

MSG Moderne Stadtgeschichte, Bd. 50/2 (2019), 59-70
DOI: 10.60684/msg.v50i2.2019206

Alina Laura Just
HafenCity Universität Hamburg

Freiraum, Volksfest, Stadtmarke. Der Hamburger Dom als Brennglas sozialer Zugehörigkeiten und politischer Inszenierungen

MSG Moderne Stadtgeschichte
ISSN: 2941-6159 online
<https://moderne-stadtgeschichte.de>

Dieses Werk steht unter der [Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International](#).
Bei den Abbildungen sind eingeschränkte Lizenzformen möglich, Weiternutzungsrechte sind gesondert abzuklären.
© Alina Laura Just 2019



Freiraum, Volksfest, Stadtmarke. Der Hamburger Dom als Brennglas sozialer Zugehörigkeiten und politischer Inszenierungen

In the heart of Hamburg, a public festival called “Hamburger Dom” takes place three times every year. Its roots date back to the Middle Ages. This article tells a new story of this urban event. Based on newly evaluated archival sources, the history of “Hamburger Dom” as vivid social hub and crucial political momentum is unravelled. “Hamburger Dom” was never simply entertainment. Instead, between 1890 and 1961, the festival became key to Hamburg’s changing city images and societal configurations. The city of Hamburg needed its Dom-pleasures to prosper, which is why it kept them alive eagerly.

Das dreimal jährlich stattfindende Volksfest „Hamburger Dom“¹ ist ein zentraler öffentlicher Vergnügungsort der Stadt Hamburg. Ausgerichtet seit Jahrhunderten, ist der Dom eng mit der Stadtgeschichte verwoben. Um 1900 besaß er in Hamburg eine ähnliche Bedeutung wie große Vergnügungsparks in den neuen Metropolen.² Doch anders als das „Weltstadtvergnügen“³ starb der Dom nicht aus. Vielmehr avancierte er zu einer Stadtmarke, die, abhängig von den jeweiligen politischen Diskursen, unterschiedlich identitätsstiftend wirken sollte: in den 1930er Jahren im Sinne einer nationalsozialistisch definierten „Volksgemeinschaft“, nach 1945 als Symbol für die kaufmännische Tradition und Weltoffenheit der Hafenstadt Hamburg.

Bislang ist die Geschichte des Hamburger Doms kaum wissenschaftlich erforscht.⁴ Dieser Beitrag liefert erste Befunde zur Schließung der Lücke. Dabei

¹ Auf die Anführungszeichen wird im Folgenden verzichtet. Der Hamburger Dom hat in Hamburg institutionellen Charakter und ist ein feststehender Ort.

² Vgl. Daniel Morat u.a., Weltstadtvergnügen. Berlin 1880–1930, Göttingen 2016.

³ Ebd.

⁴ Existierende Publikationen sind entweder journalistisch, z.B. Björn Gantert/Maurice Kohl/Tania Kibermanis, Zuckerbrot & Spiele. Porträts vom Hamburger Dom, Bielefeld/Berlin 2014; Elisabeth Stimming/Holger Vogt, Hamburger Dom. Das Volksfest des Nordens im Wandel, hrsg. v. Hamburger Abendblatt, Hamburg 1995, oder chronistisch-anekdotisch, z.B. Arbeitsgemeinschaft 650 Jahre Hamburger Dom, 650 Jahre Hamburger Dom: Das große Volksfest des Nordens, Hamburg 1979; Renate Niese, Hamburger Dom. Volksfest des Nordens, Hamburg o.J. (ca. 1970).

wird der Hamburger Dom als konstitutives soziales und politisches Moment der Hamburger Stadtgeschichte begriffen.⁵ Doch welche Funktion genau übernahm er in wechselnden Zeiten? Welche Beteiligte maßten ihm aus welchen Gründen Bedeutung zu? Warum braucht die Stadt Hamburg ihren Dom? Von diesen Fragen ausgehend, werden Ereignisse und Phänomene von den 1890er Jahren bis 1961 empirisch herausgearbeitet, die zeigen, dass sich im Mikrokosmos Dom soziale Zugehörigkeiten und politische Images spiegelten. Über bloßes Vergnügen reichte er stets weit hinaus.

Mittelalterliche Ursprünge, neuzeitliche Verdichtung

Der Hamburger Dom geht zurück auf seine erste Veranstaltungsstätte, den Mariendom im mittelalterlichen Zentrum Hamburgs. Das Kirchengebäude stand dort seit dem 9. Jahrhundert; im Laufe der Zeit wurde es mehrfach erweitert und umgebaut. Seit etwa dem 13., spätestens dem 14. Jahrhundert beherbergte der Mariendom jedes Jahr zur Adventszeit einen Verkaufsmarkt.⁶ 1805/06 ließ die Stadt Hamburg den Dom abreißen.⁷ Der Weihnachtsmarkt verlor seinen Ort – behielt aber dessen Namen: „Hamburger Dom“. Die Händlerinnen und Händler verteilten sich nun auf viele Plätze der Stadt⁸, zuletzt auf den Spielbudenplatz im aufstrebenden Amüsierviertel St. Pauli.⁹ Durch Dampfmaschinen und elektrische Beleuchtung modernisierten und vergrößerten sich die Geschäfte

⁵ Vgl. Hanno Hochmuth, Vergnügen in der Zeitgeschichte, in: APuZ 1-3/2012, S. 33-38; Paul Nolte, Verdoppelte Modernität. Metropolen und Netzwerke der Vergnügungskultur um 1900. Eine Einführung, in: Ders. (Hrsg.), Die Vergnügungskultur der Großstadt. Orte – Inszenierungen – Netzwerke (1880–1930), Köln/Weimar/Wien 2016, S. 1-11.

