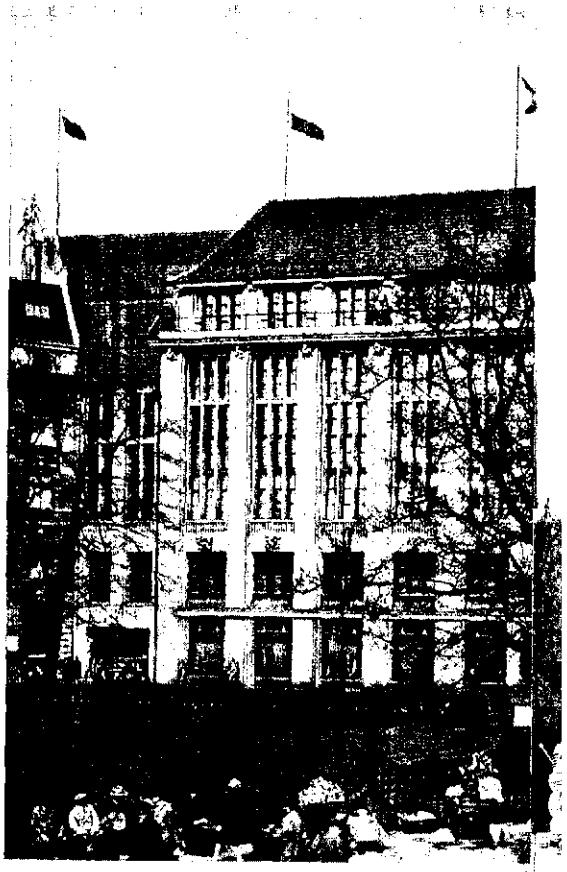
Lichthof im Warenhaus Tietz am Alexanderplatz (1911)

„KaDeWe"-Schaufensterdekoration in den zwanziger Jahren



Warenhaus Wertheim, Ecke Leipziger Straße und

ARCHITEKTUR

Kathedralen des Konsums

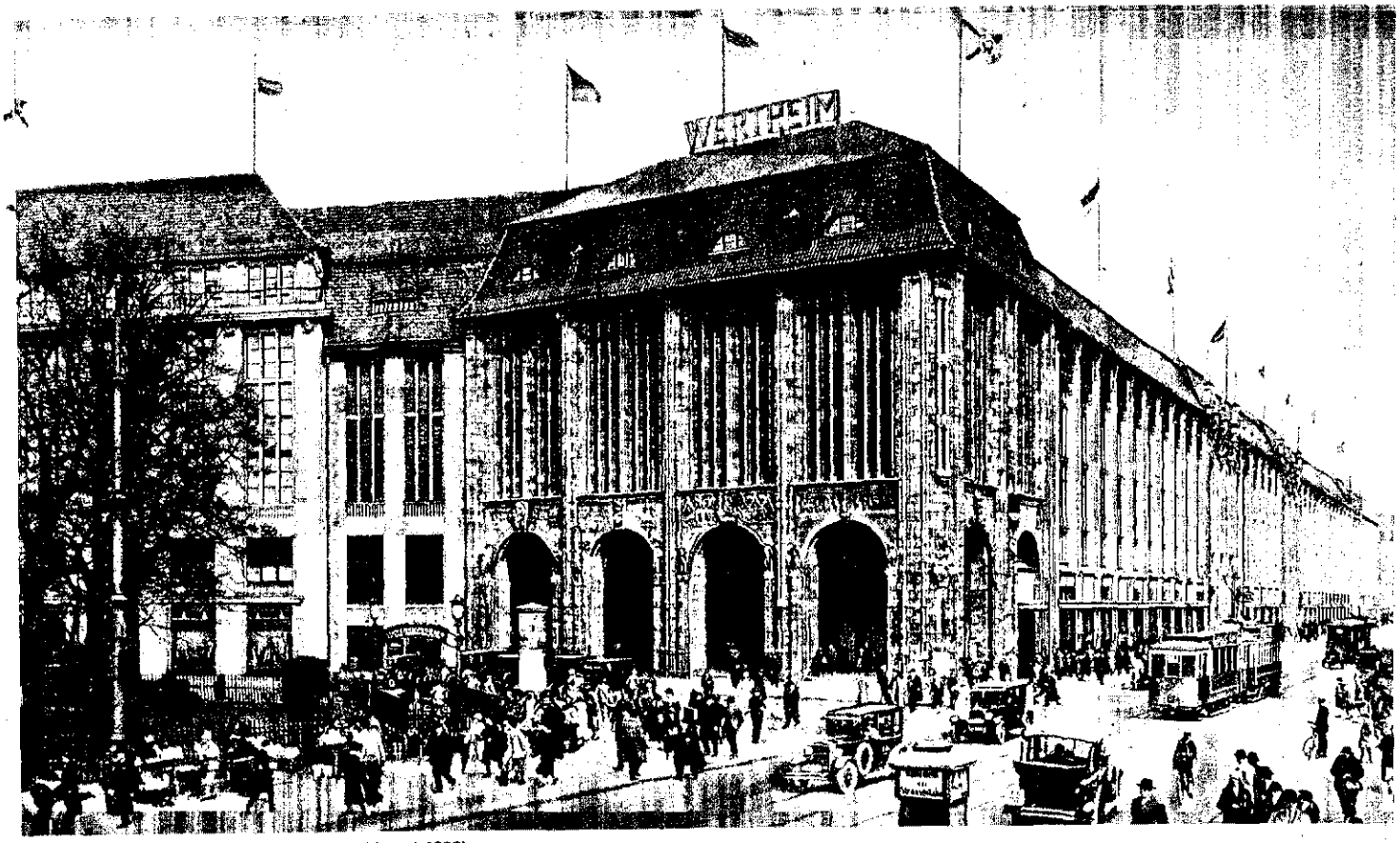
Auch wer mit dem Pfennig rechnet, soll sich im Luxus wähnen – nach diesem Konzept bauten Architekten die palastähnlichen Kaufhäuser im alten Berlin.

