

Melchior Fischli

Architektur belebt das Geschäft

Ein kleiner Rundgang durch die Architekturgeschichte des Warenhauses in der Schweiz

Eigentliche Kathedralen des Handels und Tempel des Konsums waren seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert die Warenhäuser. Allein schon durch Grösse und Personenfrequenz besonders markante Erscheinungen in den Innenstädten, versammelten sie nicht nur das durch Industrialisierung und internationalen Handel verfügbare Warenangebot; sie gaben im Lauf des 20. Jahrhunderts wiederholt auch Anlass zu bemerkenswerten baulichen Lösungen, die mit der Investition in gute Architektur naheliegenderweise immer auch auf gute Umsatzzahlen schielten.

Von der Passage zum Warenhaus

Vorläufer der Warenhäuser waren die Passagen, wie sie in Paris seit der Zeit um 1800 entstanden waren und in Italien nach der Mitte des 19. Jahrhunderts einen zweiten Frühling mit umso grandioseren Bauten erlebten. In der Schweiz gibt es etwa mit der Passage des Lions in Genf von 1908 einen zwar sehr späten, aber reizvoll gestalteten und gut erhaltenen Vertreter dieses Bautyps (Abb. 1).¹ Die Passage erlaubte es im Unterschied zum einfachen Ladenlokal an der Strasse, auch das Blockinnere für Verkaufsflächen aufzuschlies-

sen, eine um ein Vielfaches längere Abwicklung nun voll verglaste Schaufenster zu realisieren und das Einkaufen mit dem Schutz vor Wind und Wetter zu einem eigentlichen Erlebnis zu machen.

Die «Hauptstadt des 19. Jahrhunderts» war freilich nicht nur Heimat der Passagen; auch das moderne Warenhaus entwickelte sich zu einem wesentlichen Teil in Paris.² Als dessen Erfinder gilt Aristide Boucicaut, der 1852 ein *magasin de nouveautés* mit dem Namen *Au Bon Marché* übernahm und dieses mit der Ausdehnung des Warenangebots und insbesondere einem 1869 begonnenen Neubau zum eigentlichen Warenhaus machte. Wesentlich für den Erfolg dieser neuen Art von Geschäften waren mehrere Neuerungen, die von Boucicaut eingeführt wurden und das Einkaufen revolutionierten: freie Besichtigung ohne Kaufzwang, fixe Preise und Umtausch. Weitere Warenhäuser entstanden in kurzer Folge in Paris, aber auch London und die entstehenden amerikanischen Grossstädte spielten in der Entwicklung der neuen Verkaufsform eine wesentliche Rolle.

Hauptmerkmal der Warenhäuser war und blieb auch in der Folge das ungewohnt breite Warenangebot unter einem einzigen Dach (Abb. 2). Möglich war dies durch die gewaltige Ausdehnung der Warenproduktion in der Industrialisierung durch die Eisenbahn, welche die Waren von den Fabriken in die Stadt brachte und gleichzeitig auch die Distribution über den Versandhandel ermöglichte. Eine Voraussetzung war aber auch eine zahlenmässig starke, kaufkräftige Mittelschicht, was vor allem in den grossen Städten gegeben war. Von Anfang an gehörten zum Warenhaus Sonderverkäufe, die innerhalb weniger Tage umso grössere Massen von Käufern anlockten und zum so-

Abb. 1 Genf, Passage des Lions, Arch. Adrien Peyrot, 1903–08 (Foto 1923).
Bibliothèque de Genève

»
Abb. 2 Werbeplakat Jelmolli Zürich, Oskar Zimmermann, 1927. Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung, ZHdK

Abb. 3 Zürich, Warenhaus Jelmolli, Arch. Stadler & Usteri, 1898/99 (Foto 1903).
Baugeschichtliches Archiv der Stadt Zürich (BAZ)



zialen Ereignis wurden, und Warenhäuser fielen durch ihre Reklame auf. Warenhäuser wurden damit zu eigentlichen «Kathedralen des Handels» – eine Formulierung, die ursprünglich auf Émile Zolas Warenhausroman *Au Bonheur des Dames* von 1883 zurückgeht. Als solche wurden sie bewundert, wie sie bald schon mit kulturkritischem Unterton auch für den «masslosen» Konsum kritisiert und für den Niedergang der kleinen Händler verantwortlich gemacht wurden. Zur Geschichte der Warenhäuser liegen mehrere gewichtige Darstellungen vor. An einigen Beispielen soll hier die Entwicklung der Baugattung für die Schweiz illustriert werden.³

Eisen, Glas, Grosstadt

«Man spricht so oft davon, Zürich sei im Begriffe, eine wirkliche Grosstadt zu werden, dass man sich in der That nicht wundern kann, von Zeit zu Zeit von Neuschöpfungen in unserer Stadt zu hören, die wirklich grosstädtischen Charakter haben.» – So leitete der *Tages-Anzeiger* 1899 seinen Bericht über den eben fertiggestellten Neubau des Warenhauses Jelmoli ein (Abb. 3).⁴ Hatten sich die ersten Warenhäuser hierzulande mehr schlecht als recht in bestehenden Bauten einquartiert, war mit dem «Glaspalast» für Jelmoli ein erster eigentlicher Warenhausneubau entstanden, der – wenn auch in deutlich kleinerem Massstab – eine Ahnung vom Glanz der berühmten Pariser Vorbilder vermittelte.⁵ Die von Anfang an geläufige Bezeichnung spielte dabei offensichtlich auf den berühmten Ausstellungsbau der Londoner Weltausstellung von 1851 oder auch den um 1900 noch bekannteren Münchner Glaspalast an.

