rasanter Geschwindigkeit zunahm. Dazu trug vor allem die aufkommende Spitzenmode bei. Nahezu jede beworbene weiße Bluse um 1900 war mit Spitzeneinsätzen versehen, die sich je nach Saison unterschieden. Selbst Hemdblusen wurden vereinzelt mit Spitzeneinsätzen angeboten. Wie die »Modeplauderei« der *Altonaer Nachrichten* im Februar 1907 verrät, war eine Kombination verschiedener Spitzenarten bei demsel-

Weisse Batist-Blusen und Kleider

zu aussergewöhnlich billigen Preisen!

<p>Batist-Bluse „Gretchen“ 1 70 mit Filét Entredeux und à jour</p> <p>Batist-Bluse „Erna“, 3 90 Kimonoform, mit Schweizer Spitzen und Valenciennes-Einsätzen</p> <p>Batist-Bluse „Irmgard“ 4 90 aus Plümetie mit eleganter Loch- stickerei</p> <p>Batist-Bluse „Lola“ 6 90 - Wiener Neuheit - elegante Ver- arbeitung, mit Handstichpasse und Häkelerei</p>	<p>Batist-Bluse „Ilse“ 6 90 aus Plümetie mit sehr reicher Valenciennes-Spitzengarnitur u. Madeira-Motiven</p> <p>Batist-Bluse „Cäcilie“ 8 90 aus Madeira-Stoff, Passe aus Va- lenciennes u. Handstichgarnitur</p> <p>Batist-Bluse „Lotte“ 10 75 prima Batist, Vorderteil in schmal. Saumch. genäht, mit s. eleg. Hand- arbeitspasse u. Valenciennesgarnit.</p> <p>Batist-Bluse „Alice“ 12 90 hochelegant, mit gestickten Mull- Einsätzen und Cluny-Entredeux, sehr apart vorarbeitet</p>
---	--

Kleider.
Besonders vorteilhaft!

Batistkleid „Martha“
mit elegant. Stickereiborden 14 75

Leinenkleid „Marga“
mit Cluny-Borden u. schmalen
Blenden, elegant verarbeitet 32 50

Kleider.
Besonders vorteilhaft!

Batistkleid „Pepi“,
vollständ. aus Madeira-Plains
u. Valenciennes zusammenges. 48 00

Letzte Wiener Neuheit.

Batistkleid „Ruth“
Elegante Prinzessform nach Original
Pariser Modell,
sehr vornehme Ausführung 69 00

Robinsohn

Abb. 9: Werbeanzeige des Modehauses Robinsohn, Hamburg 1908.

ben Kleidungsstück üblich: »Es ist erlaubt und beliebt, eine Bluse aus Spachtelstoff mit Einsatz von Filetspitze zu schmücken und die Tüllärmel mit zahlreichen schmalen Valenciennesvolants zu garnieren.«²⁹ Wie variantenreich weiße Blusen verziert sein konnten, veranschaulichen die acht annoncierten Modelle des Modehauses Robinson im Mai 1908 (Abb. 9). Selbst bei der günstigsten Bluse »Gretchen« ist Spitze sowohl im Vorderteil zwischen zwei Stoffstücken (*entre-deux*) als auch an den Ärmelrändern (*à jour*) eingefasst. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts konnte maschinell gefertigte Spitze in immer breiteren Bahnen gefertigt werden, sodass sie wie jedes andere textile Material am größeren Stück geschnitten und wie Kleiderstoff verwendet werden konnte.³⁰ Spitze avancierte damit zum alltäglichen Bestandteil der Alltags- und Berufskleidung von Kontoristinnen. Nach der Kulturhistorikerin Gisela Jaacks verlangte die »Vermännlichung der Garderobe«³¹ förmlich nach einer Rückbesinnung auf ein speziell angefertigtes Material, mit dem Weiblichkeit assoziiert wurde: »[U]nd was entsprach schließlich nach dem damaligen Verständnis mehr dem Weiblichen als die leichte Duftigkeit der Spitze mit ihrer ätherischen Transparenz, die so gar nicht dem praktischen, robuster Männlichkeit verhaftenden Alltag zugehörig schien.«³² Neben Mull gehörte Baumwollbatist zum beliebtesten Gewebe für weiße Blusen, da er sich in einfacher Leinwandbindung auf mechanischen Webstühlen besonders günstig herstellen ließ. Die Naturfarbe der Baumwollfasern variierte von weiß- bis hin zu braungelblichen Tönen. Die Stoffe wurden mit Chlorkalklösung behandelt, um ihnen ein ansprechendes Weiß zu verleihen. Das chemische Bleichen ersetzte zu Beginn des 19. Jahrhunderts zunehmend die zeitaufwendige Rasenbleiche, bei der Stoffe über mehrere Tage der Sonne ausgesetzt wurden.³³ Erst durch die Verbreitung in großtechnischem Maßstab hergestellter chemisch gebleichter Baumwollstoffe wurde weiße Kleidung zu einem Massenartikel.

