



UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN

Gußglas

Klapheck, Richard

Düsseldorf, 1938

Das Kaufhaus

[urn:nbn:de:hbz:466:1-74372](https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:466:1-74372)

Paris: Kaufhaus
„Au Bon Marché“.
Mittelhalle „le dôme“. 1876.



Werkarchiv

Kaufhaus — Sammlungsbauten — Markthallen

Die Glaspassage, dieser erste Einbruch in das Stadttinnere mit den neuzeitlichen Baustoffen Eisen und Glas zu Beginn des 19. Jahrhunderts (Bild S. 107), ist nun nicht allein bestimmend gewesen für die Bahnhofs- und Ausstellungshallen, sondern auch für das neuzeitliche Kaufhaus, den Museumsbau, die öffentlichen Kassen, Markthallen und Schlachthöfe.

Das Kaufhaus ist, rein baulich betrachtet, ein Zusammenfassen, eine zwanglose Verbindung der Einzelläden der Glaspassage. Neben Übersichtlichkeit und Freiheit des Verkehrs war die wichtigste Bauaufgabe dieses neuen Bautyps: die Waren sollten sich kaufanreizend präsentieren, daher Verzicht auf ablenkende reiche architektonische Dekorationen; die Waren sollten sich in bester Beleuchtung anbieten, daher möglichste Einschränkung der Mauermassen zugunsten großer Fensteröffnungen und geringer Stützen. Mittelpunkt des Warenhauses war die große Lichthalle, die



Aufn.: Otto Prentzel, Berlin

Mittelhalle des Kaufhauses in der Leipziger Straße zu Berlin, 1895.
Eingedeckt mit mattiertem geripptem Gußrohglas.

der Franzose bezeichnenderweise „le dôme“ nennt. Diese neuzeitlich eigene Bauaufgabe war wieder nur zu lösen mit den neuzeitlich verfeinerten Baustoffen Eisen und Glas¹⁾.

Der Neubau der „Magasins Au Bon Marché“ 1876 von Laplanche, Gustav Eiffel (Erbauer des Eiffelturmes) und L. C. Boileau ist das erste baulich konsequent durchgeführte Warenhaus (Bild S. 129): lichte und leichte Eisen- und Glaskonstruktion im „dôme“; Weiterentwicklung 1885 im Neubau des „Printemps“ von Paul Sédille; der Neubau „La Samaritaine“ 1905 von Frantz Jourdain ein bis zur letzten Folgerung durchgeführter Eisen- und Glasbau²⁾; die Wandelhallen, also Glaspassagen, der „Galeries Lafayette“ von Chanut sind in der Schaufensterfolge unter gläserner Bedachung, die durch prismenartige Anordnung noch leuchtender wirkt, bauliche Sehenswürdigkeiten, die geradezu als eine neuzeitliche architektonische Visitenkarte der Lichtstadt Paris angesprochen werden könnte³⁾.

Es liegt vielleicht in der allzu stark rückblickenden Stilwiederholung deutscher Baukunst der letzten Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts begründet, daß die baurationelle Einstellung zweckentsprechend baulich durchgegliederter, lichtbringender Vertikalgliederung der Fassaden eines Warenhauses erst fünfzehn Jahre nach Sédilles „Printemps“ in Alfred Messels Warenhaus in der Leipziger Straße zu Berlin 1895 eine Nachahmung fand (Bild S. 130). Schinkels Entwurf für das Kaufhaus Unter den Linden zu Berlin 1827 hätte indes schon früher als Vorbild dienen können (Bild S. 28). Als Folge der Stilarchitektur der vorausgegangenen Jahrzehnte lagen bei Messel aber dauernd einander im Widerstreit der sachliche Baukonstrukteur, der seine Bauaufgabe in zweckentsprechenden Baustoffen zu lösen suchte, und der geschichtlich rückschauende akademische Baukünstler: gotische und barocke Schmuckformen sollten den Zweckbau in eine höhere Sphäre der Kunst erheben⁴⁾. Joseph Maria Olbrichs Warenhaus zu Düsseldorf 1908 hält sich von historisierenden Bauformen zwar frei und weiß die wundervolle Lichthalle in feinsinnig künstlerisch geschmackvoller Weise neuzeitlich kunstgewerblich mit kostbaren Hölzern, Steinsorten und Metallarbeiten auszustatten⁵⁾, aber diese kostbare Ausstattung geht, wie bei Messels Warenhaus, doch wieder auf Kosten der Wirkung der ausgestellten und verkauftseinwollenden Waren. Ihr zweckmäßigster Hintergrund ist fast in allen Fällen Glas in seinen verschiedenen Abarten.

