



Bundesinstitut
für Bau-, Stadt- und
Raumforschung

im Bundesamt für Bauwesen
und Raumordnung



Kauf- und Warenhäuser im Wandel

Kleiner baukultureller Statusbericht



IMPRESSUM

Herausgeber

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR)
Deichmanns Aue 31–37
53179 Bonn

Wissenschaftliche Begleitung/Kontakt

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
Referat RS 7 „Baukultur, Städtebaulicher Denkmalschutz“
Dr. Alexander Fichte
alexander.fichte@bbr.bund.de

Begleitung im Bundesministerium

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauen
Referat S I 1 „Grundsatzangelegenheiten Stadtentwicklung, Baukultur, Forschung und Koordinierung“
Stephan Mayer
Referat S II 4 „Lebendige Zentren, Nationale Projekte des Städtebaus“

Autorinnen und Autoren

ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (Forschungsgruppe Raumbezogene Planung und Städtebau, ILS Research gGmbH), Dortmund
S. 8-9, 10-19, 20, 25, 33, 35, 42, 48, 52, 56, 62-150, 156-158
Nina Hangebruch (Gesamtprojektleitung)
Lisa Haag
nina.hangebruch@ils-forschung.de

und

Leibniz Universität Hannover (Institut für Entwerfen und Städtebau, Professur für Stadt- und Raumentwicklung)
S. 8-9, 15, 20-61, 150-155
Ines Dobosic
Prof. Tim Rieniets

Stand

April 2024

Satz und Layout

Lisa Haag, Nina Hangebruch (ILS Research gGmbH)
Ines Dobosic (Leibniz Universität Hannover)

Druck

Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn
Gedruckt auf Recyclingpapier

Bestellungen

publikationen.bbsr@bbr.bund.de; Stichwort: Kauf- und Warenhäuser

Bildnachweis

siehe Bildverzeichnis S. 171 ff.

Nachdruck und Vervielfältigung

Alle Rechte vorbehalten
Nachdruck nur mit genauer Quellenangabe gestattet.
Bitte senden Sie uns zwei Belegexemplare zu.

Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Herausgebers übereinstimmen.

ISBN 978-3-87994-561-0

Bonn 2024

Kauf- und Warenhäuser im Wandel

Kleiner baukultureller Statusbericht



Das Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau (ExWoSt)“ wurde vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Auftrag des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) durchgeführt.



Foto: Picturemakers / Düsseldorf

Liebe Leserinnen und Leser,

Kauf- und Warenhäuser prägen seit über 150 Jahren unsere Innenstädte. Doch sie sind nicht nur innenstadtbildprägend, ebenso verkörperten sie lange Zeit die Prosperität eines erfolgreichen Nachkriegswiederaufstiegs. Dieses Bild begann Ende der 70er Jahre durch neue Einkaufszentren vor der Stadt erste Brüche zu bekommen. Unvergleichlich ist jedoch die Wucht des Umbruchs der Konsumgewohnheiten, die Kauf- und Warenhäuser in den letzten Jahren getroffen hat. Die schlechten Nachrichten über Standortschließungen scheinen nicht abzureißen. Zurück bleiben großformatige Immobilien, die zudem architektonisch nicht immer zu überzeugen vermögen.

Das BBSR hat dies zum Anlass genommen, sich nicht nur der Vorgeschichte der Kauf- und Warenhäuser anzunehmen, sondern ebenso den besonderen Gebäudetypus zu betrachten. Hieran schließt sich die Frage nach möglichen Umnutzungskonzepten an. Sie sind nicht nur für die Sicherstellung von attraktiven Stadtzentren von Bedeutung, sondern können auch einen ressourcenschonenden Umbau sicherstellen.

Diese Veröffentlichung leistet mit der Darstellung umbaurelevanter Merkmale sowie der Aufbereitung von gelungenen Beispielen einen praxisorientierten Beitrag zur Transformation unserer Innenstädte.

Ich wünsche Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Dr. Peter Jakobowski