⁶ Die Angaben zum Beginn des Weihnachtsmarkts variieren. Meist wird das Jahr 1329 genannt, weil dies die älteste aktenkundige Erwähnung ist, obwohl die Abhaltung des Markts schon eher anzunehmen ist. Hier wird dem Chronisten Paul Huldermann gefolgt, der den Beginn des Dommarkts um 1223 datiert, als das Domkapitel samt Marktgerechtigkeit in Hamburg bestätigt und der Mariendom ausgebaut wurde. Vgl. Paul Huldermann, in: Deutsche Allgemeine Zeitung, 18.12.1930, in: Staatsarchiv Hamburg (StA HH) 135-1 I-IV 7081.

⁷ Erste Überlegungen, „das Domstift in städtischen Besitz zu überführen“ und wirtschaftlich zu nutzen, gab es schon in den 1770er Jahren, vgl. Joist Grolle, Ein Stachel im Gedächtnis der Stadt. Der Abriß des Hamburger Doms, in: Zeitschrift für Hamburgische Geschichte (ZHG), 1998, S. 1-50, hier S. 3.

⁸ Vgl. Niese, S. 12; Huldermann.

⁹ Vgl. Carl Thinius, Damals in St. Pauli. Lust und Freude in der Vorstadt, Hamburg 1975; Florian Dering, Volksbelustigen. Eine bildreiche Kulturgeschichte von den Fahr-, Belustigungs- und Geschicklichkeitsgeschäften der Schausteller vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Nördlingen 1986, S. 20.

bald und aus dem Verkaufsmarkt wurde ein Vergnügungsmarkt.¹⁰ Der Dom brauchte mehr Platz.

Als 1892 die Cholera in Hamburg ausbrach, bereitete die Polizeibehörde den über die Stadt verstreuten Dommärkten ein Ende. Der Dom sollte zentralisiert und besser kontrolliert werden. Ausfallen aber durfte er nicht, um die durch die Epidemie wirtschaftlich geschwächten Schaustellerinnen und Schausteller nicht noch stärker zu belasten.¹¹ Schon hier zeigte sich die städtische Pflege des Doms, der zunehmend wichtig für Hamburg wurde und nicht sich selbst überlassen werden sollte. Die Wahl für den neuen Veranstaltungsort fiel auf das unweit des Spielbudenplatzes gelegene Heiligengeistfeld, das Ende des 19. Jahrhunderts unwirtliches Vorstadgelände war.¹² Vier Jahrzehnte später lag es mitten im Zentrum. Die Verstädterung ließ Hamburg rund um das Heiligengeistfeld herum wachsen – und damit auch rund um den Dom, der fortan auf dem Heiligengeistfeld seinen regelmäßigen Veranstaltungsort fand.

Die Parallelentwicklung von Verstädterung und sich professionalisierendem öffentlichem Vergnügungsraum zeigte sich nicht nur in Hamburg, sondern in allen größeren Städten der Zeit. „Das Wachstum der Stadt und der Ausbau der Infrastruktur lassen sich anhand der Vergnügungsparks nachvollziehen“, befindet Johanna Niedbalski etwa für Berlin. Gegen Ende der 1920er Jahre lagen Berliner Vergnügungsparks „nicht mehr in Vororten oder Dörfern, sondern waren [...] innerstädtische Vergnügungsorte geworden.“¹³ Auch der Hamburger Dom wurde Produkt und Katalysator der wachsenden Stadt. Er verstetigte und verdichtete sich auf dem Heiligengeistfeld zu einer Zeit, als auch Hamburg sich räumlich konsolidierte. Mit Blick auf die neuen Studien für Berlin¹⁴ lässt sich auch Hamburgs Stadtentwicklung in eine neue Perspektive setzen und die gesellschaftspolitische Bedeutung ihrer populären Vergnügungskultur nachweisen.

¹⁰ Vgl. „Der Hamburger Dom 1953“, Bericht des Gewerbeamts der Behörde für Wirtschaft und Verkehr der Freien und Hansestadt Hamburg, Hamburg, 11.11.1953, in: StA HH 135-1 VI 1934.

¹¹ Vgl. Polizeibehörde Hamburg, Betrifft die Abhaltung des sog. Dommarktes Hamburg, Hamburg, 18.10.1892, in: StA HH 376-2 Gen XII C 6; vgl. M. Janke-Hansen, Die Cholera war schuld. Von Amts wegen Zentrum des Vergnügens, in: „Hamburger Morgenpost“, 18.3.1993, S. 24 f.