Die vollständig in ein filigranes Stahlgerüst mit Kristallspiegelglasscheiben aufgelöste Fassade – Architekt Hermann Stadler sprach vom «Grippstil»⁶ – war ganz auf die Anforderungen eines Warenhauses ausgerichtet: Sie diente als viergeschossiges Schaufenster, sorgte zusammen mit einem Lichthof für das nötige Tageslicht auf den in die Gebäudetiefe reichenden Verkaufsetagen – und sie fiel auf, was der Werbewirkung nur dienlich sein konnte. Das Projekt für den ungewöhnlichen Bau war das Gemeinschaftswerk mehrerer Beteiligter. Der Architekt Hermann Stadler, der zusammen mit seinem Compagnon Emil Usteri den Bau verantwortete, hob in der *Bauzeitung*, was ungewöhnlich war, den mit den statischen Berechnungen betrauten Mitarbeiter Karl Menzel hervor, wohl einen Ingenieur. Anregungen zu dem Bau sollen aber auch von dem in Mannheim als





Architekt tätigen Philipp Jelmoli, Bruder des Warenhausbesitzers Franz Anton Jelmoli, ausgegangen sein.⁷

Der insbesondere in Chicago seit den 1870er Jahren perfektionierte Eisenskelettbau war für schweizerische Verhältnisse vollkommen neu. Entsprechend musste man sich technisches Know-how wie auch Baumaterialien weither zusammensuchen. Die Eisenkonstruktion lieferte die Eisenbaufirma Albert Buss & Co. in Basel, die neben Eisenfachwerkbrücken auch bereits Eisenhochbauten realisiert hatte. Den unmittelbaren Impuls zur Verwendung des Eisens in der Warenhausarchitektur sah Stadler in einer Reihe von Geschäftshäusern in Frankfurt, wo man bei der renommierten Kunstschlosserei Armbrüster denn auch die an der Fassade sichtbaren Verkleidungen des Eisenskeletts und später beseitigte Giebelaufsätze bezog.⁸ Während Paris das unerreichbare Ideal grosstädtischer Kultur darstellte, war Frankfurt gerade aus Zürcher Perspektive um 1900 *die* naheliegende Grossstadt schlechthin, man denke nur an Heidi. Was den Jelmoli-Neubau aber von allen Vorbildern unterschied, war die Radikalität, mit der man hier auf die sichtbare Rahmung des Eisenskeletts durch Mauerwerk gänzlich verzichtete.

Warenhauskathedralen um 1910

Reine Eisen-und-Glas-Bauten blieben Einzelfälle. Der Bauweise standen nicht nur verschärfte feuerpolizeiliche Bestimmungen und die Entwicklung des Eisenbetonbaus entgegen. Nur wenig später war eine solche filigrane Glasarchitektur schon wieder vollkommen *démodé*. Gesucht war im Zeichen der einsetzenden Reformarchitektur vielmehr die monumentale Wirkung des Baukörpers im Stadtraum. Die stilbildende Verbindung zwischen Öffnung und gleichzeitiger Monumentalisierung der Fassade hatte der Berliner Architekt Alfred Messel schon 1896/97 mit der ersten Bauetappe des Warenhauses Wertheim in der deutschen Hauptstadt geschaffen. Die Gebäudefront zur Leipziger Strasse rhythmisierte er mit durchlaufenden Pfeilern, zwischen die sich vollständig verglaste Fassadenflächen spannten – eine Lösung, die spätestens seit dem Architekturhistoriker Julius Posener in ihrer elementaren Radikalität zu den Anfängen moderner Architektur gerechnet wird.⁹ In der dritten Bauetappe des riesenhaften Warenhauses mit dem berühmt gewordenen Kopfbau am Leipziger Platz steigerte Messel 1902–04 diesen Rhythmus zu einer gotisch



Bern - Spitalgasse



anmutenden engen Abfolge von Bündelpfeilern und Lisenen und setzte dem vertikal gegliederten Baukörper ein voluminöses Mansardwalmdach auf (Abb. 4).

Wie sehr dieser Bau in den Jahren nach 1900 den Massstab für die Warenhausarchitektur setzte, zeigt sich an der Geschwindigkeit, mit der seine Formen auch in den etwas beschaulicheren schweizerischen Städten aufgegriffen wurden. Der Zürcher Warenhausgründer Julius Brann hatte nur ein Jahr nach seinem Konkurrenten Jelmoli und gut hundert Meter von diesem entfernt ebenfalls einen kleinen Glaspalast errichtet. Als er sein Warenhaus rund zehn Jahre später erweitern konnte, realisierten die Architekten Pflughard & Haefeli einen Monumentalbau, welcher das Stammhaus nicht nur grössermässig in den Schatten stellte, sondern mit seiner streng vertikal gegliederten Hausteinfassade und der Ecklage an der Bahnhofstrasse auch besonders wuchtig in Erscheinung trat. Über den vier Verkaufsgeschossen, welche durch Glasflächen zwischen den Sandsteinpfeilern immer noch reichlich belichtet wurden, erhob sich, in ebenso ungewöhnlichem Kontrast wie bei Messel, ein wuchtiges, geschweiftes Walmdachvolumen (Abb. 5).