Leiter der Abteilung Raum- und Stadtentwicklung im Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der untersuchten Bauten	8
Einleitung: Innenstädte im Strukturwandel	10
1 Ausgangssituation	11
2 Kleiner baukultureller Statusbericht	14
3 Forschungsdesign	16
4 Kauf- und Warenhäuser als Betriebsformen des Einzelhandels	18
Rückblick und Bestandsaufnahme: Kauf- und Warenhäuser im Wandel	20
5 Architekturhistorische Bedeutung	22
6 Entstehung, städtebauliche Bedeutung und Veränderung des Bautyps	24
6.1 Belle Époque: Entstehung der Kauf- und Warenhäuser (bis 1900)	33
6.2 Neues Bauen: Bautechnische und architektonische Innovationen (1920–1939)	42
6.3 Erste Nachkriegsmoderne: Wiederaufbau und Ausbildung des Corporate Design (1940–1959)	48
6.4 Zweite Nachkriegsmoderne: Expansion in die Fläche und Rationalisierung der Architektur (1960–1979)	52
6.5 Postmoderne: Rückgang der Bautätigkeit und Diversifizierung der Architektur (ab 1980)	56
7 Erhalt und Weiterentwicklung ehemaliger Kauf- und Warenhäuser	60
Transformation: Kauf- und Warenhäuser im Wandel	62
8 Veränderungen des innerstädtischen Nutzungsgefüges	63
8.1 Strukturveränderungen im Einzelhandel	63
8.2 Transformationsbedarf für nicht mehr benötigte Bauten des Einzelhandels	70
9 Aktuelles Schließungs- und Umnutzungsgeschehen: Momentaufnahme und Status quo	72
9.1 Kauf- und Warenhausschließungen	74
9.2 Transformation der Gebäude	76
10 Umnutzung und Umstrukturierung: Gute Praxis	79
10.1 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Belle Époque	79
10.2 Transformation von Kauf- und Warenhäusern aus der Zeit des Neuen Bauens	81
10.3 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Ersten Nachkriegsmoderne	102
10.4 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Zweiten Nachkriegsmoderne	102
10.5 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Postmoderne	103
11 Erkenntnistransfer	144
11.1 Transformation der Gebäudenutzung	144
11.2 Transformation des Gebäudebestands	150
Fazit und Ausblick: Neues Leben in zentralen Lagen	156
12 Zusammenfassung	156
13 Ausblick und Handlungsbedarf	158
Literatur	159
Videos	168
Interviews	169
Abbildungen	170
Bildnachweis	171

Verzeichnis der untersuchten Bauten

1. Belle Époque (bis 1919)

Architekturhistorisch relevante Bauten

Steckbriefe



Paris, FR
Au Bon Marché
in Betrieb
Seite 37



Berlin, DE
Wertheim
zerstört
Seite 38



Berlin, DE
Nathan Israel
zerstört
Seite 40



Berlin, DE
KaDeWe
in Betrieb
Seite 41

2. Neues Bauen (1920–1939)



Stuttgart, DE
Schocken
abgerissen
Seite 45



Berlin, DE
Karstadt
teilzerstört / teils in Betrieb
Seite 46



Rotterdam, NL
De Bijenkorf
zerstört
Seite 47

Umgenutzte Bauten

Steckbriefe



Paris, FR
La Samaritaine
realisiert
Seite 82



Halle (Saale), DE
Brummer & Benjamin
Intecta Kreativquartier
realisiert
Seite 84



Crimmitschau, DE
Kaufhaus Schocken
realisiert
Seite 92



Berlin, DE
Jonaß & Co. AG.
Soho House Berlin
realisiert
Seite 94

Umgenutzte Bauten

Fallbeispiele



Plauen, DE
Tietz
Landratsamt Vogtlandkreis
realisiert
Seite 86



Chemnitz, DE
Schocken
Smac
realisiert
Seite 96

Abb. 1: Übersicht aller Steckbriefe und Fallbeispiele;
Grafik: Ines Dobosic/Nina Hangebruch,
Bildquellen im jeweiligen Steckbrief/Fallbeispiel

3. Erste Nachkriegsmoderne (1940–1959)



Frankfurt a. M., DE
Kaufhof
in Betrieb
Seite 50



Duisburg, DE
Merkur
geschlossen
Seite 51

4. Zweite Nachkriegsmoderne (1960–1979)



Heidelberg, DE
Herten
geschlossen
Seite 55

5. Postmoderne (ab 1980)



Köln, DE
P&C
in Betrieb
Seite 58



Liverpool, GB
John Lewis
in Betrieb
Seite 59



Bergen op Zoom, NL
V&D
ANNO '52
realisiert
Seite 104



Mannheim, DE
Herten
New 7
realisiert
Seite 116



Lübeck, DE
Karstadt Sports
Übergangshaus
(Haus der Bildung)
in Planung*
Seite 136



Karlsruhe, DE
Schneider
realisiert
Seite 106



Belfast, GB
BHS
The Keep
im Umbau*
Seite 118



Oldenburg, DE
Hertie
Core
realisiert
Seite 108



Lünen, DE
Hertie
Wohn- und Geschäftshaus am Markt
realisiert
Seite 120



Berlin, DE
Quelle
Kalle Neukölln
im Umbau*
Seite 122

* Stand April 2024



Frankfurt/O., DE
Kinderkaufhaus
Blok O
realisiert
Seite 110



Herne, DE
Althoff
Neue Höfe Herne
realisiert
Seite 124



Berlin, DE
Konsument
Fennpfuhl-Carree
realisiert
Seite 138



Esch-sur-Alzette, LU
Espace Lavandier
Konschthal Esch
realisiert
Seite 130

Einleitung: Innenstädte im Strukturwandel

Innenstädte und Stadtzentren bilden den Mittelpunkt der europäischen Stadt. Als historisch gewachsene Orte übernehmen sie traditionell verschiedene Funktionen: Sie sind Orte für Wirtschaft und Kultur, für Repräsentanz und Administration, für Arbeit und Wohnen, für Versorgung und Freizeit. Ihre architektonischen Bauwerke, ihre Einkaufsstraßen, ihre öffentlichen Plätze und ihre kulturellen Einrichtungen formen das Stadtbild, sie sind von baukultureller und gesellschaftlicher Bedeutung und identitätsstiftend für Bevölkerung und Gäste. Innenstadtzentren sind Kristallisationspunkte des Alltagslebens und bieten regelmäßig Anlässe für das Aufeinandertreffen und Zusammenkommen von Menschen (vgl. BMI 2021; DST 2021). Dabei waren und sind die Innenstadtzentren immer wirtschaftlichen sowie funktionalen und städtebaulichen Veränderungen unterworfen.