Blusenparadiese: Betriebsformen des Einzelhandels

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts entwickelten sich in Hamburg, aber auch in anderen Großstädten neue Formen des Einzelhandels, die im Kaiserreich fortan

die »Basis für die Konsumgesellschaft«³⁴ bildeten. Um die Jahrhundertwende existierte in Hamburg eine nahezu unüberschaubare Vielfalt an Einzelhandelsgeschäften mit einem Blusensortiment, was die hohe Nachfrage nach der Bluse dokumentiert: Die Bandbreite reichte vom Damenschneider bis zu mehrstöckigen Warenhäusern. Die Eigentümer von Kaufhäusern und größeren Modegeschäften investierten teilweise bereits vor dem Aufkommen der Warenhäuser in den Bau von prächtigen Geschäftshäusern und ergriffen intensive Werbemaßnahmen, um sich von der Konkurrenz abzuheben.³⁵ In Hamburg bauten Max und Leo Robinsohn ihren 1892 gegründeten Manufakturladen an der Bleichenbrücke innerhalb weniger Jahre zu einem der führenden Modehäuser der Stadt aus, in dem sie ihre eigenen Blusen herstellten und aufwendig präsentierten. *Der General-Anzeiger für Hamburg-Altona* führte die Leserschaft in einem Bericht zur Eröffnung im März 1901 durch die imposanten Räumlichkeiten des Hauses: »Vom Parterre aus führt eine breite Treppe, die sich in zwei Theile [sic] trennt, nach oben, in das Zwischengeschoß, das dieselbe Eintheilung [sic] wie das Parterre zeigt, in dem aber nur der Verkauf von Blousen und Joupons [sic], die im eigenen Haus angefertigt werden, stattfindet. Diese Blousen und Jupons, in hunderten verschiedenen Farben, Formen und Größen, sind in eleganten Spiegelscheibenschränken untergebracht.«³⁶ In unmittelbarer Nachbarschaft befanden sich weitere Geschäfte mit Blusen im Kernsortiment: Blusen-cohn am Neuen Wall 54/60, die Blusenfabrik von Albert Levy am Neuen Wall 41 und das Blusenhaus M. Weidhaas in der Wexstraße 6 (Abb. 10). Die Eröffnung von Waren- und Kaufhäusern führte keineswegs zwangsläufig zu einer Verdrängung mittlerer und kleinerer Läden. Vielmehr siedelten sich in ihrem Umfeld Spezialgeschäfte an, die von dem Kundeninteresse für die großen Häuser profitierten.³⁷ Die Etablierung von Blusengeschäften zeugt von der hohen Bedeutung der Bluse als Bestandteil der weiblichen Garderobe um 1900.

Bei den vielfältigen Blusenangeboten in den Geschäften um 1900 darf nicht übersehen werden, dass selbst günstige Modelle für die meisten Kontoristinnen mit hohen Ausgaben verbunden waren. Dies erklärt die Beliebtheit von Partiewarenhändlern und Kredithäusern um 1900, die besonders günstige Blusenmodelle vergangener Saisons oder Ratenzahlung