Als Brann sein Warenhaus 1928/29 angesichts des guten Geschäftsgangs noch einmal erweitern konnte, liess er das knapp dreissigjährige Glashaus nicht nur durch einen Neubau ersetzen, der vom Eckbau von 1912 die Lisenengliederung übernahm; in Übereinstimmung mit dem höheren Erweiterungsbau setzte man dem Bau trakt von 1912 ein weiteres Voll- sowie ein Attikageschoss auf, die dem Gebäude neben der grösseren Nutzfläche auch ein moderneres Aussehen gaben und einmal mehr zeigten, wie schnelllebig auch die architek-

tonischen Moden in der Warenhausarchitektur waren. Vor kurzem umgebaut, präsentiert sich das Gebäude heute aussen mit sorgfältig renovierten Fassaden, während das Innere unter dem Druck der Rendite leider zu gewöhnlichen Büroetagen umfunktioniert ist (Abb. 6).¹⁰

Stadtbildpflege in Berner Sandstein

Warenhäuser waren ein wesentlicher Teil des Phänomens, das die Fachwelt bald nach 1900 mit dem Begriff «Citybildung» zu bezeichnen begann: Das Vorhandensein eines Warenhauses – oder eher noch mehrerer Warenhäuser – gehörte ab 1900 zu den charakteristischen Merkmalen dieser damals neu entstehenden Geschäftsviertel der Städte, und mit ihrer ungewohnten Grösse wie auch ihrer modernen Erscheinung waren die Warenhäuser hier bald ein auffallender Akzent im Stadtbild. Gleichzeitig waren die Jahre um 1900 auch eine Zeit, in der man angesichts der grossen städtebaulichen Umwälzungen die vom Verschwinden bedrohten Altstädte entdeckte. In Bern, wo sich die City seit dem ausgehenden 19. Jh. mitten in der Altstadt zu entwickeln begann, kam beides zusammen.

1899 liess David Loeb an der Berner Spitalgasse einen Neubau realisieren (Abb. 7), mit dem seine 1881 gegründete Gemischtwarenhandlung zu einem Warenhaus wurde und der ganz im Sinn der internationalen Vorbilder weitgehend in Glas aufgelöst war. Zumal gerade in Bern im Zeichen der aufkommenden Heimatschutzbewegung schon um 1900 ein Bewusstsein für den Reiz des alten Stadtbilds aufkam, wurde der Bau bald als moderner Fremdkörper wahrgenommen. Schon 1913 konnte der *Bund* freilich vermelden, dass diese

Abb. 7 Bern, die Spitalgasse mit dem ersten Warenhaus Loeb (der «Zahnücke»), Arch. Eduard Rybi, 1898/99 (Postkarte um 1900). Stadtarchiv Bern

Abb. 8 Bern, die Spitalgasse und das Warenhaus mit der Sandsteinfassade von Albert Gerster nach der Erweiterung von 1913–15. Bernisches Historisches Museum BHM

«**Abb. 4** Berlin, Warenhaus Wertheim, Kopfbau am Leipziger Platz, Arch. Alfred Messel, 1902–04 (Foto Max Missmann, 1908). Stadtmuseum Berlin

Abb. 5 Zürich, Warenhaus Brann, der Erweiterungsbau von 1911/12 (Arch. Pflughard & Haefeli, Vordergrund), sowie der aus Eisen und Glas konstruierte Ursprungsbau von 1900 (rechts anschliessend, Foto 1926). BAZ

Abb. 6 Zürich, Warenhaus Brann nach der Erweiterung 1928/29, Arch. Otto Pflughard (Foto 1930). BAZ



Abb. 9 Zürich, Warenhaus Jelmoli, Erweiterungen von 1931/32 und 1936–38, Arch. Otto Pflughard mit Emil Schaudt und Jean-Paul Mongeaud. Foto Wolf-Bender's Erben, 1938, BAZ

«Zahnücke», wie man den Bau allgemein nannte, verschwinden werde, und seine Leserschaft versichern, dass diese Nachricht «von der Bevölkerung der Bundesstadt mit grosser Genugtuung aufgenommen» werde.¹¹ Nicht einmal 15 Jahre nach dem Bau nutzte Loeb mit dem Architekten Albert Gerster eine nächste Erweiterung (Abb. 8), um dem Glasbau von 1899 zusammen mit dem Erweiterungsbau eine durchgehende Pilasterfront vorzublenzen, nun natürlich in Berner Sandstein.¹²

Stadtbildpflege hätte man das um 1900 neu erfundene Vorgehen später genannt. Dass auch dieses Haus wie viele Warenhäuser später noch einmal stark gewachsen ist, sieht man ihm auf den ersten Blick nicht an, konnte man die Sandsteinfront mit Kolossalpilastern und Lauben 1928–30 doch problemlos auf das Doppelte verlängern. Der Loeb-Bau von 1913–15 war der Anfang des Umbaus von Teilen der Berner Altstadt zur Shopping-Mall mit Geschichtskulisse, der sich an

der bahnhofnahen Spitalgasse zunächst in deutlich vergrösserten Ersatzneubauten niederschlug und sich nach 1945 unterhalb des Käfigturms in der Aushöhlung realer Altstadthäuser fortsetzte.