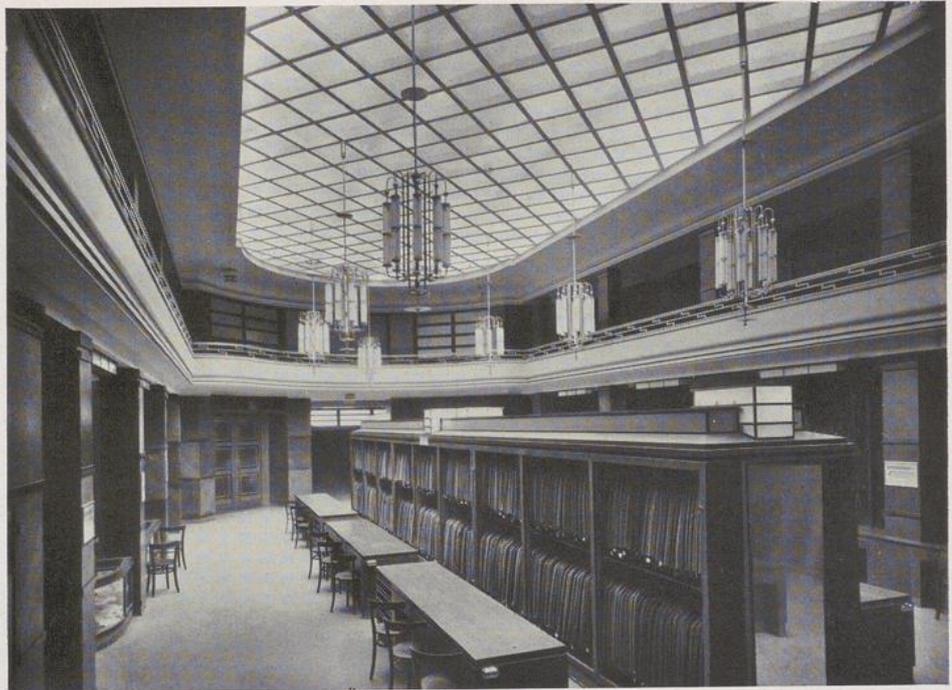
¹⁾ Das Kaufhaus ist ebenfalls eine Schöpfung des 19. Jahrhunderts und hat wieder seine Heimat in Frankreich. Die großen Kaufhallen des Spätmittelalters und der folgenden Jahrhunderte hatten als Engroslager oft nur für einen einzelnen Artikel bestimmt, eine ganz andere Aufgabe: „Tuchhalle“ in Nürnberg, die „Hallen“ der flandrischen Städte usw. Das älteste, heute noch bestehende Pariser Warenhaus „Le Petit St. Thomas“ wurde 1801 begründet. Im zweiten Kaiserreich folgte dann der große Aufschwung der „Grands Magasins de Nouveautés“, die weit über Frankreich hinaus bekannt wurden: 1852 „Au Bon Marché“, 1855 das Louvre-Warenhaus, 1865 „Le Printemps“, 1869 „La Samaritaine“ usw. — Vgl. Alfred Wiener „Das Warenhaus“ (Berlin 1912).

²⁾ S. Giedion „Bauen in Frankreich usw.“ Bilder S. 32 bis 35.

³⁾ Bilder i. d. Mitteilungen des Vereins Deutscher Spiegelglasfabriken 1927, Heft 7, S. 198 ff.

⁴⁾ W. C. Behrendt „Alfred Messel“ (Berlin 1911).

⁵⁾ Max Creutz „Joseph M. Olbrich. Das Warenhaus in Düsseldorf“ (Berlin 1909).



Aufn.: St. Rosenbauer, Frankfurt a. M.

Einzelhandelsgeschäft in Frankfurt a. M.

Weltkrieg und Nachkriegszeit haben leider in Deutschland die bauliche Weiterentwicklung des Warenhauses zu einem Standard-Bautyp restlos erfüllter Zweckmäßigkeit materialgerechten Gestaltens verhindert. Auch Frankreich und England haben die neuzeitliche Bauaufgabe nicht wesentlich weiterentwickeln können.