Gute vier Millionen Mark zahlte der Berliner Warenhausbesitzer Oscar Tietz für ganze 115 Quadratmeter Baugrund, als er 1912 seinen Handelspalast in der Leipziger Straße erweitern wollte — mehr als 36 500 Mark für einen Quadratmeter.

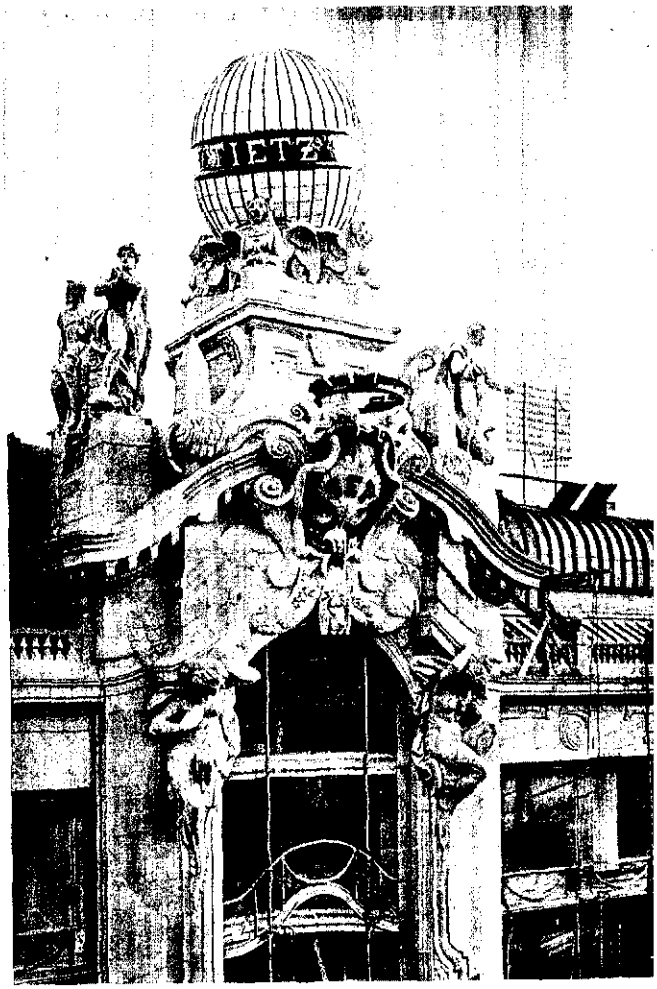
Auch sein Konkurrent Georg Wertheim ließ sich nicht lumpen: Fünf Millionen Mark schoß er zu, als die Hauptstadt in den zwanziger Jahren ihr U-Bahn-Netz ausbaute. Die Verwaltung zeigte sich erkenntlich und legte eine Strecke zum Moritzplatz, direkt an ein Wertheim-Warenhaus.

