

# Kataloganzeige „Der Kaufhof ist ein arischer Betrieb“ (1935)

## Kurzbeschreibung

---

Wie andere Wirtschaftszweige durchlief auch der Einzelhandel ab 1933 einen Prozess der „Arisierung“. Dabei wurden jüdische Eigentümer aus ihren Positionen gedrängt und Firmenvermögen in „arische“ Hände übertragen – in den meisten Fällen mit großen finanziellen Verlusten für jüdische Familien. Besonders verheerend waren die Maßnahmen für Warenhäuser, die bereits vor 1933 als angeblich parasitäre, grundsätzlich „undeutsche“ Unternehmen ins Visier genommen worden waren. Jüdischen Einzelhändlern und Warenhausbesitzern wurde vorgeworfen, deutsche Verbraucher mit minderwertigen Waren und irreführenden Verkaufstaktiken zu betrügen. Weil sie aufgrund ihres höheren Umsatzvolumens niedrigere Preise anbieten konnten, wurde den Kaufhäusern auch vorgeworfen, kleinere Einzelhändler aus dem Geschäft zu drängen.

Hertie, eine bekannte Kaufhauskette, befand sich im Besitz und unter der Leitung der jüdischen Familie Tietz (das Unternehmen ist nach Hermann Tietz benannt). 1933 wurde das Unternehmen „arisiert“ und der Familie so die Kontrolle entzogen. Die Familie Tietz konnte glücklicherweise auswandern. Der neue Vorstand wurde mit Nichtjuden besetzt und das Unternehmen in „Kaufhof“ umbenannt. Unter diesem neuen Namen startete es eine umfangreiche Werbekampagne, die sich auf den neuen „arischen“ Status stützte und die Deutschen ermutigte, den Unternehmenswandel anzuerkennen und dem Unternehmen ihr Vertrauen zu schenken.

## Quelle

---



Quelle: Kaufhof Weihnachtskatalog, „Herzenswünsche erfüllen“ (1935)

---

Empfohlene Zitation: Kataloganzeige „Der Kaufhof ist ein arischer Betrieb“ (1935), veröffentlicht in:  
German History in Documents and Images,  
<<https://germanhistorydocs.org/de/deutschland-nationalsozialismus-1933-1945/ghdi:image-5150>>  
[20.05.2024].