Von der Dynamik des Verkehrs zum Stillstand des Warenhausverbots

Anderen Warenhäusern sieht man ihr sukzessives Wachstum deutlicher an. Jelmoli in Zürich präsentiert sich geradezu als Freilichtmuseum der Warenhausarchitektur im frühen und mittleren 20. Jahrhundert. Als der «Glaspalast» trotz zweimaliger Erweiterung für das stetig wachsende Geschäft nicht mehr ausreichte, arrondierte man den Besitz in Richtung der Sihlporte, wohin sich in diesen Jahren die City auszudehnen begann. Um dem Bau aus dieser Richtung einen prominenten Auftritt zu sichern, legte man durch Abbruch eines ganzen Häuserblocks sogar den neuen Steinmühleplatz an (der später durch die Jelmoli-Tiefgarage wieder verbaut wurde). Weil diese weitreichenden städtebaulichen Umgestaltungen einen langen Atem verlangten, wurde der Neubau schliesslich in zwei Etappen 1931/32 sowie 1936–38 ausgeführt (Abb. 9). Die Grundkonzeption prägte der ebenso für Brann wie für Jelmoli tätige Architekt Otto Pflughard zusammen mit dem eigens aus Berlin geholten Warenhauspezialisten Emil Schaudt. Gemeinsam realisierten die beiden, was man vermutlich nicht von dem mittlerweile zur älteren Generation zählenden Büro Pflughard erwartet hätte: ein eigentliches Paradestück des Neuen Bauens mit gerundeter Gebäudefront, langen Fensterbändern und ebenso bandartig durchlaufenden Brüstungen. In der zweiten Etappe liess sich Pflughard unter anderem vom Pariser Architekten Jean-Paul Mongeaud beraten, der offenbar Anregungen für den wirkungsvollen Eckturm und den typographischen Reklameschmuck der Fassade gab.¹³

Schaudt hatte 1907 nicht bloss das bald zu den renommiertesten Warenhäusern gehörende KaDeWe im aufstrebenden Westen Berlins erbaut. In der Zwischenkriegszeit realisierte er in Berlin mehrere Um- und Neubauten, welche die epochemachende Warenhausarchitektur des deutlich jüngeren Erich Mendelsohn in eine pragmatischere und auch etwas dekorativere Formensprache übersetzten.¹⁴ Tatsächlich ist auch im Hintergrund der Jelmoli-Erweiterungen von 1932 und 1938 unschwer das grosse Vorbild Mendelsohn zu erkennen: Mendelsohn kämpfte mit seinen



Abb. 10 Chemnitz, Kaufhaus Schocken, Arch. Erich Mendelsohn, 1930 (Foto Arthur Köster, 1930). Staatliche Museen zu Berlin, Kunstbibliothek

Warenhäusern – so formulierte es Gustav Adolf Platz, ein früher Chronist der architektonischen Moderne, 1927 – «entschlossen gegen das von Messel angeschlagene Thema der gereihten senkrechten Pfeiler»; die «ruhende Schichtung horizontaler Stockwerke» diene ihm dagegen als «Ausgleich der nervös übersteigerten Unrast und als Ausdruck der Bewegungstendenz der Strasse». ¹⁵ Wie an Mendelsohns Kaufhaus Schocken in Chemnitz sollte die gerundete Gebäudeflucht der Dynamik des vorbeibrausenden Verkehrs Ausdruck geben, und wie dort kehrte sich bei Nacht das Hell-dunkel-Verhältnis von Brüstungen und Fensterbändern genau um (Abb. 10). Anders aber als bei Mendelsohns papierdünn erscheinenden, verputzten Brüstungsbändern waren die Fronten am Jelmoli-Neubau durchgehend mit Marmorplatten verkleidet, welche die ungewohnt moderne Wirkung des Baus abmilderten und für ein Haus, das Qualitätsware verkaufen wollte, wohl auch als passender empfunden wurden.

Der Jelmoli-Neubau war ein letztes Aushängeschild der Warenhausarchitektur, bevor gerade auch für diese Bauaufgabe eine schwierige Zeit anbrach. Mit dem Aufkommen von Billigwarenhäusern wie der EPA (Einheitspreis AG) hatte sich die Kritik der kleinen Detailhändler am «unlauteren»

Geschäftsgebaren der Warenhäuser akzentuiert, und die Weltwirtschaftskrise trug das ihre dazu bei, die Positionen zu verhärten. Immer stärker machten gewerbliche Kreise, unterstützt von den rechtsextremen «Fronten», im Fahrwasser der deutschen Nazipropaganda auch mit antisemitischen Parolen Stimmung gegen die in vielen Fällen jüdischen Warenhausgründer und -besitzer. Ein sehr zweifelhafter Erfolg solcher Diffamierungskampagnen war es, dass der Bundesrat im «Frontenfrühling» 1933 und ganz im Geist breiterer korporatistischer Tendenzen ein «Warenhausverbot» erliess, welches die Eröffnung neuer Filialen wie auch die Erweiterung bestehender Geschäfte untersagte und noch bis 1945 in Kraft blieb. Mit zu den traurigen Kapiteln schweizerischer Geschichte gehört es, dass etwa der jüdische Warenhauspionier Julius Brann dazu gezwungen war, seine Unternehmung wohl weit unter ihrem Wert zu verkaufen, als er 1939 aus begrifflicher Angst vor den Nazis im letzten Augenblick nach Amerika emigrierte. Auch die damaligen jüdischen Miteigentümer des Warenhauses Jelmoli sahen sich 1940 veranlasst, ihre Anteile zu veräussern, in diesem Fall an Paul August Ringier, der sich mit dem Jelmoli-Versandkatalog den seinerzeit zweitgrössten Druckauftrag der Schweiz