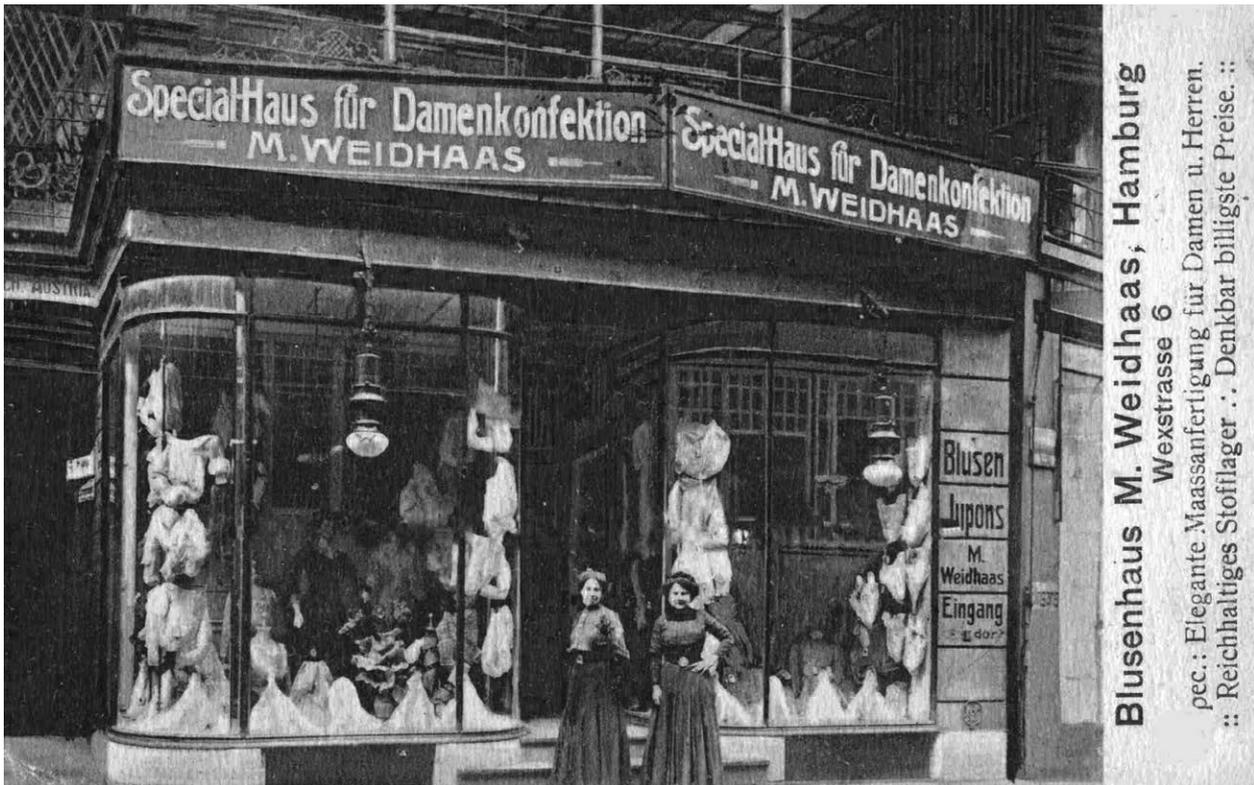


Abb. 10: Schaufensterdekoration des Blusenhauses M. Weidhaas in Hamburg, um 1900.

anboten (Abb. 11). Die Berufskleidung, die zugleich Alltagskleidung war, war oftmals die einzige Garderobe der weiblichen Angestellten. Die modische Aufwertung durch diese Kleidung war zeitgenössisch mit sozialer Anerkennung verknüpft: »Aus bloßem Putzbedürfnis stammen diese Nettigkeit, dies Geschick, diese Sorgfalt, die man fast bewundern möchte, nicht.«³⁸ Die Kleidung gehörte nicht zur Basisversorgung wie Wohnen und Essen, »sondern die Kleidung als Schutz vor der Witterung, die Kleidung

als Schmuck, als Putz, ist zurückgetreten vor ihrer Bedeutung als Zeichen der gesellschaftlichen Stellung«.³⁹

Die Kontoristinnen strebten danach, sich als »Kopfarbeiterinnen« durch ihre Kleidung und vor allem durch ihre weißen Blusen von den eher dunkel gekleideten Arbeiterinnen und Dienstmädchen abzuheben, deren Kleidung durch ihre körperliche Arbeit nicht so sauber und elegant erschien. Die im Englischen sogenannten White-Collar-Jobs waren um die

Hamburgs größtes Partie-Warenhaus

J. Ehrlich

10 Wexstrasse 10

Grosse Gelegenheitskäufe!!!

Fertige Bettwäsche!
 Weiße und bunte Bettbezüge von 1,65 Mk an.
 Kissen von 48 Pf., Bettlinder von 95 Pf. an.