Hohe Einsätze beim Kampf um den Kunden waren für die Großkrämer in Reich und Republik gang und gäbe. In knapp vier Jahrzehnten — von der ersten Warenhaus-Eröffnung im Jahre 1892 bis zu einem von den Nazis veranlaßten Warenhaus-Baustopp im Jahre 1934 — besetzten sie Berlin mit Dutzenden gewaltiger Basare.

Ihre Luxusbauten zwischen „Alex" und dem danach neuen Berliner We-

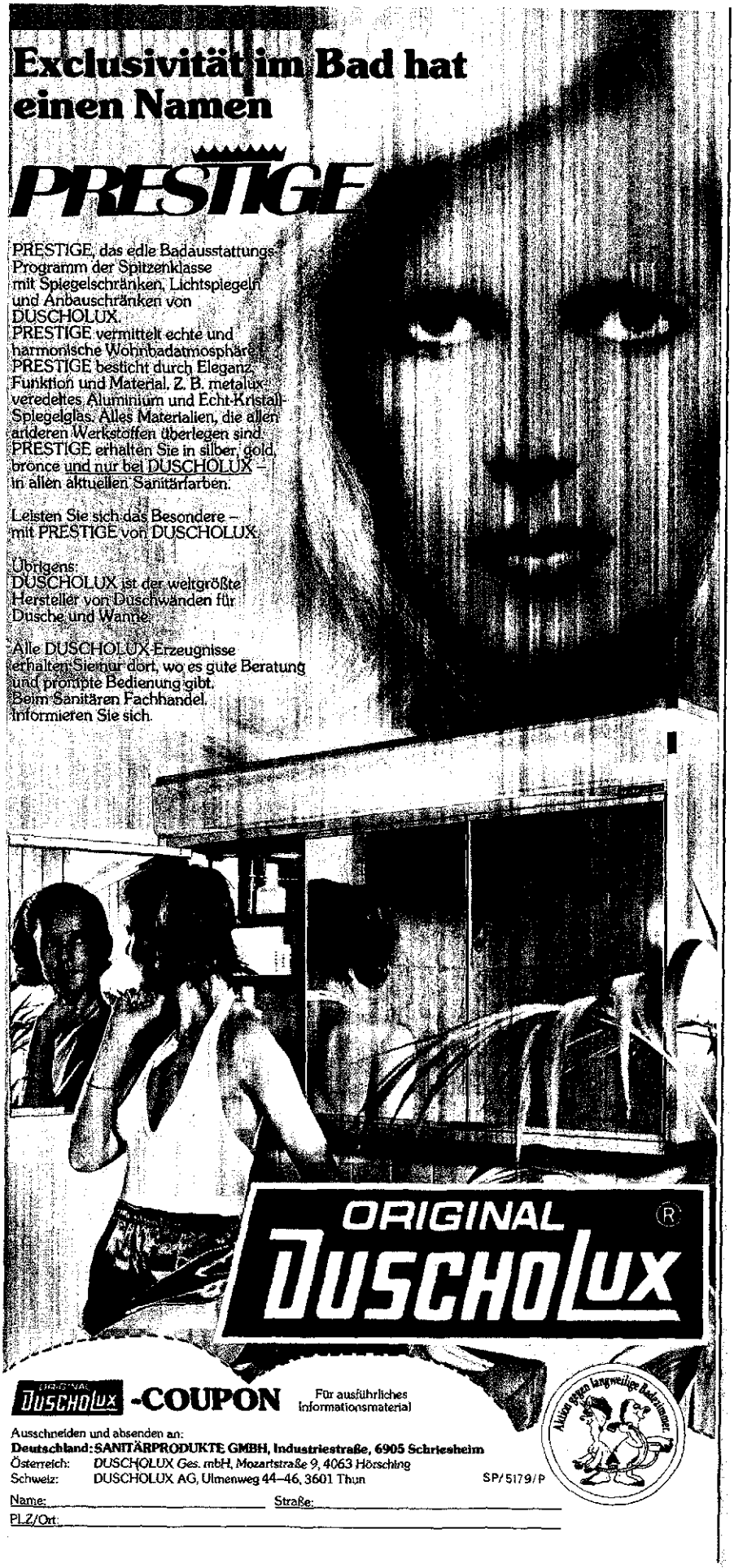


Leipziger Platz (erbaut zwischen 1896 und 1906)