Der Handel ist seit jeher eine tragende Säule der städtischen Wirtschaft. Er hat die räumlichen Strukturen der Städte und ihre Baukultur in besonderer Weise ge-

prägt. Wo viel Handel getrieben wurde, war der Wohlstand schon bald an der Größe der Gebäude und ihren Fassaden ablesbar. Dies hat auch zur Verdrängung anderer Nutzungen geführt und aus ehemals multifunktionalen Zentren vielerorts weitgehend monofunktionale Einzelhandelsstandorte gemacht. Strukturelle Veränderungen im Einzelhandel haben im Laufe der Geschichte zu immer neuen Bautypen geführt, die im Kontext des jeweils zeittypischen Handelsgeschehens dafür ausgelegt waren, Waren zu lagern, zu präsentieren und zu verkaufen.

Auch die Kauf- und Warenhäuser gehören zur Typologie der Handelsbauten. Entstanden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, boten sie ein völlig neuartiges Verkaufsumfeld. Mit ihrer aufsehenerregenden Architektur und einem bis dato in diesem Umfang nicht bekannten Angebot wurden Kauf- und Warenhäuser rasch zu Anziehungspunkten für die sich herausbildende Konsumgesellschaft. Kauf- und Warenhäuser erlebten nach dem Zweiten Weltkrieg einen massiven Aufschwung und trugen maßgeblich zur Herausbildung der Hauptgeschäftszentren in den Innenstädten bei, sie waren ein Gradmesser für Fortschrittlichkeit und Massenversorger für die Bevölkerung. Der Aufschwung endete durch neue Betriebs- und Vertriebsformen im Einzelhandel und das sich zunehmend ausdifferenzierende Einkaufsverhalten mit der Folge anhaltender Umsatz- und Marktanteilsverluste bei den Warenhäusern. Bereits seit mehr als 30 Jahren dünnt sich ihr Standortnetz zunehmend aus.

In den letzten Jahren verstärkte vor allem die dynamische Umsatzentwicklung im Onlinehandel den Wettbewerbsdruck auf den Innenstadteinzelhandel. Durch die stetige Verlagerung von Einkäufen vom stationären Einzelhandel in das Internet,

Bild 1: Eröffnung Warenhaus Schocken, Nürnberg (1926);
Foto: Schocken Library Archive
Jerusalem



einhergehend mit rückläufigen Passantenfrequenzen in den Innenstadtzentren, reduziert sich auch die Nachfrage nach Handelsflächen.

Die Covid-19-Pandemie hat die Strukturveränderungen in den Innenstadtzentren auf die politische Tagesordnung und in das Bewusstsein der Menschen gebracht. Es stellt sich die zentrale Frage, welche Nutzungen neues Leben in den Stadtzentren entfalten können, wenn der Einzelhandel als Hauptbesuchsmotiv weiter an Bedeutung verliert. Dies betrifft insbesondere die Umnutzung ehemaliger Kauf- und Warenhäuser, die mit ihren großmaßstäblichen Gebäuden stadtbildprägend sind und deren Schließung nachhaltige Funktionsverluste in den Zentren verursachen kann.

Ziel und Gegenstand der vorliegenden Studie ist es, ausgehend von der architekturhistorischen Entwicklung und baukulturellen Bedeutung der Kauf- und Warenhäuser als Gebäudetyp, aufzuzeigen, welche baukonstruktiven und gebäudetypologischen Merkmale das Umbaupotenzial dieser Immobilien beeinflussen und wie die vielerorts nicht mehr zeitgemäßen Immobilien an den Nutzungswandel angepasst werden können.

1 Ausgangssituation

Ausgehend von Paris und London sowie den stark wachsenden Metropolen Nordamerikas wurden die Geschäftsprinzipien der Warenhäuser in Deutschland zunächst vor allem von Kaufleuten in der ostdeutschen Provinz aufgegriffen, die ihre kleinen Bedarfsartikelgeschäfte stetig weiterentwickelten und zum Ende des 19. Jahrhunderts Warenhäuser in den wachsenden Großstädten eröffneten (vgl. Erbstöber 1979; Gerlach 1988; Grinôt 1997). Das Warenhaus stellte einen neuen Bautypus dar, der alle bekannten Maßstäbe städtischer Profanbauten sprengte. Das betraf nicht nur die Größe der Gebäude, die von nun

an das Bild der Innenstadtzentren prägten, sondern auch die hochwertige architektonische Ausstattung, die bis dahin nur von Sakralbauten sowie architektonisch repräsentativ gestalteten Bürgerhäusern, Rathäusern und Kontorhäusern bekannt war. Neben der aufwändigen Architektur bildeten die bis dahin unbekannte Angebotsfülle und Warenpräsentation sowie die innovativen Geschäftsprinzipien der Warenhäuser ein Novum, das ein völlig neuartiges Einkaufserlebnis ermöglichte.