Ca. 2500 elegante moderne Damenblusen
 in Musseline, ind. Mull, Repoir, Vemen und
 Seide, Stk. 75 Pf., Mk 1.45, Mk 2.40 und
 Mk 4.25, einige sehr elegante Modelle Mk 5.90
 bis Mk 12.—, sonst bis Mk 30.—.

Ca. 2000 Stk. moderne Kostümröcke.
 Neuheiten der letzten Saison, von Mk 1.50
 bis Mk 14.50
 Die Preise auf Kostümröcke sind bis ein Drittel
 herabgesetzt.

500 Kinderkleider, Stk. von 48 Pf. bis Mk 8.50
 200 fertige Sammetkleider, Stk. von Mk 2.95 an.
 200 fertige Wagentücher, Stk. von Mk 3.10 an.

Abb. 11: Werbeanzeige des Partiewarenhauses J. Ehrlich, Hamburg 1906, mit eigener Herborhebung.

Jahrhundertwende begehrt, wofür paradigmatisch die weiße Bluse als Arbeitskleidung für Kontoristinnen stand. Während bürgerliche Töchter Tätigkeiten als Haushaltsgehilfin oder Fabrikarbeiterin als beschämend und deklassierend empfanden, war die Bürotätigkeit für Arbeiterstöchter mit sozialem Aufstieg verknüpft: »Das Kontor [ist] Grundlage einer etwas gehobeneren Lebensführung, kurz, das ganze Arbeitsfeld dieser Gruppe Frauen ist charakterisiert durch das Wörtchen etwas. Man ›ist etwas‹. [...]. Man ist dem ärgsten Proletendasein entrückt und kann in sauberen Kleidern eine Arbeit verrichten, die man zu unrecht [sic] Kopfarbeit nennt. So sehr spielt sozialer Ehrgeiz eine Rolle auch beim fortschrittlichen Arbeiter, daß die Tochter, die ins [...] Kontor geht, von der Mutter oder der fabrikarbeitenden Schwester meist aller häuslichen Arbeit enthoben wird. Sie ist die Feine, die Vorzugsperson.«⁴⁰ Obwohl die Kontoristinnen für ihre Tätigkeiten kaum mehr verdienten als Arbeiterinnen, werteten sie mit dem Tragen einer weißen Bluse ihre Büroarbeit auf und erreichten eine respektable soziale Position in der Gesellschaft.

Das Tragen der weißen Bluse war und ist ein Mittel der Distinktion. Für Kontoristinnen entwickelte sich die Kleiderwahl zur Routine. Sie mussten nicht jeden Tag darüber nachdenken, welche Kleidung sie während der Arbeit tragen sollten. Das Rock-Blusen-Ensemble erwies sich als ökonomischer Vorteil gegenüber dem Kleid. Es war den Frauen möglich, sich den wechselnden Modetrends ein Stück weit zu entziehen. Hersteller und Handel offerierten zwar jede Saison neue Blusenmodelle, das Tragen von Blusen aus den vorhergehenden Jahren war jedoch als Arbeitskleidung durchaus möglich. Die der weißen Bluse eingeschriebenen Bedeutungen änderten sich nicht mit jedem saisonalen Modellwechsel. Sie wurde rasch zum Klassiker.

Zusammenfassung

Die weiße Bluse wurde in den 1890er-Jahren zu einem Modetrend für Kontoristinnen, die dieses Kleidungsstück während der Büroarbeit trugen. Sie signalisierte Professionalität und war Symbol für den gesellschaftlichen Status der weiblichen Büroangestellten als neuer Berufsgruppe. Zur massenhaften Verbreitung der Bluse trugen neue Textiltechnologien, Vertriebsstrukturen und Werbemaßnahmen der Hersteller und Händler bei. Die weiße Bluse als Teil des dunklen Rock-Bluse-Ensembles der Büroarbeiterin um 1900 orientierte sich an dem männlichen Geschäftszug. Der Aufstieg der weißen Bluse zur Alltagsmode und zum Massenprodukt zeigt die Facettierung des Modesystems paradigmatisch: Technik, Produktion, Handel und Werbung sind ebenso beteiligt wie die Frauen selbst und die demonstrative Zurschaustellung ihres gesellschaftlichen Status als Berufstätige.