Wertheim-Treppenhaus, Giebelschmuck am Tietz, Alexanderplatz

Historische Berliner Warenhäuser: „Letzter Strich für den Flaneur"



sten veränderten das Stadtbild der Kapitale mit „umstürzlerischer Macht" (so der Kunsthistoriker Max Osborn 1928). Ähnlich umwälzend wirkten ihre neuen Verkaufstechniken auf den Einzelhandel.

Wie beunruhigend und imponierend das Aufkommen der übereinandergestapelten riesigen Verkaufsflächen auf Behörden, Kaufleute und alle Schichten der Bevölkerung wirkte, macht jetzt der West-Berliner Architekt und Hochschullehrer Dr. Peter Stürzebecher deutlich. Seine mit photographischen Raritäten ausgestattete Untersuchung zeigt auch, warum seinerzeit eine so unerhörte Neuerung möglich und wohl auch nötig war*.

Die Städte wuchsen explosionsartig. Das Pro-Kopf-Einkommen stieg. Urbane Massentransportmittel wie Pferdebahn, Stadtbahn, Elektrische, U- und Hochbahn machten die Leute mobil. Industriell gefertige Massenartikel kamen auf. Neue Baumaterialien, Eisen und Beton, boten sich an.

Vor allem aber kamen aus dem Textilhandel ost- und mitteldeutscher Provinzen Familien mit kaufmännischem Gespür und Geschick. Eine dieser klassischen Krämer-Karrieren führten die Wertheim-Brüder vor.

Schon im Weiß- und Kurzwarengeschäft ihrer Eltern in Stralsund hatten sie Barzahlung und feste Preise durchgesetzt. In ihrem ersten Berliner Laden führten sie Lockartikel und pfennigweise Ausrechnung der Preise ein. Sie mieteten einen Geschoßbau und boten ihre Waren in vier Etagen an. Noch vor der Jahrhundertwende bauten sie ihr erstes Warenhaus.

Oberstes Prinzip: freier Eintritt ohne psychologischen Kaufzwang. Auch anderes war neu: breites Angebot, feste Preise, Auszeichnung der Ware; gezahlt wurde bar, es gab Umtausch-, sogar Rückgaberecht und schließlich Saisonschlußverkäufe.

Diese Usancen bestimmen auch die Architektur und die Grundrisse: für die Firma soviel Verkaufsfläche wie möglich — für den Kunden so angenehme Wege wie möglich. Forderungen nach Licht und Luft, aber auch das Repräsentationsgehabe der Zeit beeinflußten Form und Höhe, Ausstattung.

So entstanden für den Kommerz oft Bauten wie Kirchen. „Pseudo-Kathedralen" nannte Werner Hegemann die hohen Hallen, und ein anderer Berliner Kritiker notierte sarkastisch, daß „zur gleichen Zeit im Lustgarten ein neues Warenhaus und am Leipziger Platz ein neuer Dom geweiht" wurden.

Tatsächlich übertraf Wertheim am Leipziger Platz den Dom im Lustgarten bei weitem: Länger als 100 Meter war die Fassade schon um die Jahrhundert-

* Peter Stürzebecher: „Das Berliner Warenhaus". Archibook-Verlagsgesellschaft mbH, Berlin; 208 Seiten; 38 Mark.

wende, doch angebaut wurde bis 1927 — dann war Wertheim das größte Warenhaus Europas.