¹² Daher waren viele Schaustellerinnen und Schausteller dem neuen Platz gegenüber skeptisch und zögerten, ihre Geschäfte vom Spielbudenplatz dorthin zu verlegen, vgl. Polizeibehörde Hamburg, Betrifft die Abhaltung des sog. Dommarktes Hamburg, Hamburg, 18.10.1892, in: StA HH 376-2 Gen XII C 6.

¹³ Johanna Niedbalski, Die ganze Welt des Vergnügens. Berliner Vergnügungsparks der 1880er bis 1930er Jahre, Berlin 2018, S. 204.

¹⁴ Vgl. Morat; Nolte.

Ein sehr prägendes Merkmal des Hamburger Doms ist seine städtische Trägerschaft. Von Beginn an bewarben sich die Schaustellerinnen und Schausteller bei der Stadt um Standflächen und erhielten diese gegen Gebühr. Schon immer war für das Publikum der Eintritt zum Dom frei, was nur möglich war, weil er in städtischer Hand lag. Im Verlauf des 20. Jahrhunderts ordnete, förderte und baute die Stadt den Dom schrittweise aus. Seit 1900 geschah dies auf Grundlage einer neuen Marktordnung, in deren Fassung von 1953 es hieß: „Der Dommarkt [...] und die Vergnügungsmärkte dienen der Volksbelustigung. Auf ihnen werden Lustbarkeiten dargeboten und, soweit dies dem Marktzweck entspricht, auch andere gewerbliche Leistungen und Waren angeboten.“¹⁵

Zu den „Lustbarkeiten“ auf dem Dom gehörten alle Attraktionen der modernen Vergnügungsindustrie. Eine von ihnen war die „Steilwand-Todesfahrt“. Dort fuhren Akrobaten auf Motorrädern in maximalem Tempo an der steilen Wand entlang und vollführten waghalsige Manöver. Das Angebot griff das neue Tempo der Großstadt auf, ermöglichte sein Kennenlernen aus nächster Nähe, ohne selbst in Gefahr zu geraten. Für das Publikum stellte das Betrachten dieser „Todesfahrt“ Nervenkitzel und Techniktraining in einem dar.¹⁶

Einen ebenso geschützten Rahmen für spielerisches Kennenlernen moderner Lebensweisen boten die „Teufelsräder“. Hier ging es um Körperkontakt und Erotik. Die Besucherinnen und Besucher nahmen auf einer glatten, runden Scheibe Platz, die sich in Bewegung setzte. Zentrifugalkräfte drückten die Fahrgäste an den Rand und wirbelten sie durcheinander.¹⁷ Dieser kontrollierte Kontrollverlust führte zu Verrenkungen und Berührungen, die an allen anderen öffentlichen Orten der Zeit unschicklich oder verboten gewesen wären. Doch zum Vergnügen waren sie erlaubt und erfreuten sich großer Beliebtheit, auch auf dem Hamburger Dom.¹⁸

Steilwand und Teufelsrad sind nur zwei Beispiele für moderne Attraktionen auf dem Dom zu Beginn des 20. Jahrhunderts, die Urbanisierungsprozesse aufgriffen und weitertrieben. Sie schufen einen neuen Freiraum für Angehörige aller sozialer Schichten und wurden zum Erprobungsort von Emanzipation – nicht nur, aber immer wieder auch für Frauen.¹⁹

¹⁵ Dommarkt- und Vergnügungsmarktordnung, Hamburg, 6.10.1953, § 2 Marktzweck, in: St.-Pauli-Archiv e.V.

¹⁶ Vgl. Niedbalski, S. 231.

¹⁷ Vgl. Dering, S. 141 f.

¹⁸ Vgl. Niedbalski, S. 331-337.

¹⁹ Vgl. Morat, S. 22 f; Niedbalski, S. 408.

Urbane öffentliche Vergnügensplätze machten gesellschaftliche Spannungen sichtbar und provozierten ihre Kulmination. Grenzübergreifende Begegnungen konnten auch zu Konflikten führen, so wie am 10. Dezember 1929 auf dem Dom. Vor einer Wurstbude skandierten einige Dutzend Kommunisten Parolen, unter anderem: „Wir essen keine republikanische Arbeiterwurst!“ Zur selben Zeit trafen an die hundert NSDAP-Mitglieder auf dem Dom ein, die von einer Parteiversammlung im nahegelegenen Conventgarten kamen. Sie entdeckten die Kommunisten und griffen an. Der Streit eskalierte. Erfolglos forderte die Polizei die Menge auf auseinanderzugehen. Schließlich trennte sie die beiden Gruppen unter Einsatz von Schlagstöcken und es kam zu mehreren Festnahmen.²⁰

Die vermeintlich harmlose Bratwurst wurde zum Symbol des „republikanischen“, also des staatstragenden Doms, das die linksradikalen Systemgegner ablehnten. Die Rechtsradikalen kämpften gegen die zu Feinden erklärten Kommunisten. Beiderseits nutzten die politischen Aktivisten den Dom als Bühne und luden ihn ideologisch auf. Auf dem offenen und prominenten Volksfest prallten die politischen Lager der Zeit aufeinander, sodass der Dom im Kleinen offenlegte, was sich in der späten Weimarer Republik im Großen abspielte und ihre politische Kultur kennzeichnete: Zersplitterung, Radikalisierung und Gewaltbereitschaft.