Dossier 1

Abb. 11 Basel, das Warenhaus Globus während der Aktion «So lebt man in Amerika», 1955. Magazine zum Globus AG

Abb. 12 Zürich, Warenhaus Globus, Arch. Karl Egender mit Piero Ceresa, 1961–67 (Foto 1967). ETH-Bibliothek Zürich, Bildarchiv





Abb. 13 Spreitenbach AG, Shopping-Center, Konzept Walter R. Hunziker, Ausführung Felix Rebmann, 1967–70 (Luftbild 1972). ETH-Bibliothek Zürich, Bildarchiv, Stiftung Luftbild Schweiz

(nach dem Telefonbuch) sicherte. Diese Ereignisse blieben weitgehend unbekannt, bis sie erst kürzlich von der Historikerin Angela Bhend in einer sehr lesenswerten und nachdenklich stimmenden Dissertation über die Geschichte der jüdischen Warenhausgründer in der Schweiz aufgearbeitet wurden.¹⁶

«So lebt man in Amerika»

Nach dem Zweiten Weltkrieg gab es keinen Zweifel mehr, wohin die Welt im Bereich der Konsumkultur zu blicken hatte. «So lebt man in Amerika» betitelt Globus eine Aktion, für welche man die Warenhäuser in verschiedenen Schweizer Städten temporär zu einer einzigen Ansammlung von «Billboards» umrüstete, von Ford und Esso über «Wrigley's Spearmint»-Kaugummi bis zu Hoover-Waschmaschinen (Abb. 11).¹⁷ Dasselbe galt gerade auch für den Warenhausbau. In Amerika hatte sich in der Zwischenzeit ein neuer Warenhaustyp etabliert: Klimaanlage und durchgehend künstliche Belichtung ermöglichten Verkaufsräume, in denen der Dekorateur ohne Störung durch wechselnde Tageslichtverhältnisse seine

Warenpräsentation ausbreiten konnte, während die Kundschaft jahreszeitunabhängig angenehme Umgebungstemperaturen geniessen konnte und die Rolltreppe ein fast schwereloses Gefühl der Fortbewegung durch die Warenwelt erzeugte.

Solche Einrichtungen schwebten den Verantwortlichen von Globus vor, als sie 1949 mit einem Neubauprojekt des Architekten Karl Egender ihr nach den Massstäben der Zeit wenig vorzeigbares Stammhaus in Zürich ersetzen und nach der Aufhebung des Warenhausverbots auch vergrössern wollten. Eine heftige Kontroverse um das Neubavolumen führte dazu, dass Globus nach mehr als zehn Jahre langem Ringen seinen angestammten Standort – an dem bis heute das «Globusprovisorium» steht – mit einem ebenso attraktiven Bauplatz an der Bahnhofstrasse tauschen durfte. Dort realisierte Egender schliesslich 1961–67 einen Warenhausneubau (Abb. 12), der als weitgehend geschlossener Container seine skulpturale Präsenz im Stadtraum entfaltet und wiederum an ein Leitfossil der Epoche erinnert, in diesem Fall den Rotterdamer Bijenkorf von Marcel Breuer (1957). Die schmalen Fensterstreifen wie auch die überdeck

Abb. 14 Basel, Warenhaus Globus: links der Ursprungsbau von 1905 (Romang & Bernoulli), rechts anschliessend der Erweiterungsbau von 1975, Suter+Suter, Mitarbeiter Heinrich Barz (Foto Georg Mörsch, um 1980). ETH-Bibliothek Zürich, Bildarchiv



versetzten Quadratfenster dienten ursprünglich nur zur Belichtung von Nebenräumen und waren ebenso auf die auffällige – werbewirksame – Fasadeneffekte berechnet wie die streifenförmig verlegte, am Ende nach unten abknickende Marmorverkleidung.¹⁸ Im Inneren war das Warenhaus, bei Eröffnung 1967 ganz neu, nicht in der konventionellen Art nach «Rayons» gegliedert, sondern in «Erlebniswelten» aufgeteilt, welche den Konsumenten eine Erzählung rund um die Ware anboten – und ihre Kauflust umso mehr anstacheln sollten.¹⁹

In denselben Jahren braute sich, ebenfalls aus Amerika kommend, eine Gefahr für die Warenhäuser zusammen: die Shopping-Mall auf der grünen Wiese. Das erste grosse Shopping-Center der Schweiz nach amerikanischem Vorbild entstand 1967–70 vor den Toren Zürichs im aargauischen Spreitenbach (Abb. 13). Ohne innerstädtischen Stau und mit Gratisparkplatz war hier für die Konsumenten im Zeitalter der Massenmobilisierung und der fortschreitenden Suburbanisierung eine bis dahin ungekannte Auswahl von Waren aller Art und Herkunft ausgebreitet. Finanziert wurde der Bau durch ein Konsortium um Dener-Gründer Karl Schweri; das Konzept hatte der aus den USA zurückgewanderte Architekt Walter R. Hunziker erarbeitet. Im Blick hatte man die vom Architekten Victor Gruen seit den 50er Jahren in den USA realisierten Vorbilder, und wie dort ging

die neue Welt der Shopping-Center auch hier mit dem Versprechen von Zentrumsfunktion – und ja, vielleicht sogar: Urbanität – in der entstehenden «Zwischenstadt» der Agglomeration einher.²⁰ Tatsächlich ist es wohl nicht abwegig, die enge Verbindung von Shopping-Center und städtischer Öffentlichkeit in der Agglomeration als Reflex auf die Bedeutung der Warenhäuser als Baustein der City zu sehen – denn tatsächlich waren (und sind?) Warenhäuser als Publikumsmagnete eine der Bühnen, auf denen sich seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert Stadtöffentlichkeit manifestierte und inszenierte.