Bis in die 1920er Jahre setzten neue Kauf- und Warenhäuser in den großen Metropolen architektonische Maßstäbe. Die Expansion erstreckte sich – zeitweise gebremst durch die Weltwirtschaftskrise – auf den Zeitraum bis zur Machtübernahme durch die Nationalsozialisten (vgl. ebd.). Die Vorbereitung des Zweiten Weltkriegs bremste die Expansion der Warenhäuser, die oftmals jüdischen Eigentümerfamilien wurden enteignet. Nach Kriegsende war rund 90 % des Warenhausbestands durch Bombenangriffe zerstört (vgl. ebd.).

Der Wiederaufbau gelang schnell, auch dank neuer Konstruktionsweisen. Statt wie in der Vergangenheit in Massivbauweise oder Eisen- und Stahlkonstruktionen wurde nun vorzugsweise mit Stahlbeton gebaut (vgl. Langenberg 2006). Funktional gestaltete und weitgehend geschlossene Fassaden traten anstelle der repräsentativen, großzügig durchfensterten Fassaden der Vorkriegszeit (vgl. ebd.). Angesichts des massiven Konsumbedarfs der Wiederaufbaujahre verzeichneten die Warenhäuser rasant steigende Umsätze. Karstadt, Kaufhof, Hertie und Horten, die führenden deutschen Warenhausunternehmen der Nachkriegszeit, erweiterten fortlaufend ihr Filialnetz. In den Großstädten entstanden oftmals mehrere Warenhäuser in räumlicher Nachbarschaft und auch die Mittelstädte wurden zunehmend Ziel von Neuan siedlungen (vgl. ebd.). Mit der Expansion der Warenhäuser hat sich der Einzelhandel

in vielen Stadtzentren als dominierende, besonders renditestarke Nutzungsform herausgebildet und andere, ökonomisch weniger tragfähige Nutzungen verdrängt. Es entstanden vorrangig durch den Einzelhandel geprägte Hauptgeschäftszentren.

Struktureller Wandel im Handel

Im Zuge der Wohn- und Gewerbesuburbanisierung ab den 1970er Jahren bildete sich ein sekundäres Netz von Handelsagglomerationen an verkehrsgünstig gelegenen Standorten außerhalb der Stadtzentren. Um im Standortwettbewerb mit der sogenannten *Grünen Wiese* mitzuhalten und Umsatzverluste in den Innenstadtzentren aufzufangen, eröffneten auch die Warenhausunternehmen Filialen an den neu entstehenden, nicht integrierten Handelsstandorten (vgl. Gerlach 1988; Grinôt 1997).

Die in den 1990er Jahren verstärkt einsetzende Filialisierung, Internationalisierung und Vertikalisierung des Einzelhandels, die Entstehung von Shopping Centern und die zunehmende Marken- und Erlebnisorientierung führten zu Umsatzeinbußen im kleinteiligen, inhabergeführten Fachhandel sowie bei den Warenhäusern. Mit ihrem breiten Sortiment konnten diese die sich zunehmend ausdifferenzierenden Konsumbedürfnisse nicht mehr hinreichend erfüllen. Von den vier großen, bundesweit vertretenen Warenhauskonzernen blieben nach Übernahmen und Fusionen die Unternehmen Karstadt und Kaufhof. Die Unternehmenskonzentration ging mit einer ersten größeren Konsolidierung des Filialnetzes einher.

Gleichzeitig betraten internationale Handelsunternehmen mit eigenen Handelsmarken den Markt. Bekannte nationale und internationale Herstellermarken, die ihre Waren bisher vorrangig über die Kauf- und Warenhäuser vertrieben, folgten und eröffneten eigene Fachgeschäfte.

Spätestens mit der ab den 2010er Jahren zu beobachtenden, steigenden Marktdurchdringung des Onlinehandels setzte in vielen europäischen Innenstadtzentren ein tiefgreifender struktureller Wandel ein, der den Einkauf vom Besuch der Ladengeschäfte und Stadtzentren entkoppelte (vgl. Anders/Kreutz/Krüger 2020; ARL 2021; Hangebruch 2020a, 2020b, 2020c, 2020d; Reink 2017). Von der Umsatzverlagerung in das Internet sind vor allem Betriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten (insbesondere Unterhaltungselektronik, Bücher, Bekleidung, Schuhe) betroffen, in denen der Onlinehandel inzwischen einen Umsatzanteil von teils über 40 % hat (vgl. HDE 2023).

