

Godela Weiss-Sussex / Ulrike Zitzlsperger (Hrsg./eds.)

Das Berliner Warenhaus

The Berlin Department Store

Geschichte und Diskurse
History and Discourse



PETER LANG
EDITION

Inhalt

<i>Godela Weiss-Sussex, Ulrike Zitzlsperger</i> Einführung	7
<i>Detlef Briesen</i> Die Debatte um das Warenhaus. Vom Deutschen Kaiserreich bis zur Bundesrepublik Deutschland	17
<i>Uwe Spiekermann</i> „Der Mittelstand stirbt!“ Der Kampf zwischen mittelständischem Einzelhandel und Warenhäusern in Deutschland 1890–1933	33
<i>Thomas Lenz</i> Veblen im Warenhaus. Theorien der „reaktionären Modernisierung“ als Erklärungsansatz für die Warenhaus-Debatte im deutschen Kaiserreich	53
<i>Rachel MagShamhráin</i> The Ambivalence of the Department Store Kleptomaniac: On the Juridico-Medical Treatment of Cases of Middle-Class Female Theft around 1900	63
<i>Paul Lerner</i> Circulation and Representation: Jews, Department Stores and Cosmopolitan Consumption in Germany, ca. 1880s–1930s	93
<i>Kerry Wallach</i> Kosher Seductions: Jewish Women as Employees and Consumers in German Department Stores	117

<i>Ulrike Zitzlsperger</i> 'Vornehme Reklame'. Advertising Berlin Department Stores	139
<i>Michael Kasiske</i> Das Warenhaus und die Stadt. Die urbane Entwicklung kommerzieller Zentren	153
<i>Alarich Rooch</i> Wertheim, Tietz und das KaDeWe in Berlin. Zur Architektursprache eines Kulturraumes	167
<i>Petia Sierschynski</i> The <i>Warenhaus</i> in the Competition of the Nations: Alfred Messel's Wertheim and Wilhelmine Imperial Ambitions (1898–1905)	199
<i>Michael Bienert</i> New York in Neukölln. Hybris und Untergang des Karstadt-Warenhauses am Berliner Hermannplatz	223
<i>John F. Mueller</i> 'Eine Zierde jeder Stadt'. Placing Provincial Department Stores in German Historiography and on the High Street	241
Bildnachweise	257
Zu den Autoren dieses Bandes	259
Index	269