Summary

In the 1890s, the white blouse became a fashion trend for female office workers who wore this garment during office work. It signalled professionalism and was a symbol of the social status of female office workers as a new occupational group. New textile technologies, sales structures and advertising measures by manufacturers and retailers contributed to the mass distribution of the blouse. The white blouse as part of the office worker's dark skirt and blouse outfit around 1900 was broadly based on the male business suit. The rise of the white blouse to everyday fashion and mass product is a paradigm of the fashion system's multifaceted nature: technology, production, trade and advertising are just as involved as the women themselves and the demonstrative display of their social status as professionals.

Anmerkungen

- 1 ALEXA GEISTHÖVEL/HABBO KNOCH: Einleitung, in: DIES. (Hg.): *Orte der Moderne. Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts*, Frankfurt a.M./New York 2016, S. 9–14, hier S. 11.
- 2 Dieser Beitrag geht auf die gleichnamige Masterarbeit zurück, die 2022 an der TU Dortmund am Seminar Kulturanthropologie des Textilen entstanden ist.
- 3 Vgl. VOLKER ULLRICH: *Die nervöse Großmacht 1871–1918. Aufstieg und Untergang des deutschen Kaiserreichs*, Frankfurt a. M. 2014, S. 333.
- 4 Vgl. TATJANA TIMOSCHENKO: *Die Verkäuferin im Wilhelminischen Kaiserreich. Etablierung und Aufwertungsversuche eines Frauenberufes um 1900*, Frankfurt a. M. 2005, S. 38.
- 5 JANE E. LEWIS: *Women clerical workers in the late nineteenth and early centuries*, in: GREGORY ANDERSON (Hg.): *The white-blouse revolution. Female office workers since 1870*, Manchester/New York 1988, S. 27–47, hier S. 33.
- 6 JULIUS MEYER: *Die Ausbildung und Stellung der Handlungsgehilfin in Berlin. Ein Rathgeber für die kaufmännische Laufbahn junger Mädchen. Auf Grund einer Enquête unter den Mitgliedern des kaufmännischen und gewerblichen Hilfsvereins für weibliche Angestellte verfaßt*, Berlin 1892, S. 33.
- 7 Laut einer Umfrage des Berliner »Kaufmännischen und gewerblichen Hilfsvereins« mit 629 weiblichen Büromitarbeiterinnen kamen 1897 nur ungefähr 11 Prozent aus Arbeiterfamilien, während ca. 64 Prozent Töchter von höheren Beamten, Ärzten, Fabrikanten, Kaufleuten und kaufmännischen Angestellten waren. Erst mit Beginn des 20. Jahrhunderts sahen sich bürgerliche Frauen einem verstärkten Konkurrenzdruck von Frauen aus Arbeiterfamilien ausgesetzt. Vgl. JOSEF SILBERMANN: *Zur Entlohnung der Frauenarbeit*, in: *Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich* 23 (1899), S. 191–234, hier S. 203.
- 8 Eine Bekleidungsvorschrift für Verkäuferinnen skizziert beispielsweise der Handelsschullehrer William Hesse in seiner Verkaufs- und Handelskunde aus dem Jahr 1914. Vgl. WILLIAM HESSE: *Vom Lehrmädchen zur Verkäuferin. Verkaufs- und Handelskunde in Verbindung mit Schriftverkehr zum Gebrauch in Verkäuferinnenschulen und in der Praxis*, Leipzig 1914, S. 61–62.
- 9 Auf zeitgenössischen Fotografien ist nicht immer eindeutig zu erkennen, ob es sich um weiße oder helle Blusen handelt. Die ausgewerteten Annoncen und die Literatur lassen jedoch darauf schließen, dass es sich bei den meisten getragenen Blusen um weiße Modelle handelt.
- 10 Vgl. beispielhaft MAREN CH. HÄRTEL u. a. (Hg.): *Kleider in Bewegung. Frauenmode seit 1850. Ausstellungskatalog für das Historische Museum Frankfurt*, Petersberg 2020, hier S. 117 und S. 143. Auf den Seiten 210–211 des Katalogs werden im Kapitel »Aspekte der Moderne – Farbe und Glanz, Tanz und Musik« lediglich zwei Bilder von Kontoristinnen und eine Rock-Blusen-Kombination mit kurzen Untertiteln abgebildet.
- 11 Die Aufnahmen des Amateurfotografen Edward Linley Sambourne (1844–1910) zeigen, dass auch in London die meisten Frauen um 1900 nur mit Rock und Bluse auf die Straße gingen. Vgl. DAVE WALKER: *Street style 1906: Edward Linley Sambourne's fashion blog*, <https://rbklocalstudies.wordpress.com/2012/03/29/street-style-1906-edward-linley-sambournes-fashion-blog/>, 22.11.2024.
- 12 Vgl. IBA KISKER: *Die Frauenarbeit in den Kontoren einer Grosstadt. Eine Studie über die Leipziger Kontoristinnen. Mit einem Anhang über die Berufsvereine der Handlungsgehilfinnen (= Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik; Ergänzungsheft III)*, Tübingen 1911, S. 116; MARGARETE POCHHAMMER: *Bluse und Jacke*, in: *Frauen-Rundschau* 6 (1905), S. 782.
- 13 GUDRUN M. KÖNIG: *Auf dem Rücken der Dinge. Materielle Kultur und Kulturwissenschaft*, in: KASPAR MAASE/BERND-JÜRGEN WARNEKEN (Hg.): *Unterwelten der Kultur. Themen und Theorien der volkskundlichen Kulturwissenschaft*, Köln/Weimar/Wien 2003, S. 95–118, hier S. 97.
- 14 POCHHAMMER: *Bluse und Jacke* (wie Anm. 12), S. 782.
- 15 Vgl. *Eine Ausstellung gesundheitlicher und künstlerischer Kleidung*, in: *Vorwärts. Central-Organ der Sozialdemokratie Deutschlands vom 14.9.1905*.
- 16 GERTRUD LEHNERT: *Mode. Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis*, Bielefeld 2015, S. 8.
- 17 CHRISTOPHER BREWARD: *Fashioning London. Clothing and the modern metropolis*, Oxford/New York 2004, S. 11.
- 18 MARIANNE HÖRBRAND: *Die weibliche Handels- und Bureau=Angestellte*, Berlin 1926, S. 81.
- 19 ELLY RAEMISCH: *Zeitenwende – Schürzenende*, in: *Kostüm – Tracht – Mode. Zeitschrift für die Geschichte der Kleidung* 1 (1957), S. 2–4, hier S. 2.
- 20 Vgl. KISKER: *Frauenarbeit* (wie Anm. 12), S. 30–31.
- 21 HERMANN BAUSINGER: *Zu den Funktionen von Mode*, https://publikationen.uni-tuebingen.de/xmlui/bitstream/handle/10900/47650/pdf/Bausinger_Hermann_Zu_den_Funktionen_der_Mode.pdf?sequence=1&isAlloWed=y, 16.12.2024.
- 22 *Die Bluse*, in: *General-Anzeiger für Hamburg Altona vom 8.5.1904*.
- 23 Laut der ältesten Kaufmannschaft von Berlin existierten 1914 ungefähr 70 Großbetriebe im gesamten Kaiserreich, die neben gestärkter Herrenwäsche auch baumwollene Damenoberhemden und -kragen in weißen und bunten Stoffen herstellten. Vgl. HUGO HANFF: *Die*