Wie politisch damit scheinbar unpolitisches populäres Vergnügen werden konnte, belegt auch die Urteilsbegründung der Staatsanwaltschaft Hamburg, als der „Arbeiterwurst“-Fall vor Gericht landete. Der Richter verhängte Freiheitsstrafen, „um [...] zum Bewusstsein zu bringen, dass in der heutigen Zeit [...] Nichtbefolgen polizeilicher Anordnungen ausserordentlich leicht zu schweren Konflikten und Zusammenstößen führen kann, auch wenn der Anlass ursprünglich etwas ganz Harmloses wie ein Dombummel gewesen ist.“²¹ Das Volksfest war zum öffentlichkeitswirksamen Kampfplatz geworden, weil es zentral, offen und populär war. Aber nicht von sich aus war der Dom politisch, sondern Aktivisten wie Beamte *machten* ihn politisch.

Ausbau in Krisenzeiten

Während viele populäre öffentliche Vergnügungen in westlichen Metropolen Mitte des 20. Jahrhunderts an Bedeutung verloren²², wurde der Hamburger

²⁰ Vgl. Staatsanwaltschaft Hamburg, Anklageschrift gegen Rickert, Lentz und Dibbern, 22.1.1930, in: StA HH 213-11_A09174/0.

²¹ Vgl. ebd.

²² Vgl. Kaspar Maase, Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970, Frankfurt a. M. 1997, S. 235.

Dom immer erfolgreicher. Bereits 1930 war er so bedeutend für die Stadt, dass diese bei Ausbruch der Weltwirtschaftskrise sofort Rettungsmaßnahmen ergriff: Sie gründete einen neuen Dommarkt im Frühling, „weil die Not namentlich bei den kleineren Schaustellern sehr groß ist, denn auch in diesem Gewerbe wirkt sich die schlechte Wirtschaftslage katastrophal aus.“²³ Man sieht, der Dom war für die Stadt kein rein rechnerisches Geschäft. In Krisen erhielt er Unterstützung. Soziale Sorge und unternehmerische Investition hielten sich dabei sicher stets die Waage. Schließlich konnten nur erfolgreiche Schaustellerinnen und Schausteller Steuern und Gebühren zahlen.²⁴

Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten 1933 wandelte sich die politische Kultur auf dem Hamburger Dom. Der Erste Vorsitzende des Internationalen Vereins reisender Schausteller und Berufsgenossen zu Hamburg²⁵, Felix Scholz, war Nationalsozialist und übernahm schnell die Wortführerschaft. Regelmäßig veröffentlichte er im norddeutschen Fachblatt „Der Anker“ und propagierte dort offen NS-ideologisches Gedankengut.²⁶

Scholz plädierte für eine Auflösung aller regionalen Schaustellerverbände zu Gunsten eines Einheitsverbands. Zudem legte er dar, welchen Wert das Volksfest und das Schaustellerwesen im Deutschen Reich künftig haben sollten: „Wir sind nicht nur in volkswirtschaftlicher Beziehung ein wichtiges Glied im deutschen Volkskörper, sondern auch in volkstümlicher Beziehung wird der Geist des deutschen Volkstums durch uns mit dazu beitragen, daß das deutsche Volk nach der schrecklichen materialistischen Zeit sich selbst wiederfindet. Unsere Feste sind die Träger wahrsten deutschen Volkstums.“²⁷

Am 31. März 1933 wurden die Einzelverbände im Schaustellerwesen zum Reichsverband ambulanter Gewerbetreibender Deutschlands zwangsvereinigt²⁸, ebenso wie andere Berufsverbände im nationalsozialistischen Deutschland. Nur Angehörige der neuen vereinigten Organisation durften weiterhin

²³ „Hamburger Fremdenblatt“, 21.3.1931, in: StA HH 135-1 I-IV 7081. Vgl. auch Niese, S. 25.

²⁴ Vgl. zur großen wirtschaftlichen Bedeutung des Doms für die Stadt den Vortrag des Abgeordneten Fehling (Deutsche Volkspartei) in der Hamburgischen Bürgerschaft am 8.6.1921, in: Stenografische Berichte über die Sitzungen der Bürgerschaft zu Hamburg, 30. Sitzung der Bürgerschaft, Juni 1921, S. 943.

²⁵ Seit 1964 heißt der Verein Schaustellerverband Hamburg von 1884 e.V. Er ist heute einer der zwei führenden Hamburger Vereine für Schaustellende.

²⁶ Vgl. Felix Scholz, Wesen und Ziel unserer Organisation als Schausteller und Berufsgenossen, in: Der Anker. Alleiniges Organ des Internationalen Vereins reisender Schausteller und Berufsgenossen e.V., Sitz Hamburg, gegr. 1884, H. 7/34, (18.2.1933), S. 4 f.

²⁷ Ebd., S. 4.

²⁸ Vgl. Der Präsident des Reichsverbandes ambulanter Gewerbetreibender Deutschlands: Bekanntmachung, in: Der Anker. Amtliches Verkündungsblatt des Reichsverbandes ambulanter Gewerbetreibender Deutschlands im Reichsstand des deutschen Handels (Pößneck), H. 14/34 (8.4.1933), S. 3.