Die Innenstädte holen auf

Zunehmenden Platzbedarf hatten auch die Warenhäuser, die in den Altstädten lagen, und angesichts der Entwicklungen auf der grünen Wiese war ihre Modernisierung umso dringlicher. Nach dem Bauboom der Hochkonjunktur, der auch in den Innenstädten Spuren hinterlassen hatte, wuchs freilich in den gleichen Jahren die öffentliche Skepsis gegenüber den städtebaulichen Rezepten der Moderne. In diesen Umschwung hinein fiel die Realisierung eines Erweiterungsbaus für Globus am Basler Marktplatz.

Erweiterungspläne hatte das Warenhaus schon seit der Aufhebung des Warenhausverbots 1945 gewälzt. 1966 lag ein baureifes Projekt des grossen Basler Architekturbüros Suter+Suter vor, wel-



Abb. 15 Zug, Einkaufszentrum Metalli, Arch. Hafner Wiederkehr, 1984–90 (Foto Carla Theler, 2018). Hochschule Luzern, Technik & Architektur

ches den bestehenden Jugendstilbau von 1904/05 durch ein deutlich grösseres, fensterloses Neubauvolumen ersetzen wollte. Wie es auch einigen anderen Grossprojekten in dieser Zeit erging, reichte eine Verzögerung um einige Jahre, damit das Projekt angesichts der immer schärferen Kritik an Architektur und Städtebau der Moderne als vollkommen passé erschien. Als man die Planung Anfang der 70er Jahre aufgrund neuer Renditeberechnungen noch einmal neu aufrollte, brachten Kritiker plötzlich die «Massstäblichkeit» der Stadt, den Wunsch nach einer traditionellen Fassadengliederung in Anlehnung an die Nachbarhäuser am Marktplatz – und ganz konkret die Forderung nach Fenstern ins Spiel. Daraus resultierte schliesslich der ab 1975 realisierte Erweiterungsbau, der zeigte, wie man sich im anbrechenden Zeitalter der Postmoderne nun die Vereinbarung zwischen einem Warenhausneubau auf der einen und der Erhaltung des Stadtbildes auf der anderen Seite vorstellte (Abb. 14).²¹

Die Erweiterung bestehender Warenhäuser war nicht das Einzige, was man sich auf die Dauer in den Innenstädten einfallen liess. Gerade in den kleineren Städten wurden bestehende Geschäftsquartiere in den 70er und 80er Jahren zu eigentlichen Shopping-Centern umgebaut, die oft mit verkehrsberuhigten Flaniermeilen die Innenstädte wieder attraktiv machen sollten. Ein besonders sorgfältig gestaltetes Exemplar dieser

Baugattung steht mit dem Einkaufszentrum Metalli in Zug (Abb. 15), dem Zentrum des kleinen Innerschweizer Kantons, der mit der Anlockung internationaler Firmensitze in den 80er Jahren einen eigentlichen Boom erlebte. Immobilientechnisch gesehen handelte es sich um die Vergoldung eines zentrums- und bahnhofsnahe gelegenen vorherigen Fabrikareals – auch das ein Phänomen, das in dieser Zeit seinen Anfang nahm –, der Zuger Metallwarenfabrik, von der man den in der Bevölkerung verankerten Namen Metalli übernahm.

Im Zeichen der Wiederentdeckung der kompakten, dichten Stadt und auch im Zeichen der postmodernen Freude am Zitat bezog sich der 1984–90 von den lokalen Architekten Hafner Wiederkehr realisierte Komplex auf den Bautyp der Passage, indem die Läden zu beiden Seiten einer blockinternen Fussgängerstrasse unter einem hohen, tonnenförmigen Glasdach liegen. Die hochwertigen Materialien wie auch die ungewohnt grosszügigen Dimensionen der Fussgängerräume zeigen, dass man es mit dieser postmodernen Abwandlung der Mailänder Galleria durchaus ernst meinte: Man gibt der Stadt und ihrer Öffentlichkeit hochwertige Räume, und umgekehrt spülen die Kunden Geld in die Kasse der Ladengeschäfte. In der Schnellebigkeit der heutigen Immobilienwirtschaft war dieser Leuchtturm postmoderner Architektur kürzlich bereits durch einen Umbau gefährdet, der nicht nur den Wert der Anlage

verkannte, sondern auch architektonisch ihren Beitrag zum öffentlichen Raum nicht verstand. Zum Glück scheinen diese Umbaupläne im Augenblick zumindest auf Eis gelegt.²²

Ausverkauf

Und heute? Dass sich der Detailhandel in der Krise befindet, ist keine Neuigkeit mehr. Grosse Teile des Einkaufs etwa im Bereich der Kleidung und der Elektronik haben sich aus dem öffentlichen Raum der Städte zurückgezogen und in den Bereich des Internets verlagert, der zumindest insofern virtuell ist, als es für die Distribution der Waren keine ausgedehnten innerstädtischen Retailflächen mehr braucht. Weniger virtuell, sondern vielmehr ganz real sind die Gewerbehallen, die Logistikzentren von Versandhändlern und Paketzustellern, die kreuz und quer Fahrten von Lieferwagen und die Berge von Kartonschachteln, die vor jedem grösseren Mehrfamilienhaus fast zu einer täglichen Erscheinung geworden sind.