Hinter einer Fassade aus gotischen Pfeilern schuf Architekt Alfred Messel Lichthöfe, in denen eine Berliner Mietkaserne reichlich Platz gefunden hätte: größer als 650 Quadratmeter, bis zu 24 Meter hoch. Die Wände waren mit farbigem Marmor verkleidet, Marmortreppen führten zu Bronzebrücken, von denen Lampen an schweren Ketten hingen. Der Teppichsaal war holzgetäfelt, die Kassettendecke hatte Goldanstrich. An den Freitreppen waren kupfergetriebene Frauenfiguren aufgestellt.

Hier sollte das Kaufen zur Lust gemacht werden, und der Großindustrielle (und spätere Außenminister) Gustav Stresemann konnte beobachten, daß sich Beamtenfrauen aus dem Westen „dem Trubel ebenso willig hingaben" wie Arbeiterfrauen des Ostens, die „stets ihr ‚gutes Kleid' anzogen", wenn sie zu Wertheim gingen.

Wertheims sozialer Aufstieg vom Ramschverkäufer in der Rosenthaler Straße zum Warenhauskönig in der City war vollkommen, als der Kaiser kam: 1910 besichtigte auch Wilhelm II. das Haus in der Leipziger Straße.

Das andere Ende von Deutschlands damals bedeutendster Einkaufsstraße hielten Kurz- und Weißwarenhändler aus Gera, die sich auch am Verkehrsknotenpunkt Alexanderplatz und in der Frankfurter Allee Verkaufsfestungen errichtet hatten: die Familie Tietz.

Die Fassade ließ keinen Zweifel über den Anspruch der Firma. Über dem Eingang reichte ein Bogenfenster, von Balkonen unterbrochen, 26 Meter hoch. Vier gigantische Figuren, die „Jahreszeiten", streckten ihre Knie weit in den Straßenraum. Über allem strahlte eine viereinhalb Meter dicke Weltkugel mit der Äquatoraufschrift „Tietz".

Tietz verleibte sich 1926 die Jandorf-Kette ein und damit auch das „Kaufhaus des Westens" (KaDeWe), das — maßvoll und gediegen in der Gestaltung — am Wittenbergplatz der feinen Kundschaft aus der neuen Ku'damm-Gegend harrte.

Den letzten großen Warenhausbau erlebte die alte Reichshauptstadt im Jahre 1929 an der Naht zwischen den Bezirken Kreuzberg und Neukölln: Mit Karstadt am Hermannplatz „kam zum erstenmal Chicago nach Berlin" (Stürzebecher). Aus einem vertikal gegliederten Kubus wuchsen zwei mächtige Türme mit aufgesetzten Lichtsäulen — Gesamthöhe: 57 Meter.

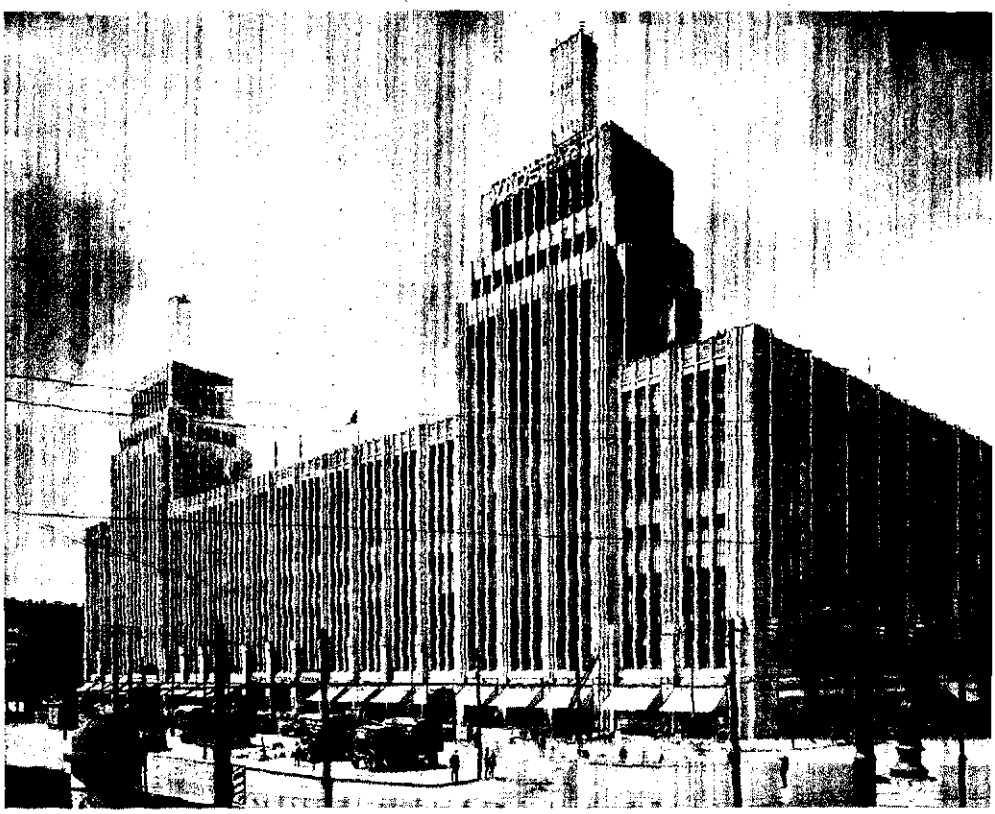
Während der Luftangriffe und der Schlacht um Berlin fielen die Handelspaläste in Schutt und Asche. Die Wertheim-Ruine am Leipziger Platz wurde 1948 enteignet und 1955 eingeebnet — das Grundstück gehört zur Todeszone an der Mauer.