Märkte beschicken.²⁹ Felix Scholz wurde Präsident des Reichsverbandes ambulanter Gewerbetreibender. Der Hamburger Dom behielt für ihn eine besondere Bedeutung. So informierten die „Hamburger Nachrichten“ zum Winterdom 1933: „Präsident Felix Scholz (Berlin) wies [...] auf die historische Bedeutung des Hamburger Doms als eines wahren deutschen Volksfestes hin und gelobte, daß auch das ambulante Gewerbe für alle Zeit treu zum Führer stehen und in seinem Geist an dem Werke der Wiedergeburt des Vaterlandes mitarbeiten werde. Mit einem dreifachen Sieg-Heil auf den Führer beendete der Redner die Kundgebung. Ein Rundgang über den Dom schloß sich an.“³⁰ Der Hamburger Dom wurde im Nationalsozialismus in der öffentlichen Kommunikation in die Konstruktion von „Volksgemeinschaft“ und völkischer Traditionen eingepasst.³¹ Auch war in lokalen Presseberichten nach 1933 regelmäßig die Rede vom „Tausendjährigen Dom“³², obwohl die mittelalterlichen Anfänge des Doms nicht mehr datierbar sind.³³

Mit der ideologischen Umwidmung des Doms wurde auch die Werbung intensiviert. Erstmals gab es eine große Kampagne im Umkreis von 150 Kilometern³⁴ und die Reichsbahn richtete Sonderzüge ein, die Besucherinnen und Besucher aus dem Umland schnell und günstig zum Dom brachten.³⁵ Dass damit der Dom und der Stadtteil St. Pauli für die ländliche Bevölkerung erreichbarer wurden, bedeutete faktisch eine Demokratisierung des städtischen Vergnügens. Aber wie alle Arbeiterwohlfahrt im NS-Staat stand auch die Förderung von Volksfesten im Dienst der rassistisch definierten „Volksgemeinschaft“ und völkischer Ideologie.³⁶

Die gewachsene sozial integrierende Funktion des Hamburger Doms im Nationalsozialismus zeigte sich nicht zuletzt in der Tatsache, dass selbst der Kriegsbeginn das Volksfest nicht stoppte. Im Ersten Weltkrieg hatte der Dom noch ausgesetzt und war erst 1924 wieder gestartet.³⁷ Aber im Zweiten Welt-

²⁹ Vgl. o.A.: Vizepräsidenten Oeser und Peterseim in Frankfurt a.d. Oder, in: Der Anker, H. 30/34 (29.7.1933), S. 5.

³⁰ „Hamburger Nachrichten“, 14.11.1933, in: StA HH 135-1 I-IV 7081.

³¹ Vgl. zur medialen Konstruktion und Propagierung der „arischen Volksgemeinschaft“ insgesamt z.B. Inge Marszolek, „Aus dem Volke für das Volk“. Die Inszenierung der „Volksgemeinschaft“ im und durch das Radio, in: Dies./Adelheid von Saldern (Hrsg.), Radiozeiten. Herrschaft, Alltag, Gesellschaft (1924–1960), Berlin 1999, S. 121–135.

³² StA HH 135-1 I-IV 7081.

³³ Vgl. Anm. 6.

³⁴ Vgl. „Hamburger Tageblatt“, 25.10.1935, in: StA HH 135-1 I-IV 7081.

³⁵ Vgl. „Hamburger Fremdenblatt“, 1.10.1935, in: ebd.

³⁶ Vgl. Maase, S. 198, 221–225.

³⁷ Vgl. „Hamburg in Zahlen“, hrsg. v. Statistischen Landesamt der Hansestadt Hamburg, 20.3.1952, Hamburg, H. 12/1952, S. 193.

krieg lebte er fort und wurde sogar ausgedehnt.

Wegen des Gebots zur Verdunkelung konnte der hell beleuchtete Dom ab 1939 nicht mehr auf dem zentralen Heiligengeistfeld und ebenso wenig nach Einbruch der Dunkelheit stattfinden. Auch diente das Heiligengeistfeld nun verstärkt Aufmärschen der NSDAP.³⁸ Der Dom verteilte sich daher auf mehrere kleine Plätze und seine Geschäfte schlossen schon um 16 Uhr. Doch trotz dieser Einschränkung galt das Volksfest weiter als „Dom“ und fand ungebrochenen Anklang.³⁹ In den Jahren 1940 bis 1942 fanden die Dommärkte an den Ausweichorten jeweils dreimal statt⁴⁰, also häufiger als der zentrale Vorkriegsdom. Damit nicht genug: Neuerdings gab es zudem einen Dom im Innenraum, und zwar in der Ernst-Merck-Ausstellungshalle im Park „Planten un Blumen“. 1939 fand dieser „Hallendom“ zehn Tage, im Folgewinter 1940/41 sogar fast zwei Monate statt.⁴¹ Weil der „Hallendom“ überdacht war, konnte er bis in die Nacht hinein geöffnet sein. Nachmittags begrüßte Gauleiter Karl Kaufmann „Soldatenkinder“ und stellte das Vergnügen explizit in den Kriegszusammenhang.⁴² Offenbar sah er großes propagandistisches Potenzial im Dom. Von Mitte der 1930er bis in die 1940er Jahre hinein entfaltete der Dom somit eine doppelte Funktion der Zerstreuung: Für diejenigen, die ihn besuchten, diente er als Erholung in Zeiten von Angst und Not, für die nationalsozialistischen Machthaber als Mittel, um die Bevölkerung bei Laune zu halten und von ihrer Politik der Verfolgung und des Terrors abzulenken.