Brauchen wir noch Warenhäuser? Eine wild gewordene Immobilienwirtschaft scheint diese Frage bereits beantwortet zu haben. Jelmoli rentierte dem Vernehmen nach zwar, aber nicht gut genug. Manor an der Zürcher Bahnhofstrasse hätte sich die neue Miete nicht leisten können. Mit anderen Worten: An diesen Lagen scheint sich mit anderen Nutzungen mehr Geld verdienen zu lassen, und wenn sich die Eigentümer eines Warenhauses mehr als Immobilienunternehmung verstehen, tun sie sich ganz offensichtlich auch nicht allzu schwer damit, dieses zu schliessen. Eine Weile lang lag die Hoffnung noch auf dem Luxussegment, doch schielt man damit auf ein anderes Publikum: jedenfalls nicht mehr die breite Masse der Stadtbewohner, sondern sehr ausgewählte, besonders kaufkräftige Teile der Gesellschaft und – in der Schweiz ganz wichtig – den internationalen Tourismus. So oder so scheint damit aber die enge Verbindung zwischen Stadtöffentlichkeit und Warenhaus ein Stück weit Geschichte zu sein. ●

Anmerkungen

1 Isabelle Brunier et al. *Genève, espaces et édifices publics* (Kdm GE IV). Bern 2016, S. 317–319.

2 «Paris, Hauptstadt des 19. Jahrhunderts» ist der Titel des berühmten Aufsatzes aus Walter Benjamins unvollendetem *Passagen-Werk* (Frankfurt a.M. 1982ff.), dem Projekt einer Kulturgeschichte des Kapitalismus anhand der Lebenswelten der Metropole Paris im 19. Jh.

3 Die beste Darstellung zur Architektur des Warenhauses in der Schweiz bietet Werner Huber. *Bahnhofstrasse Zürich. Geschichte – Gebäude – Geschäfte*. Zürich 2015, insbes. S. 144–163 sowie in den Artikeln zu den einzelnen Zürcher Bauten. Eine wichtige kultur- und sozial-

geschichtliche Untersuchung mit speziellem Fokus auf jüdische Warenhausgründer und -besitzer ist: Angela Bhend. *Triumph der Moderne. Jüdische Gründer von Warenhäusern in der Schweiz, 1890–1945*. Zürich 2021. Zum Pariser Bon Marché sowie zur Sozial- und Kulturgeschichte des Warenhauses vgl. nach wie vor: Michael B. Miller. *The Bon Marché. Bourgeois Culture and the Department Store, 1869–1920*. Princeton, NJ 1981. Eine ansprechende Übersichtsdarstellung zu den bekanntesten internationalen Beispielen bietet Jan Whitaker. *Wunderwelt Warenhaus. Eine internationale Geschichte*. Hildesheim 2013 (engl. OA 2011).

4 *Tages-Anzeiger für Stadt und Kanton Zürich*, 16.9.1899.

5 Huber 2015 (wie Anm. 3), S. 139; Regula Crottet, Karl Grunder, Verena Rothenbühler. *Die Stadt Zürich VI. Die Grossstadt Zürich 1860–1940* (Kdm ZH N.A. VI). Bern 2016, S. 352–354.

6 *Schweizerische Bauzeitung (SBZ)* 32, 1898, S. 155 (zit. auch bei Huber 2015, (wie Anm. 3), S. 139).

7 *SBZ* 1898 (wie Anm. 6); «Sonderheft Warenhaus Jelmoli». In: *SBZ* 115, 1940, S. 155–166, hier S. 155; Hans Rudolf Schmid. *Das Jelmoli-Buch*. Zürich 1959, S. 31f.

8 *SBZ* 1898 (wie Anm. 6); zu Armbrüster vgl. *Frankfurt am Main, 1886–1910. Ein Führer durch seine Bauten*. Frankfurt a.M. 1910, S. 189; zu Buss: *50 Jahre Buss AG, 1901–1951*. Basel 1951, S. 7–14 u. 53f.

9 Julius Posener. *Berlin auf dem Wege zu einer neuen Architektur. Das Zeitalter Wilhelms II.* München 1979, S. 369–380.

10 Huber 2015 (wie Anm. 3), S. 128f.; *SBZ* 99, 1932, S. 218–221. Zum Gebäude wie auch zum kürzlich abgeschlossenen Umbau durch SPPA Architekten erscheint demnächst ein Buch von Werner Huber, Adi Kälin und Angela Bhend: *Brannhof* (Edition Hochparterre).

11 *Der Bund*, Nr. 235, 23.5.1913.

12 Anne-Marie Biland. «Warenhäuser in der Stadt Bern. Ein Beitrag zur lokal gefärbten Warenhaus-Architektur kurz vor und nach 1900». In: *bauforschungonline.ch* (2011), bauforschungonline.ch/aufsatz/warenhauser-derstadt-bern.html (Zugriff 12.4.2024); Bauinventar der Stadt Bern, Inventarblatt Spitalgasse 51 (2017).

13 Huber 2015 (wie Anm. 3), S. 140f.; *Sonderheft Jelmoli* (wie Anm. 7).

14 Zu Schaudt vgl. Allgemeines Künstlerlexikon AKL Online (De Gruyter), ad vocem (2021): www.degruyter.com/database/AKL/entry/_00110814/html (Zugriff 26.4.2024) sowie Wikipedia, ad vocem: de.wikipedia.org/wiki/Emil_Schaudt (Zugriff 26.4.2024).

