

Spitzenhaus Rosa Klauber

Eine Quellenarbeit für den Geschichtsunterricht



Foto: Franz Kimmel, © Jüdisches Museum München



Das Spitzenhaus Rosa Klauber war ein Familienunternehmen. 1872 kam Rosa Klauber (1820–1901) mit ihrer Familie aus Böhmen und ließ sich in München nieder. Trotz vieler gesellschaftlicher und politischer Widerstände gelang ihr mit ihrem Unternehmen innerhalb kurzer Zeit der Aufstieg in das Münchner Bürgertum. Das Spitzenhaus etablierte sich in der Wirtschaftswelt und bekam 1890 sogar die Auszeichnung „königlich bayerischer Hoflieferant“. Das Geschäft florierte. Spitze wurde ins Ausland exportiert und eine Wäschefabrik gegründet. Neben dem Haupthaus in der Theatinerstraße konnte sogar eine neue Filiale direkt am Marienplatz eröffnet werden. Nach der Machtübergabe an die Nationalsozialisten wurde das Spitzenhaus im Zuge des „Boykotts jüdischer Geschäfte“ im April 1933 erstmals Ziel offener antisemitischer Angriffe. 1938 wurden die Eigentümer des Spitzenhauses zum Verkauf des Unternehmens gezwungen. Einige Mitglieder der Familie Klauber konnten emigrieren und retteten sich ins Exil. Nachfahren von Rosa Klauber fassten in New York wieder im Spitzenhandel Fuß und gründeten dort 1943 die Firma „Klauber Brothers“.

In der Quellenanalyse wird das Selbstverständnis des Unternehmens von Ende der 1920er-Jahre bis heute erörtert.



ABBILDUNGEN 1-4

Aufgabe 1

Nenne die Art der Quelle!

Charakterisiere die Quellenart: Welche Besonderheiten gibt es beispielsweise in Bezug auf das Publikationsmedium, die Wortwahl, die Zielgruppe oder die Intention der Autor_innen?

Aufgabe 2

Beschreibe das Spitzenhaus Klauer anhand der Werbeanzeigen! Welche Aussagen lassen sich über das Unternehmen treffen?

Aufgabe 3

Erläutere den jeweiligen historischen Hintergrund der einzelnen Quellen!

Aufgabe 4

Beurteile, wie sich die Werbeanzeigen im Laufe der Zeit verändern und inwiefern politische und gesellschaftliche Entwicklungen für diese Veränderungen ausschlaggebend waren!

ABBILDUNG 5

Aufgabe 5

Nenne die Art der Quelle!

Charakterisiere die Quellenart: Welche Besonderheiten gibt es in Bezug auf das Publikationsmedium, die Wortwahl, die Zielgruppe oder die Intention der Autor_innen?

Aufgabe 6

Wie stellt sich Klauer Brothers, Inc. dar? Beschreibe das Selbstverständnis der Firma!



LÖSUNGSHILFEN

Aufgabe 1

- Werbeanzeigen; Zeitung
- Jüdische Gemeindezeitung: jüdische Leserschaft
- Förmliche, direkte Ansprache
- Klare Werbebotschaft mit Verweis auf Produkte, Angebote und Preise

Aufgabe 2

- Geschäft mit zwei Filialen in bester Münchner Lage in der Theatinerstraße und am Marienplatz
- 1937 lediglich eine Filiale. Erklärung: In der Filiale am Marienplatz wurden scheinbar keine Bademoden geführt, daher ist sie nicht aufgeführt.
- Spezialgeschäft mit großem Sortiment: Stoffe, Wäsche, Tischwäsche, Bademode usw.
- Geschäft mit hochwertigen Waren und modischen Neuheiten

Aufgabe 3

- Anzeigen von 1929 und 1931: Weimarer Republik; Weltwirtschaftskrise 1929
- Anzeigen von 1936 und 1937: Machtübergabe an die Nationalsozialisten 1933; „Boykott jüdischer Geschäfte“ 1933; „Nürnberger Rassegesetze“ 1935; zunehmende Verdrängung von Jüdinnen und Juden aus allen gesellschaftlichen Bereichen; zwischen 1933 und 1938 Emigration von mehr als 3.500 Münchner_innen jüdischer Herkunft ins Ausland

Aufgabe 4

- Anzeige von 1929: „Reisegarnituren“, „Die fesche Badeausstattung muss von Klauber sein“: Konsum für Urlaub und Freizeit
- Anzeige von 1931: „Weihnachts-Vorverkauf“:
 - Werbung richtet sich an ein diverses Publikum: Kund_innen sind christlich und feiern daher Weihnachten; jüdische Kund_innen feiern Weihnachten?
 - Erklärung: Insbesondere Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts Akkulturationsprozesse unter den deutschen Jüdinnen und Juden: Manche jüdische Familien feierten christliche Feste wie Weihnachten
- Anzeige von 1936: „Preiswerte Chanukka-Geschenke“: Direkte Ansprache der jüdischen Zielgruppe, nicht-jüdische Kund_innen kauften in der NS-Zeit vermutlich nicht mehr im Spitzenhaus Rosa Klauber ein
- Anzeige von 1937: „Komplette Wäscheausstattungen auch für Übersee“: Viele Kund_innen des Spitzenhauses bereiten aufgrund der NS-Verfolgung nun ihre Emigration vor

Aufgabe 5

- Website eines Unternehmens; Sektion „Über uns“; Selbstbeschreibung
- Leserschaft im Internet generell divers; zum potentiellen Kund_innenkreis kann jede_r gehören
- Betonung der Unternehmenstradition und -erfahrungen als Qualitätsmerkmal, das potentielle Kund_innen überzeugen soll

Aufgabe 6

- Klauber Brothers, Inc.: Wurde nach der Flucht der Klauber-Familie in die USA gegründet; stellt weiterhin Spitze her
- Wiederaufbau des Unternehmens in den USA geglückt; Familie kann auch unter neuen Rahmenbedingungen wirtschaftlich Fuß fassen
- Unternehmen beruft sich auf die Erfahrungen und Tradition des Unternehmens in München; Betonung auf der Familiengeschichte in München auch mehrere Generationen nach der Migration in die USA