Während die Warenhausunternehmen bereits seit Jahrzehnten Marktanteile verlieren und ihr Filialnetz eigenen Recherchen zufolge zwischen Januar 1994 und April 2024 um mehr als 300 Standorte verkleinert haben, reduzieren nun zunehmend auch Mode-, Sport- und Technikhäuser ihr Filialnetz. Diese waren in den 1990er und 2000er Jahren noch stark expansiv und vielerorts selbst Nachnutzer von leer fallenden Warenhausimmobilien. Durch den Rückzug dieser Anbieter sind nicht mehr nur strukturschwache Zentren und Rand- und Nebenlagen der Haupteinkaufsbereiche in Großstädten vom Rückgang des stationären Einzelhandels betroffen, sondern auch die 1-a-Lagen attraktiver Groß- und Mittelstädte und bislang gut laufende Shopping Center.

In der Vergangenheit waren Mittelstädte überproportional von Warenhausschließungen betroffen. Hier waren bereits 2021 84 % des Warenhausbestands von 1994 geschlossen (vgl. Hangebruch 2021) – kleinere Warenhäuser, die im Zuge der massiven Expansion in den 1960er und 1970er Jahren entstanden sind.

Für Kaufhäuser, die im Vergleich zu Warenhäusern nur maximal zwei eng verbun-

dene Sortimentsgruppen anbieten, sind entsprechende Voruntersuchungen nicht bekannt. Ihr bereits begonnener Rückzug kann zentrale Handlungslagen in den Innenstadtzentren ebenso unter Druck setzen, selbst wenn ihre Immobilien oft unscheinbarer als die der Warenhäuser sind.

Mit dem Rückzug des Einzelhandels gehen umfassende Funktionsverluste in den Innenstadtzentren einher (vgl. Berger/Thabe 2019; BMI 2021; DST 2021). Für aufgegebenen Warenhausstandorte sind Beeinträchtigungen des städtebaulichen Erscheinungsbildes und der Gestaltqualität der Zentren, rückläufige Passantenfrequenzen, Imageverluste und Einbußen in der Angebotsvielfalt und -qualität beobachtet worden, die zu Trading-Down-Effekten und städtebaulichen Missständen in den Stadtzentren führen können – insbesondere dann, wenn über lange Zeit keine Nachnutzung gefunden wird (vgl. Hangebruch 2020a, 2020c). Ein zunächst einzelwirtschaftliches Phänomen wird damit sozioökonomisch spürbar. Das wirkt auch emotional: Viele Menschen verbinden die Schließung liebgehabter, alteingesessener Geschäfte mit einem Verlust von Heimat, da diese über Jahrzehnte das Stadtbild prägten und mit vielen Erinnerungen verbunden

Transformationsbedarf in den Innenstadtzentren

Infolge der Covid-19-Pandemie hat sich die öffentliche und politische Aufmerksamkeit verstärkt auf die Situation des stationären Einzelhandels und damit auch auf die Innenstadtzentren gerichtet. Ladenschließungen und Präventionsmaßnahmen haben dazu geführt, dass der Onlinehandel weiter an Dynamik gewonnen hat (vgl. Anders/Kreutz/Krüger 2020; Anders/Kreutz/Krüger 2021; ARL 2021; Hangebruch 2020a; HDE 2021). Dies verstärkt eine Entwick-



Bild 2: Früheres Karstadt-Warenhaus, Hamburg-Bergedorf (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

lung, die sich bereits vor der Pandemie abgezeichnet hat: Der Einzelhandel verliert die dominante Präsenz und Funktion der Vergangenheit und wird künftig (wie einst) nur mehr eine unter mehreren Zentrenfunktionen darstellen. Das macht die Diskussion über den Nutzungswandel in den Innenstadtzentren nicht mehr nur zu einer Frage für ohnehin bereits schwache Zentren, sondern auch zur Herausforderung für die Innenstadtzentren der Metropolen (vgl. ARL 2021; Hangebruch/Othengrafen 2022; MWIDE 2021).

Derzeit sind sehr viele großflächige Einzelhandelsimmobilien auf dem Markt, für die es noch keine Nachnutzungen gibt. Zwischen Oktober 2020 und Januar 2024 hat Galeria Karstadt Kaufhof in Folge zweier Insolvenzverfahren 83 Warenhäuser und zahlreiche Karstadt-Sportkaufhäuser bundesweit aufgegeben. Im Januar 2024 folgte ein erneuter Insolvenzantrag von Galeria Karstadt Kaufhof, der auf die Zahlungsunfähigkeit des Mutterkonzerns Signa Prime und diverser weiterer Signa-Gesellschaften zurückgeht. Stand April 2024 soll das Unternehmen an das Investorenduo Richard Baker und Bernd Beetz veräußert und mit einem reduzierten Filialnetz weitergeführt werden. Aber auch C&A und Peek & Cloppenburg (Düsseldorf) verändern ihr Filial-

netz durch Verkleinerung und Untervermietung von Verkaufsflächen sowie den Umzug an kleinere Standorte.