* Am Hermannplatz.

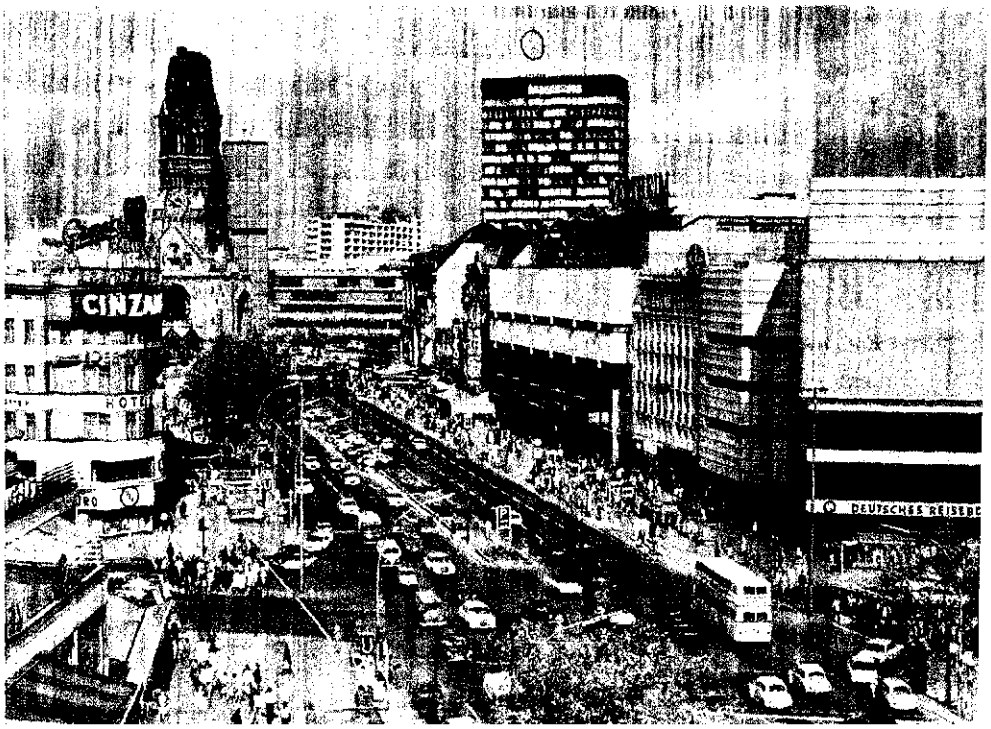
Karstadt am Hermannplatz wurde in bescheidenem Umfang wiederaufgebaut. Auch das 1943 ausgebrannte KaDeWe — seit Nazizeiten mit dem Tietz-Paket unter Hertie-Regie — wurde nur vereinfacht wiederhergestellt und unlängst zum Massenkaufhaus erweitert.