Glücklicher erwiesen sich indes die vom Weltkrieg verschont gebliebenen skandinavischen Länder und Holland: „Magazijn de Bijenkorf“ von Piet Kramer im Haag, das Rotterdamer Kaufhaus Bijenkorf von Willem Marinus Dudok (Bild S. 133) usw. Wohl aber ist in Deutschland das Einzelhandels-Kaufhaus (Bild S. 132) dem Ideal einer baukünstlerischen Lösung nähergekommen aus der Erkenntnis heraus, daß die Baukunst ihre „Poesie“ nicht bei den dekorativen Künsten borgt, sondern ihre eigene Poesie besitzt in der Art der rhythmischen Gestaltung eines Bauwerks, das in seinen Zweckbestimmungen an bestimmte Baustoffe gebunden ist; denn auch für die Baukunst gilt ein Wort, das Max Klinger einmal auf „Malerei und Zeichnung“ angewandt hat: „Ein Kunstwerk kann nur dann vollendet sein, wenn es mit dem Material geschaffen worden ist, welches den erschöpfenden Ausdruck seiner Grundidee möglich macht“.



Aufn.: Presse-Photo G.m.b.H., Berlin

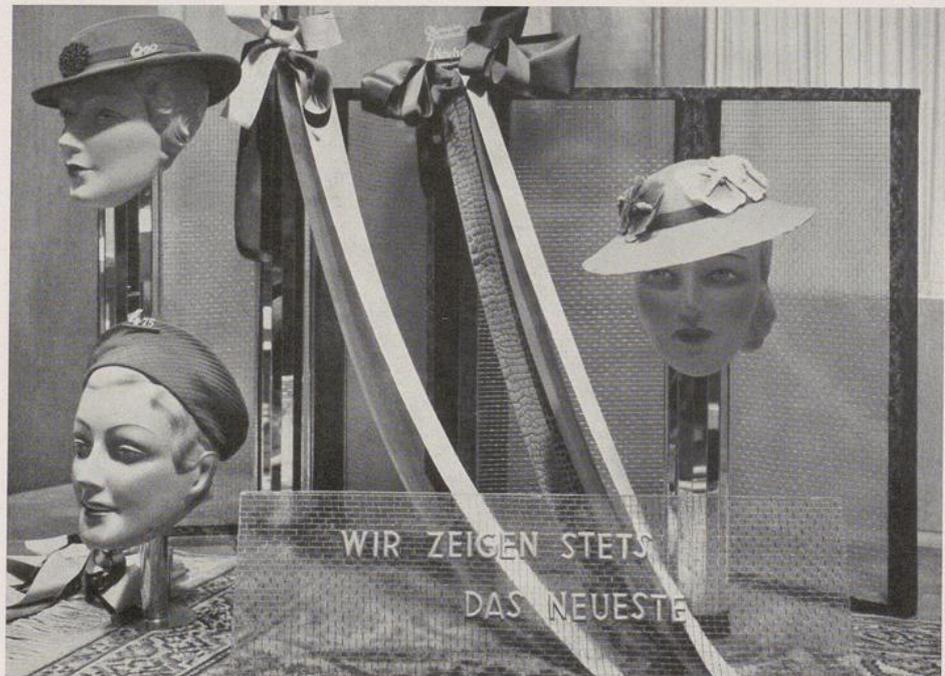
Kaufhaus Bijenkorf in Rotterdam.
Architekt: Willem Marinus Dudok

Noch wichtiger als die übersichtliche Zurschaustellung der Waren im Inneren des Kaufhauses ist die Gestaltung der Schaufenster¹⁾. Sie ist die einladende Werbung zum Besuch des Kaufhauses. Standardisierte Ladenfronten können aus werbetech- nischen Gründen nicht in Frage kommen. Der Architekt ist daher immer wieder vor eine neue Entwurfsarbeit gestellt. Grundsätzlich bleibt aber, daß die Umrahmung des Schaufensters im Interesse der ausgestellten Waren wieder möglichst schlicht sein muß, nichts anderes als schmucklos umkleideter Teil der Baukonstruktion (Bild S. 135). Die Warenauslagen der Schaufenster sollen aber die Helligkeit im Inneren des Kaufhauses nicht beeinträchtigen. Man benutzt daher als Abschluß der Schau- fenster Mattglas (s. S. 59), Ornamentglas (s. S. 65) oder Streifenglas (s. S. 71), wie man auch gerne spanische Schirme aus Drahtglas verwendet, um den einzelnen Aus- stellungsstücken einen wirkungsvollen Hintergrund zu geben, ebenso den Auf- schriften der Schilder mit den Warenbezeichnungen durch die Verwendung von Drahtglas (Bild S. 134). Damit nun die Schaufenster auch bei schlechter Witterung ihre Werbewirkung nicht verlieren, hat man über ihnen schützende Vordächer aus Drahtornamentglas angebracht (Bild S. 135).