Damit stellt sich die Frage nach dem Umgang mit diesen Immobilien. Wurde in der Vergangenheit vielfach für den Abriss solcher Gebäude optiert, um sie durch Neubauten zu ersetzen, mehrt sich seit einigen Jahren der Ruf nach Erhalt und Umnutzung. Argumentiert wird zum einen mit der im Bestand gebundenen *Grauen Energie* und den ökologischen Folgen von Abruch und Neubau, etwa durch die großen Mengen nicht erneuerbarer Rohstoffe, die bei einem Rückbau der Gebäude vernichtet werden sowie dem Energieverbrauch und Rohstoffbedarf für Ersatzneubauten. Zum anderen rücken der historische Zeugniswert und die baukulturelle Bedeutung der Gebäude mehr und mehr ins Bewusstsein. Dies gilt nicht nur für die prächtigen Traditionshäuser der Vorkriegszeit, deren Denkmalwert meistens unbestritten ist, sondern auch für die Gebäude aus der Nachkriegszeit. Sie sind als bauliche Zeugnisse zu verstehen, deren Erhalt oder Umbau dazu beitragen kann, die Identität und das historische Gedächtnis einer Stadt zu bereichern (vgl. Grafe/Rieniets 2022).

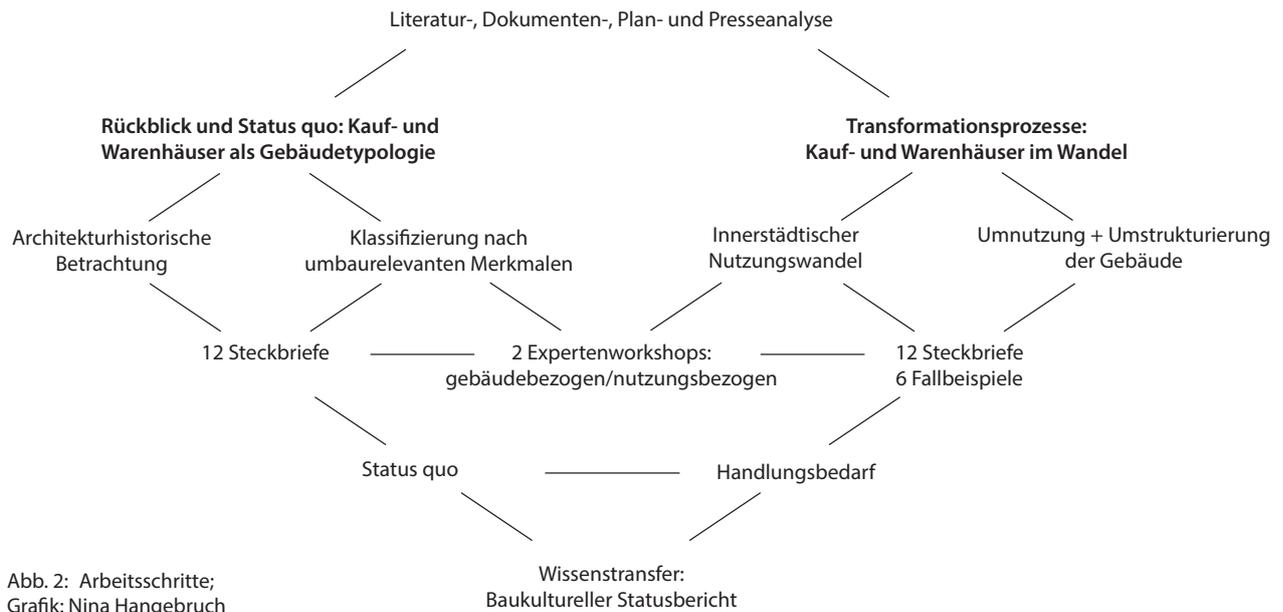
Gleichzeitig sind die Transformation der Gebäude und ihre nachhaltige Drittverwendung von strategischer Bedeutung für die Gestaltung des Nutzungswandels in den Innenstadtzentren. Neue Kombinationen von Handel, Dienstleistungen, Handwerk, Gastronomie, Wohnen sowie kulturellen und sozialen Angeboten schaffen Synergien und ermöglichen multifunktionale Zentrenutzungen im Sinne der Neuen Leipzig-Charta (vgl. Anders et al. 2020; ARL 2021; BMI 2021; DST 2021; Hangebruch 2020b). Entsprechende Umnutzungen erfordern architektonisch und technisch oftmals zeit- und kostenaufwändige Umbauten sowie die Bereitschaft der Immobilienbesitzenden, in die Transformation zu investieren oder zu Grunder-

werbspreisen zu veräußern, die eine Drittverwendung zulassen (vgl. BBSR 2015; Hangebruch 2020a, 2020c, 2020d; Landesinitiative Stadtbaukultur NRW 2015).

Dabei lohnt ein Blick auf Referenzprojekte, die bereits in den vergangenen Jahren realisiert wurden. Eine Untersuchung der 219 zwischen 1994 und 2019 aufgegebenen Warenhäuser zeigte bereits im Jahr 2020, dass für 95 % der Immobilien eine Nachnutzung gefunden wurde (vgl. Hangebruch 2020b). Diese wurde bei 70 % der Standorte im Gebäudebestand realisiert, also im Zuge einer Modernisierung oder umfassenderen Kernsanierung (vgl. ebd.). In der Vergangenheit war eine Nachnutzung durch Einzelhandel die Regel. Dabei haben sich die Nachnutzungsroutinen im Laufe der Jahre kontinuierlich verändert. Seit Mitte der 2010er Jahre geht dies mit einem immer stärker rückläufigen Anteil an Handelsfläche und weitreichenden Umbauten der vorhandenen Bausubstanz einher (vgl. ebd.). Mit Blick auf die derzeitige Krise der Innenstädte kann davon ausgegangen werden, dass sich dieser Trend fortsetzt.