- Entwicklung der Berliner Herrenwäscheindustrie, in: *Älteste Kaufmannschaft von Berlin* (Hg.): *Gewerbliche Einzelvorträge*. Gehalten in der Aula der Handels-Hochschule in Berlin, siebente Reihe, Berlin 1914, S. 133–156, hier S. 154.
- 24 Für die objektbasierte Forschung wurden Blusen aus dem Bestand des Museums für Hamburgische Geschichte herangezogen. Die Sammlung umfasst eine kleine Kollektion weißer Blusen aus den Jahren 1890–1910. Einige Modelle ähnelten den auf Bürobildern von Kontoristinnen getragenen Blusen und den beworbenen Blusen um 1900, weshalb sie für die objektbasierte Analyse ausgewählt wurden.
- 25 KISKER: *Frauenarbeit* (wie Anm. 12), S. 116.
- 26 Vgl. *Berliner Jahrbuch für Handel und Industrie*. Bericht der Ältesten der Kaufmannschaft von Berlin 1903, S. 310, <https://archive.org/details/berlinerjahrbuch21903korpuoft/page/310/mode/2up>, 12.12.2024.
- 27 *Modeplauderei*, in: *Altonaer Nachrichten* vom 23.6.1899.
- 28 Genau wie den Handlungsgehilfinnen übertrug man den Postgehilfinnen in den Büros die einfacheren Arbeiten wie das Bedienen der Schreib- und Buchungsmaschinen. Vgl. BRIGITTE KIRCHNER: *Beruf und Geschlecht. Frauenberufsverbände in Deutschland 1848–1908*, Göttingen 1992, S. 163.
- 29 *Modeplauderei*, in: *Altonaer Nachrichten* vom 11.2.1907.
- 30 GISELA JAACKS: *Spitzen in der Damenkleidung um die Jahrhundertwende. Die Fee in Spitzenwolken*, in: GISELA FRAMKE (Hg.): *Spitze. Luxus zwischen Tradition und Avantgarde*. Ausstellungskatalog Museum für Kunst- und Kulturgeschichte Dortmund, Berlin 1995, S. 85–98, hier S. 86.
- 31 Ebd.
- 32 Ebd.
- 33 Vgl. E. MÖLLER: *Textiltechnik und Maschinenkunde*, in: BENNO MARCUS (Hg.): *Großes Textilhandbuch. Ein Lehr- und Nachschlagewerk für das gesamte Textil- und Bekleidungsfach*, Nordhausen [um 1900], S. 173–403, hier S. 377.
- 34 UWE SPIEKERMANN: *Basis der Konsumgesellschaft. Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850–1914* (Schriftenreihe zur Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 3), München 1999.
- 35 Vgl. ebd., S. 238.
- 36 Gebr. Robinsohn, in: *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* vom 12.3.1901.
- 37 Vgl. HOLGER REINISCH/MATHIAS GÖTZL: *Geschichte der kaufmännischen Berufe. Studie zur Geschichte vornehmlich der deutschen Kaufleute, ihrer Tätigkeiten, ihrer Stellung in der Gesellschaft sowie ihrer Organisation und Qualifizierungsstrukturen von den Anfängen bis zum Ausgang der [sic!] 19. Jahrhunderts* (Schriftenreihe des Bundesinstituts für Berufsbildung Bonn 125), Bonn 2011, S. 184.
- 38 KISKER: *Frauenarbeit* (wie Anm. 12), S. 116.
- 39 Ebd., S. 115–116.
- 40 ALICE RÜHLE-GERSTEL: *Die Frau und der Kapitalismus*, Frankfurt a. M. 1972, S. 290–291.