Zwischen Deutscher Frage und Internationalisierung

Auch die Kriegszerstörungen setzten dem Dom nach 1945 kein Ende. Man wich einfach wieder auf den Spielbudenplatz aus – auf dem Heiligengeistfeld standen Flüchtlingsbaracken. Die deutsche Teilung war für den Dom jedoch durchaus Zäsur, womöglich seine „einschneidendste Veränderung im 20. Jahrhundert“:⁴³ „Spitzenplätze“⁴⁴ wie die Dresdner Vogelwiese oder die Leipziger Messe konnten westdeutsche Schaustellerinnen und Schausteller nun nicht mehr beschicken und auch Märkte östlich von Oder und Neiße entfielen. Wieder traten die Behörden in dieser Krise helfend in Aktion: „Eine weitere Veranstaltung

³⁸ Vgl. Ingolf Goritz, Zur Geschichte des Heiligengeistfeldes, 6.1998, URL: <http://www.karo4tel.de/4TEL/HEILIG.HTM> (16.7.2019).

³⁹ Vgl. „Hamburger Anzeiger“, 13.11.1939, in: StA HH 135-1 I-IV 7081.

⁴⁰ Vgl. ebd.

⁴¹ Nämlich vom 14. bis 23.12.1939 und vom 15.12.1940 bis 11.2.1941.

⁴² Vgl. StA HH 135-1 I-IV 7081.

⁴³ Dering, S. 24.

⁴⁴ Ebd.

unter dem Namen ‚Hummelfest‘ wurde eingerichtet, um den Schaustellern eine Erwerbsmöglichkeit zu geben als Ausgleich für ihre verlorengegangenen Reisegebiete in der sowjetisch besetzten Zone Deutschlands“⁴⁵, berichtete die Marktverwaltung im Gewerbeamt rückblickend. Das neue Hummelfest, heute als Sommerdom bekannt, fand nun für je drei Wochen jährlich im August statt, ausgetragen wiederum auf dem Heiligengeistfeld, wie auch die Dommärkte im Frühling und Winter.⁴⁶ Das Hummelfest bekräftigte und verstetigte den Erfolg des Hamburger Doms endgültig.

Weiterhin nutzten Hamburger Politikerinnen und Politiker den Dom für ihre Öffentlichkeitsarbeit und maßen ihm dadurch gesellschaftliche Bedeutung zu. So sind Fotos von Jugendsenatorin Paula Karpinski (SPD) überliefert, die sie mit Kindern beim Dombummel zeigen.⁴⁷ In Karpinskis⁴⁸ Amtszeit fiel vor allem die Sorge um Flüchtlingskinder in Hamburg⁴⁹ und auch diese soziale und politische Herausforderung schlug sich im Dom-Geschehen nieder. „Flüchtlinge sind heute Gäste beim ‚Hummel-Fest‘“, titelte das „Hamburger Abendblatt“ am 23. August 1961.⁵⁰ 200 Kinder und 150 Erwachsene aus dem Durchgangslager Hamburg-Finkenwerder, wo seinerzeit vor allem Flüchtlinge aus der DDR, aber seit 1956 auch aus Ungarn untergebracht waren, waren gekommen. Die Schaustellerinnen und Schausteller luden diese Bedürftigen zu einem Dombummel ein – und die Arbeits- und Sozialbehörde Hamburg wusste sich das Ereignis zu nutze zu machen. Im Bayernzelt „Gasthaus zum Ochsen“ begrüßte Senator Ernst Weiß (SPD) die Flüchtlinge offiziell auf dem Hamburger Dom und ließ ihren Besuch fotografisch dokumentieren.⁵¹ Auch die Hafendampfschiffahrts-AG partizipierte an dem öffentlichkeitswirksamen Event: Sie sponserte den Flüchtlingen die Überfahrt über die Elbe von Finkenwerder zum Dom.

⁴⁵ Gewerbeamt, Bericht für Behördenbesprechung der Marktverwaltung, Hamburg, 21.2.1961, in: StA HH 376-17 401; vgl. Alina Laura Tiews, Früher hieß es Hummelfest! Die Gründung des Hamburger Sommerdoms, 8.2017, URL: <https://www.hamburg.de/dom/9250184/die-gruendung-des-hamburger-sommerdoms/> (18.2.2019); vgl. Niese, S. 25 f.

⁴⁶ Heute läuft der Sommerdom, wie alle Hamburger Dommärkte, vier Wochen.

⁴⁷ Vgl. StA HH 622-1/235_7.