2 Kleiner baukultureller Statusbericht

Die Transformation von Kauf- und Warenhäusern ist eine hochaktuelle, inter- und transdisziplinäre Aufgabe für Planungs- und Architekturbüros, Immobilienwirtschaft und -projektentwicklung sowie die Fachämter für Stadtplanung und Stadtentwicklung, Bauordnung, Denkmalschutz und Wirtschaftsförderung. Von besonderer Relevanz ist das Thema zudem für die Eigentümerinnen und Eigentümer von Kauf- und Warenhausgebäuden, für die es darum geht, die Nutzung der Immobilien langfristig zukunftsfähig auszurichten. Darüber hinaus sind die Schließung und Nachnutzung von Kauf- und Warenhäusern immer auch von der Stadtgesellschaft intensiv beobachtete Phäno-



mene, weil sie stadtbildprägende, emotional aufgeladene Gebäude betreffen und mit drohenden Arbeitsplatzverlusten verbunden sein könnten.

Im Fokus dieses Berichts steht der Wandel der Kauf- und Warenhäuser seit ihrer Entstehung Ende des 19. Jahrhunderts bis hin zu ihrer heutigen Transformation. Dabei geht es um die architekturhistorische und städtebauliche Bedeutung von Kauf- und Warenhäusern für die Innenstadtzentren im Speziellen und ihre baukulturelle Bedeutung im Allgemeinen.

Unter dem Begriff Baukultur ist eine ganzheitliche Sichtweise auf die gebaute Umwelt zu verstehen. Eine Sichtweise, die sich nicht auf die Betrachtung einzelner, physisch-räumlicher Merkmale beschränkt, wie zum Beispiel die Qualität einzelner Bauwerke oder Stadträume, sondern die auch all jene Prozesse mit einbezieht, die dem Zustandekommen dieser physisch-räumlichen Merkmale vorgelagert sind. Das umfasst – im engeren Sinne – alle Herstellungs- und Planungsprozesse, von der Rohstoffgewinnung, über die Herstellung von Baustoffen und Bauteilen, bis hin zu ihrer planmäßigen Verwendung

im Hoch- und Tiefbau. Im weiteren Sinne sind aber auch jene Faktoren gemeint, die sich indirekt auf die gebaute Umwelt auswirken, wie zum Beispiel die naturräumlichen und klimatischen Gegebenheiten des betreffenden Ortes oder die kulturellen und wirtschaftlichen Bedingungen, die das Zustandekommen und das Aussehen von baulichen Merkmalen beeinflussen.

Baukultur ist also ein hochgradig transdisziplinärer Zugang, weshalb sich ihr ganzheitlicher Anspruch niemals vollständig erfüllen lässt. Zu komplex sind die Bedingungen und Abhängigkeiten, in welche die Entstehung von Bauwerken oder Stadträumen eingebunden sind, um sie vollumfänglich beschreiben zu können. Auch die vorliegende Studie hat nicht den Anspruch, den Gegenstand ihrer Untersuchung in seinem ganzen baukulturellen Spektrum zu erklären. Sie versucht aber, möglichst viele Aspekte zu berücksichtigen, die notwendig sind, um die historische Entstehung und Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser, das aktuelle Schließungsgeschehen, sowie den Umbau und die Nachnutzung von Gebäuden erklären zu können. Das sind insbesondere architekturhistorische, baukonstruk-

tive sowie stadtplanerische Aspekte, aber auch solche aus den Bereichen Immobilienwirtschaft und Einzelhandel.

Den Ausgangspunkt der Studie bildet eine architekturhistorische Betrachtung der Entwicklung von Kauf- und Warenhäusern in Deutschland, ihrer Gebäudetypologie und ihres baukulturellen Werts. Durch eine systematische Aufarbeitung der architektonischen, baukonstruktiven und baukulturellen Eigenschaften der Kauf- und Warenhausgebäude werden umbaurelevante Merkmale identifiziert, die angesichts der Strukturveränderungen im Einzelhandel für die Drittverwendung der Immobilien maßgeblich sind.

Der Umbau und die Umnutzung von aufgegebenen Waren- und Kaufhausimmobilien sind von besonderer städtebaulicher Relevanz für die Anpassung der Innenstadtzentren an den Nutzungswandel. Durch die Herausarbeitung der für die Transformation maßgeblichen Gebäude-merkmale und die Recherche und Analyse erfolgreicher Umnutzungskonzepte wird aufgezeigt, wie der Wandel gelingen kann.