Bildnachweis

- Abb. 1: Getty Images, Ullstein Bild-Nr.: 876365880.
- Abb. 2: Heritage Images/Historica Graphica Collection/akg-images, BildNr.: AKG 5732834, Fotograf:in unbekannt.
- Abb. 3: Mitteilungen der Kaufmännischen Vereine weiblicher Angestellter. Organ der Verbündeten Kaufmännischen Vereine für weibl. Angestellte 6 (1910), S. 210.
- Abb. 4: Staatsarchiv Hamburg, Signatur: 720–1/343–1_0005888, Fotograf: Heinrich Hamann.
- Abb. 5: akg-images, Bild-Nr.: AKG 186370, Fotograf:in unbekannt.
- Abb. 6: Museumsstiftung Post und Telekommunikation, Inventar-Nr.: 3.2015.672.1, Fotograf:in unbekannt.
- Abb. 7: Museum für Hamburgische Geschichte, Inventar-Nr.: 1937–95–1.
- Abb. 8: Museum für Hamburgische Geschichte, Inventar-Nr.: 1937–95–2.
- Abb. 9: *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* vom 24.5.1908.
- Abb. 10: Bildarchiv Hamburg 1860–1955, hamburg-bildarchiv.de, Bild-Nr.: AA3191..
- Abb. 11: *General-Anzeiger für Hamburg-Altona* vom 29.4.1906, Hervorhebung der Blusenauswahl mit einem Pfeil, unter Weglassung aller weiteren Angebote in der Annonce.
- Abb. 12: Heritage Images/Heritage Art/akg-images, Bild-Nr.: AKG 9633361, Fotograf: Frances Benjamin Johnston, Ausschnitt.

■ <https://doi.org/10.53193/242429012Y>



T. B. REARDON

HEATING

PLUMBING

GAS FITTING