15 Gustav Adolf Platz. *Die Baukunst der neuesten Zeit*. Berlin 1927, S. 70, 72.

16 Bhend 2021 (wie Anm. 3), hier S. 141–175.

17 Ernst Pfenninger. *Globus – das Besondere im Alltag. Das Warenhaus als Spiegel der Gesellschaft*. Zürich 2007, S. 45.

18 Melchior Fischli. «Geschäftshäuser, Warenhäuser – und Konflikte mit dem Stadtbild». In: Dorothee Huber (Hrsg.). *Karl Egender. Architektur der Darbietung*. Zürich, 2024, S. 158–171, hier S. 162–165.

19 Pfenninger 2007 (wie Anm. 17), S. 48–52.

20 Fabian Furter. «Testfeld Planung. Raumentwicklung, Städtebau und Architektur». In: *Zeitgeschichte Aargau 1950–2000*. Baden 2021, S. 56–122, hier S. 113–122; ders. «Zwischen Konsumtempel und Dorfplatz». In: *Neue Zürcher Zeitung*, 9.3.2020; ders. u. Patrick Schoeck. *Zwischen Konsumtempel und Dorfplatz. Eine Geschichte des Shoppingcenters in der Schweiz*. Baden 2014, S. 38–49.

21 Martin Möhle. «Altstadt und Warenhaus. Bau und Erweiterung des Warenhauses Globus in Basel». In: *Zeitschrift für schweizerische Archäologie und Kunstgeschichte* 77/1, 2020, S. 65–88.

22 Maarit Ströbele. «Vorbei mit Postmoderne?» In: *Hochparterre* 37/3, 2024, S. 42–45; *Architekturbibliothek. Schweizer Architektur 1920–heute*, Art. «Überbauung Metall» (Carla Theler, 2018), www.architekturbibliothek.ch/bauwerk/ueberbauung-metall (Zugriff 28.4.2024).

Zum Autor

Melchior Fischli ist Kunsthistoriker in Zürich und Dozent für Architekturgeschichte und Denkmalpflege an der Berner Fachhochschule in Burgdorf.

Kontakt: melchior.fischli@bfh.ch

Keywords

Warenhaus, Architekturgeschichte, Schweiz, 19.–21. Jahrhundert, Stadtbild, Citybildung

Résumé

Un petit tour d'horizon de l'histoire architecturale des grands magasins en Suisse

Dès la fin du XIX^e siècle, les grands magasins étaient de véritables cathédrales du commerce et des temples de la consommation. Dans les centres-villes, ils se distinguaient par leur taille et leur fréquentation. Ils offraient toutes sortes de marchandises, rendues disponibles grâce à l'industrialisation et au commerce international, et constituaient un élément essentiel de la formation des villes. Mais surtout, au cours du XX^e siècle, ils ont souvent donné lieu à des solutions architecturales remarquables, dans l'idée qu'investir dans une architecture de qualité aurait également un effet positif sur le chiffre d'affaires.

En commençant par les premiers grands magasins de Zurich vers 1900, l'article présente, à l'aide d'exemples suisses, comment, au cours du XX^e siècle, leur conception a été marquée par différentes exigences: un bon

éclairage, un effet monumental, une esthétique des grandes villes de l'entre-deux-guerres ou celle des grands magasins «américains» entièrement climatisés de l'après-guerre. Un thème récurrent au XX^e siècle était le positionnement face au paysage urbain, précisément là où les quartiers commerciaux étaient créés au cœur des vieilles villes. Une réponse au défi posé par les centres commerciaux suburbains a finalement été le développement de pendants au centre-ville, dans l'idée des années 1980 du retour à la ville compacte et dense.

Riassunto

Un piccolo viaggio nella storia architettonica dei grandi magazzini in Svizzera

A partire dalla fine del XIX secolo, i grandi magazzini divennero vere e proprie cattedrali del commercio nonché templi del consumo. Essi offrivano i beni di consumo resi disponibili dall'industrializzazione e dal commercio internazionale. Nei centri cittadini costituivano delle presenze particolarmente marcate già per le loro dimensioni e per l'alta frequentazione e al contempo rappresentavano un elemento fondamentale della nascente "city" commerciale. Ma soprattutto, nel corso del XX secolo, i grandi magazzini portarono spesso alla ricerca di soluzioni architettoniche interessanti, nell'idea che investire in un'architettura di qualità avesse ricadute positive anche sul fatturato.

Citando degli esempi svizzeri – a partire dai primi grandi magazzini nati a Zurigo intorno al 1900 –, l'articolo illustra come nel corso del XX secolo l'aspetto architettonico sia stato influenzato dal mutamento delle esigenze: dalla richiesta di una buona illuminazione e di un effetto monumentale, all'estetica metropolitana degli anni tra le due Guerre, fino al grande magazzino "americano" del Dopoguerra, totalmente climatizzato. Nel XX secolo un tema ricorrente fu il rapporto con l'immagine della città, in particolare laddove i quartieri commerciali si svilupparono nel nucleo storico. La sfida posta dai centri commerciali sorti nelle periferie portò infine allo sviluppo di realtà analoghe nei centri cittadini, nell'idea di un ritorno a un tessuto urbano compatto e denso, tipico degli anni Ottanta.