¹⁾ Adolf Schuhmacher „Ladenbau. Anordnung, Einbau und Ausgestaltung kleiner und großer Läden in alten und neuen Häusern“, Jul. Hoffmann Stuttgart 1934, ist in praktisch-technischer Hinsicht für den Architekten eine begrüßenswerte Veröffentlichung.

Drahtglas für Geschäftsschilder und als Hintergrund der Schaufenster-Ausstattung.

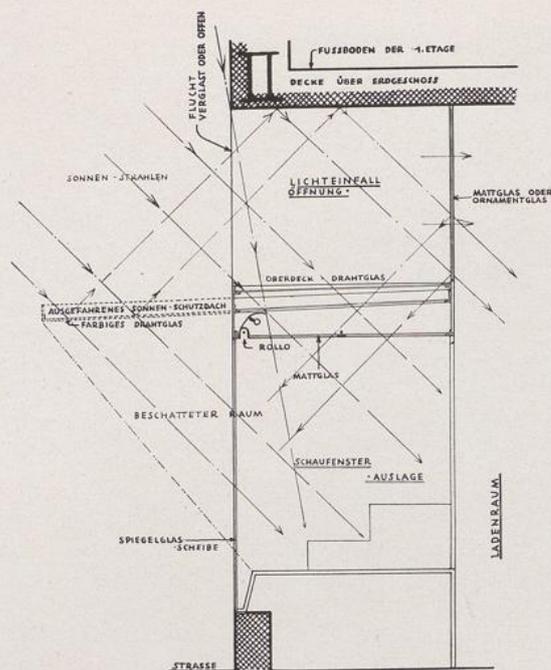
Aufn.: Viegner-Foto, Hamm





Aufn.: Schmölz, Köln

Kaufhaus in Köln mit Drahtornamentverglasung des Schutzdaches.



**Haus Leistenschneider in Düsseldorf
Architekt Bernhard Pfau**

Werkzeichnung für das ausfahrbare
Sonnen-Schutzdach (vgl. Bilder S. 137)

Das schützende Glasdach des Schaufensters bedeutet auch einen Sonnenschutz der ausgestellten Gegenstände; andererseits aber kann es unter gewissen Voraussetzungen auch eine störende Spiegelung bewirken, die noch empfindlicher ist unter sonnenschützenden Markisen und vorgebauten Arkaden, bei denen außerdem auch eine starke Verdunkelung hinzutritt¹⁾. Ein von dem Düsseldorfer Architekten Bernhard Pfau ausgearbeitetes und auch bereits angewandtes Verfahren eines ausfahrbaren Sonnenschutzdaches dürfte eine nicht unwichtige Anregung sein, Sonnenschutz und Vermeidung von Verdunkelung und Spiegelung zu vereinigen (Bild S. 136, 137). Es handelt sich um ein schon üblich gewordenes horizontal geteiltes Ladenfenster, bei dem der obere Teil als Lichteinfall für den Laden wie als Oberbelichtung des Schaufensters dient. Die Aufteilung bringt auch die ausgestellten Gegenstände des Schaufensters in ein bequemes Verhältnis zur Augenhöhe. Nun die Neuerung des ausfahrbaren Sonnenschutzdaches: seine Unterfläche besteht aus farbigem Drahtglas, die Lichteinfallfläche des Oberlichtes zum Laden aus Mattglas oder Ornamentglas, und eingezogen liegt das Sonnenschutzdach gebettet zwischen Drahtglas und Mattglas (Bild S. 136). Die auf das ausgefahrene Sonnenschutzdach auffallenden Sonnenstrahlen werden z. T. zur oberen Lichteinfallöffnung reflektiert, von dort zum Laden und zum Schaufenster. Bild S. 137 unten zeigt die Lichtwirkung des ausgefahrenen Sonnenschutzdaches gegenüber dem Nachbarhaus mit Markisenschutz, das Bild S. 137 oben die Wirkung bei ausgefahrenem und eingezogenem Sonnenschutzdach.