Nachdem der Hertie-Konzern 1951 auch die Wertheim-Mehrheit erworben hatte, betrieb er ein Projekt, das vielen Berlinern als ein Anschlag auf Allerheiligstes erscheinen mußte: ein Wertheim-Warenhaus am Kurfürstendamm. Die Sorgen schienen nur zu berechtigt: Die Bauform der alten Handelspaläste ist perdu. Die neuen Warenhäuser präsentieren sich als Konserven: niedrige Räume in fensterlosen Kästen, darin zwischen Warenstapeln ein Gänge-Labyrinth, mit künstlicher Beleuchtung und Luftumwälzung. Meist sind die Fassaden zu vorgehängten Tafeln verkümmert, die Fenster zu klappernden Lüftungslamellen geschrumpft.

Um zumindest derlei Trostlosigkeit den Berlinern zu ersparen, entwarf Hertie-Hausarchitekt Hans Soll für die Konsumfalle am Kurfürstendamm ein



Karstadt 1929*, Kurfürstendamm 1971: „Kommste rein, biste in Neukölln"



strukturiertes Gebilde. Er gliederte die 75 Meter lange, achtgeschossige Fassade in tief zurückgezogene Schaufenster, auskragende Aussichtskästen, Betonbänder, Terrasse und Sonnensegel.

Jedoch: „Die große Fanfare hält nicht, was sie verspricht", befand der Architektur-Historiker Professor Julius Posener. Das Warenhaus — allein das Erdgeschoß ist ein einziger Verkaufsraum von 5250 Quadratmeter — hat „mit der Fassade nichts zu tun". Kundenurteil: „Kommste rein, biste in Neukölln."

Mit dem Warenhaus am Boulevard, so resümiert Stürzebecher, „war der Umbau des Kurfürstendamms vom Flanierobjekt zur Einkaufsstraße vollzogen". Ähnliches wußte schon der Essayist Walter Benjamin, als er über die Verfallsformen öffentlichen Interieurs urteilte: „Das Warenhaus ist der letzte Strich des Flaneurs."

FORSCHUNG

Unbedarfte Idioten

Ein New Yorker Psychologe widerspricht der These, es gebe vernunftbegabte Affen. Die angeblich erfolgreichen Versuche, den Tieren Zeichensprache beizubringen, beruhten auf Selbsttäuschung der Lehrer.

Die Geste des Schimpansen ließ an Klarheit nichts zu wünschen übrig. Nim, 18 Monate alt, legte die Arme um die Brust, so daß die Finger auf den Schulterblättern lagen. Er wollte, wie ein kleines Kind, umarmt werden.

* Nim signalisiert „Umarmen".

Für den behaarten Steppke war das Verb „umarmen" schon das zwölfte Zeichen der US-Taubstummensprache („Ameslan"), das ihm seine Lehrerin vor nunmehr fast fünf Jahren vorgemacht und das er begriffen hatte. Das erste Zeichenkürzel, mit dem Nim ein Bedürfnis artikulieren konnte, war die Geste für „trinken" — rechter Daumen an den Mund gelegt.

Die „Botschaft vom Planeten der Affen", so damals das Wochenmagazin „New York", imponierte auch Nims Lehrer: Der Psychologe Herbert Terrace wollte am Beispiel Nims prüfen, ob Affen mit Hilfe von Ameslan womöglich ganze Sätze bilden können. Damit wäre erstmals die Grundlage für eine Art Gespräch zwischen Mensch und Tier geschaffen worden.

In der Praxis würde dies bedeuten, daß Verhaltensforscher etwa die Denkmuster von Affen untersuchen und mit denen des Menschen vergleichen könnten. Eine weitere, von den Forschern anvisierte Möglichkeit: Es ließen sich vielleicht aus dem Affenstudium Methoden ableiten, mit denen geistig behinderten Kindern besser als bisher geholfen werden kann.

Vor knapp 15 Jahren war in den USA, zum Teil mit erstaunlich anmutenden Ergebnissen, der Zeichenaustausch mit den haarigen Verwandten aus der Evolutionsgeschichte aufgenommen worden:

▷ Die Gorilla-Dame Koko beispielsweise, im kalifornischen Stanford an der dortigen Gorilla-Stiftung ausgebildet, lernte insgesamt 300 Zeichen aus der Taubstummensprache.

Affenforscher Terrace, Schimpanse Nim*: „Eher wie ein Hund als wie ein Mensch"