⁴⁸ Paula Karpinski saß bereits 1931 in der Hamburgischen Bürgerschaft, bis sie 1933 von den Nationalsozialisten verhaftet wurde. Sie war von 1946 bis 1953 und nochmals von 1957 bis 1961 Jugendsenatorin sowie von 1951 bis 1953 Leiterin des Sportamts, vgl. Paula Karpinski. Mit der Zeit wird man immer stärker! Paula Karpinski zum 100. Geburtstag am 6. November 1997, hrsg. v. der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) – Landesorganisation Hamburg, Hamburg 1997.

⁴⁹ Vgl. Karpinski, S. 11-13.

⁵⁰ o.A.: „Flüchtlinge sind heute Gäste beim ‚Hummel-Fest‘“, in: „Hamburger Abendblatt“, 23.8.1961.

⁵¹ Vgl. StA HH 720-1 388-00/32599.



DDR-Flüchtlinge auf dem Hamburger Dom, 23.8.1961. **Abb. 1 (links):** Öffentlichkeitswirksam werden Hamburg-Symbole (Flagge und Hummelmann) beim Besuch platziert. **Abb. 2 (rechts):** Sozialsenator Ernst Weiß (SPD) mit Flüchtlingskindern im Bayernzelt.

Der vielsagende Kommentar des „Abendblatts“ lautete: „Als es [...] hinein ins Vergnügen ging, kannte der Jubel der Kinder keine Grenzen. Die Erwachsenen aber waren stiller. Sie müssen erst wieder lernen, unbeschwert fröhlich zu sein.“⁵²

Erkennbar stand der wohltätige Dom-Bummel in direktem Zusammenhang mit dem Bau der Berliner Mauer zehn Tage zuvor. Die deutsche Teilung hatte sich verschärft und belastete die Gemüter – der Hamburger Dom war Schauplatz dieser angespannten politischen Lage und zugleich eine Ablenkung davon. Für die Politikerinnen und Politiker indes wurde er zum dankbaren Moment, ihren Einsatz für sozialen Zusammenhalt in Szene zu setzen.

Analog zur Deutschen Frage spiegelten sich auch die neuen internationalen Bündnisse im Hamburger Dom wider. Die Bundesregierung schloss in den 1950er Jahren Partnerschaften mit Staaten der nordwestlichen Welt. Als wichtiger Handels- und Hafenstadt kam Hamburg dabei eine Schlüsselrolle zu. Die Stadt erneuerte ihr Image als „Tor zur Welt“⁵³ „mit einem gesunden Sinn fürs Vergnügen“.⁵⁴ Diesem Zeitgeist folgend, internationalisierte das Hamburger Gewerbeamt nun auch den Dom und machte ihn zum Fest westeuropäischer Völkerfreundschaft.

⁵² o.A.: „Unbeschwerte Freude auf dem Dom. Schausteller hatten Gäste aus dem Flüchtlingslager Finkenwerder“, in: „Hamburger Abendblatt“, 24.8.1961.

⁵³ Vgl. Yvonne Robel/Inge Marszolek, The Communicative Construction of Space-Related Identities. Hamburg and Leipzig Between the Local and the Global, in: Andreas Hepp/Andreas Breiter/Uwe Hasebrink (Hrsg.), Communicative Figurations. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research, 2018, S. 151-172, hier S. 158-160, abrufbar unter: https://doi.org/10.1007/978-3-319-65584-0_7.

⁵⁴ Julia Sneeringer, „Fließband der Freuden“. Die Vermarktung Hamburgs und der Reeperbahn in den 1950er und 1960er Jahren, in: Zeitgeschichte in Hamburg. Nachrichten aus der Forschungsstelle für Zeitgeschichte in Hamburg (FZH), 2007, S. 41-56, hier S. 45.

Zum Winterdom 1953 startete das Gewerbeamt eine große Kampagne.⁵⁵ Bis zur holländischen Grenze und erstmals auch im Ausland, und zwar in Dänemark, bewarb ein Plakat den Hamburger Dom. Ein eigens geprägter Poststempel trug den Dom symbolisch in alle Welt.⁵⁶ An Fahrgeschäften wehten skandinavische Flaggen.

Auch die Infrastruktur für den Dom verbesserte das Gewerbeamt 1953 erheblich, wie die „Neue Zeitung“ kommentierte: „Man [...] plante die Budenstraßen, legte kilometerlange Kabel, schraubte zwei Millionen Lampen, verbreiterte An- und Abfahrtsstraßen, sorgte für Wasser und andere Bedürfnisse, [...] etablierte Feuermelder und Rot-Kreuz-Schwester [...] – kurz, man bemühte sich redlich, dem Geldausgeben den behördlichen Boden zu bereiten, denn wo die Mark rollt, freut sich die Steuer, und wo die Schausteller verdienen, hat Väterchen Staat seinen rechten Anteil.“⁵⁷ Deutlich strich die Redaktion dabei die wirtschafts- und stadtpolitische Bedeutung der Veranstaltung heraus.