¹⁾ Der englische Architekt Gerald Brown hat zwar in verblüffender Weise die Spiegelung durch nach innen gewölbte Scheiben zu beseitigen gesucht. Ausführende Firma E. Pallard u. Co. Ltd. Anschauliche Bildwiedergaben bei Schuhmacher „Ladenbau usw.“ S. 86 und 12, Bild 4. Der Erfolg sei unbestritten — aber die großen Kosten der eigens herzustellenden Scheiben!



Haus Leistenschneider in Düsseldorf.

2 Aufn.: Leistenschneider, Düsseldorf

Oben: Ausgefahrenes und eingezogenes Sonnen-Schutzdach.

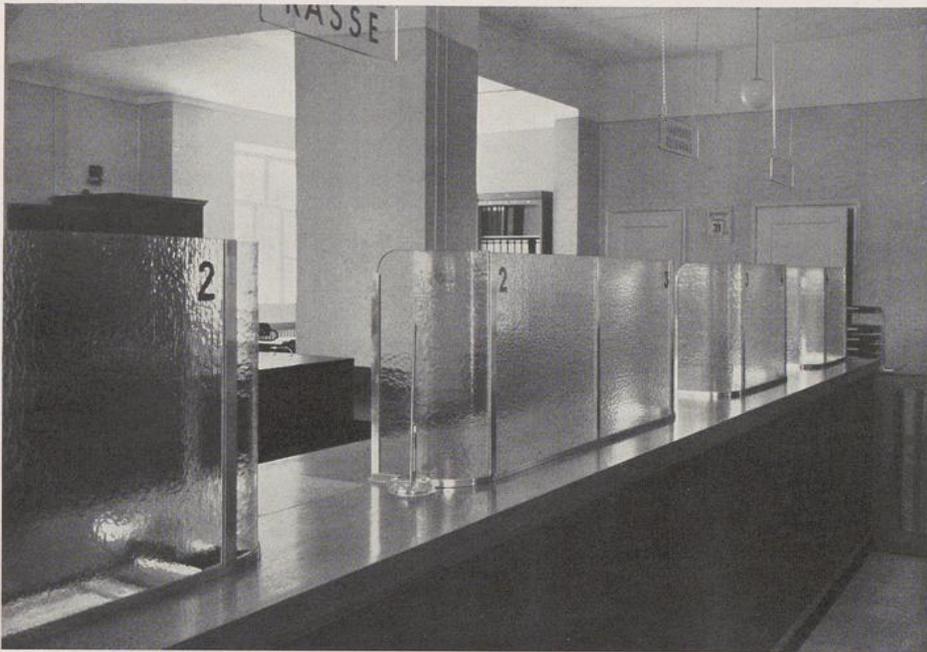
Unten: Man beachte die Helligkeit der Schaufenster beim ausgefahrenen Sonnenschutzdach gegenüber dem benachbarten Markisen-Sonnenschutz.





Werkarchiv

Die Glaspassage, die Summe der Einzelgeschäfte, war der Ausgang des Großkaufhauses. Dann wurde das Schaufenster des Einzelgeschäftes seinerseits aus werbetecnischen Gründen auf kleinem Raum zur Passage (Bild S.138).



Zahlständer aus Gußglas.

Aufn.: Jaeger & Georgen, München

Die Bedeutung des Großkaufhauses für die neue Bauweise der Glas- und Eisenkonstruktion liegt in der Vielseitigkeit seines Bauprogramms: Lichthöfe für das Publikum, Lichthöfe für Lagerräume und Expedition, Aufzüge, Oberlichtsäle, Räume für Maßarbeit und Fertigware, für Sport, Spielzeug, Lebensmittel und Wohnungseinrichtung, Erfrischungsräume, Lese- und Schreibzimmer, Kinderspielzimmer, Reisebüro, Theater- und Konzertkassen, Garderoben, Telephonzellen, Kühlräume, Warenlager, Werkstätten, Kassenräume, Räume für die kaufmännische und technische Verwaltung, Aufenthaltsräume für das zahlreiche Personal, Feuerwache, Unfallstation usw. — zusammenfassend: Bauthemen der Einzelgeschäfte, der Büro-, Verwaltungs- und Lagerhäuser, der öffentlichen Kassen, der Museen und Ausstellungen, der Gaststätten und Innenausstattung von Wohnbauten usw. Immer ist bei diesen vielfachen Bauthemen die selbstverständliche Voraussetzung: „Licht durch Glas“.