Die Maßnahmen zahlten sich aus. Im Verlauf der 1950er Jahre verdoppelten sich die Besuchszahlen. Waren 1950 872.000 Menschen auf den Hamburger Dom gekommen, stieg die Zahl 1959 bereits auf knapp 1,5 Millionen und im Jahr 1960 sogar auf 1,8 Millionen.⁵⁸ Zufrieden notierte die Marktverwaltung im November 1957, dass vor allem dänische Gäste „gern“ zum Hamburger Dom kämen, weil er, anders als der Kopenhagener Tivoli, freien Eintritt habe.⁵⁹ Auch die internationale Werbung hatte sich für die Stadt Hamburg also gelohnt.

„Vergnügungsmärkte“ blieben für die Marktverwaltung „aktuell“, weil sich dort „jeder für wenig Geld und ungezwungen belustigen kann.“⁶⁰ Tatsächlich war es aber nicht nur dieser offene Zugang zu preiswertem Vergnügen, der den Dom am Leben hielt. Der Dom war nicht einfach „aktuell“ – die Marktverwaltung hielt ihn „aktuell“. Ihre Kampagnen sorgten dafür, dass sich das alte Volksfest „trotz der vielen Lichtspielhäuser und Theater sowie der Verbreitung des Fernsehens“⁶¹ wachsender Beliebtheit erfreute. Kontinuierliche wirtschafts-

⁵⁵ Vgl. Der Hamburger Dom 1953, Bericht des Gewerbeamts der Behörde für Wirtschaft und Verkehr der Freien und Hansestadt Hamburg, 11.11.1953, in: StA HH 135-1 VI 1934.

⁵⁶ Vgl. ebd.; vgl. den Stempel selbst im Bestand „Hamburger Dom“ des St.-Pauli-Archiv e.V.

⁵⁷ „Die Neue Zeitung“, o.D.1953, in: StA HH 135-1 VI 1934.

⁵⁸ Vgl. Gewerbeamt, Marktverwaltung Vergnügungs- und Wochenmärkte, Statistiken und Presseinformationen, in: StA HH 376-17 401.

⁵⁹ Der Hamburger Dom 1957, Bericht des Amts für Marktwesen der Behörde für Wirtschaft und Verkehr der Freien und Hansestadt Hamburg, 7.11.1957, in: StA HH 135-1 VI 1934. Vgl. zur steigenden Zahl skandinavischer Besucherinnen und Besucher, auch auf der Reeperbahn, Sneeringer, S. 45.

⁶⁰ Gewerbeamt, Marktverwaltung Vergnügungs- und Wochenmärkte, Regierungsdirektor Weber: Sinn und Zweck der Vergnügungsmärkte, 21.2.1960, in: StA HH 376-17 401.

⁶¹ Ebd.

liche und kommunikative Maßnahmen der hamburgischen Behörden passten den Dom dem sich wandelnden Zeitgeist an und erneuerten ihn immer wieder.

Resümee

Der Hamburger Dom war keine neue Erscheinung der Jahrhundertwende um 1900 – er erfand sich zu dieser Zeit bloß einmal mehr neu. In dieser Zeit bildete er sein typisches Erscheinungsbild als Vergnügungsmarkt mit modernen Fahrgeschäften aus, welche ihn in eine Reihe mit den großen urbanen Vergnügungsparks der Zeit stellten.

Dass der Dom sich behauptete, lag immer wieder auch an Initiativen der Stadt Hamburg. Sie machte den einstigen Weihnachtsmarkt zu einem großen Volksfest und verstetigte ihn in einer Weise, die den Dom untrennbar mit dem Selbstverständnis der Stadt verband. Wirtschaftliche wie politische Motive begründeten diese Strategie; die Behörden konnten nicht auf das Traditionsfest verzichten. Je größer die Stadt den Dom aufzog, desto stärker vermarktete sie ihn. In den 1930er Jahren erfand die nationalsozialistische Propaganda den „Tausendjährigen Dom“ und erklärte ihn zum relevanten Vergnügungsort für ihre rassistisch definierte „Volksgemeinschaft“. Nach 1945 machte das Stadtmarketing den Dom zu einem touristischen Anziehungspunkt für ganz Nordeuropa.

So tat es dem Erfolg des Hamburger Doms keinen Abbruch, dass das Wachstum der Städte und die Urbanisierung in der Mitte des 20. Jahrhunderts zu einem vorläufigen Ende gekommen waren und sich Medien- und Freizeitverhalten gewandelt hatten. Im Gegenteil: Er prosperierte in den 1950er Jahren in neuem Ausmaß. Insgesamt konnte der Dom seine Bedeutung immer wieder erneuern und deshalb überleben. Bis heute ist der Dom für Hamburg „relevant“⁶² und eng mit der städtischen Identität verbunden.⁶³

Abbildungsnachweise:

Abb. 1: DDR-Flüchtlinge zu Gast auf dem Hamburger Dom, 23.8.1961, StA HH 720-1 388-00 = 32599 Nr. 41, Conti-Press.

Abb. 2: Sozialsenator Ernst Weiß (SPD) mit Flüchtlingskindern im Bayernzelt, StA HH 720-1 388-00 = 32599 Nr. 15, Conti-Press/Schack.

⁶² Niedbalski, S. 12.

⁶³ Vgl. Ralf Wiechmann, „Ein Platz für Böses und Gutes“, Interview von Matthias Gretzschel, in: Hamburg History Live Magazin, H. 3/2018, S. 36.