Die Ergebnisse der Arbeit dienen dem Wissenstransfer in die Fachöffentlichkeit und Fachpolitik (Ministerien, Kommunen, Architektur-, Planungs- und Ingenieurbüros, Immobilienwirtschaft) sowie in die Gesellschaft. Der vorliegende, kleine baukulturelle Statusbericht umfasst eine Darstellung der Bautypologie Kauf- und Warenhaus, fokussiert auf die (umbaurelevanten) Gebäudemerkmale, eine Beschreibung der aktuellen Marktentwicklung der Kauf- und Warenhäuser, einschließlich der Darstellung des aktuellen Schließungs- und Umnutzungsgeschehens zum Zeitpunkt der Fertigstellung des Berichts sowie einen Ausblick mit Erläuterung des Handlungsbedarfs. 30 Objektsteckbriefe – darunter sechs vertiefende Fallstudien – veranschaulichen den Wandel der Gebäude (siehe Abb. 1). Präsentiert werden

zum einen architekturhistorisch und baukulturell bedeutsame Bauten, die prägend für bestimmte Entstehungsepochen der Kauf- und Warenhäuser waren, zum anderen Gebäude, die ihre vormalige Kaufbeziehungsweise Warenhausfunktion verloren haben und deren Transformation vorbildlich für andere Gebäude ist.

3 Forschungsdesign

Der Projektbearbeitung lag ein zweidimensionaler Zugang zugrunde:

- Der **gebäudebezogene Zugang** fokussiert vor allem Fragen der Architektur und Konstruktion sowie der denkmalpflegerischen Bedeutung der Kauf- und Warenhausgebäude. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht die Frage, welche Möglichkeiten der Umnutzung und der Umstrukturierung in der Architektur der Bestandsgebäude angelegt sind und welche Herausforderungen mit einer Transformation verbunden sind.
- Der **nutzungsbezogene Zugang** fokussiert den Einfluss aktueller Marktentwicklungen auf die Transformation von Waren- und Kaufhausimmobilien. Hier geht es um aktuelle Entwicklungen in den Innenstadtzentren und strukturelle Veränderungen im Einzelhandel, vor allem aber um Umnutzungskonzepte für ehemalige Kauf- und Warenhausgebäude.

Die Bearbeitung erfolgte mit einem Mixed-Methods-Ansatz, der verschiedene Methoden der Erkenntnisgewinnung kombiniert. Eingesetzt wurden unter anderem eine Literatur- und Dokumentenanalyse (Plananalyse) zur Beschreibung des Status quo mit dem Ziel, wesentliche umbaurelevante Gebäudemerkmale herauszuarbeiten. Mit Blick auf die Transformation der Gebäude folgte eine empirische Analyse guter nationaler und internationaler Praxisbei-

spiele für die Umnutzung der Immobilien einschließlich der Vertiefung ausgewählter Fallbeispiele mit Experteninterviews, Ortsbegehungen und Workshops.

Arbeitsschritte

Das Forschungsprojekt begann mit der Aufarbeitung der architekturhistorischen Entwicklung von Kauf- und Warenhäusern in Deutschland. Auf diese Weise wurde die architektonische Entwicklung des Bautyps nachgezeichnet, dessen baukulturelle Bedeutung aufgezeigt und um spezifische Aspekte der Umnutzung und des Umbaus ergänzt. Durch die Analyse von Plandaten und Dokumenten wurden konstruktive, funktionale und räumliche Merkmale der Gebäude klassifiziert und die für den Umbau maßgeblichen Gebäudeeigenschaften identifiziert, wie die Art des Tragwerks, Raumhöhen und Raumtiefen, die Konstruktion der Fassade und die Erschließung.

Im Zuge der weiteren Untersuchung erfolgte eine internationale Recherche baukulturell bedeutsamer Kauf- und Warenhäuser, strukturiert nach einzelnen Epochen und unterschieden nach der jeweiligen Phase der Gebäude im Nutzungszyklus (bereits nachgenutzt, aktuell leerstehend, noch in Nutzung). Bei den bereits umgenutzten Gebäuden wurde neben dem architekturhistorischen und baukulturellen Wert der Gebäude ein besonderer Fokus auf die Art der Nachnutzung, ihren Innovationsgehalt und ihren Beitrag zur Stärkung der innerstädtischen Nutzungsmischung gelegt.

In einem nächsten Schritt wurden sechs Gebäude ausgewählt, die für die vorliegende Studie sowohl aufgrund ihres baukulturellen Werts als auch mit Blick auf die realisierte Transformation besonders beispielhaft sind. Im Rahmen vertiefend ausgearbeiteter Fallbeispiele erfolgten Ortsbegehungen und Interviews mit den an den jeweiligen Umbauten betei-

ligten Personen aus Architekturbüros, Projektentwicklungsunternehmen, Immobilienwirtschaft und Kommunen, um die besonderen Herausforderungen der Transformation und die für den Erfolg der Projekte relevanten Schlüsselfaktoren herauszuarbeiten.

Im Anschluss daran wurden zwei standortunabhängige Workshops durchgeführt, um die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Arbeitsschritten und die daraus abgeleiteten Handlungsimplicationen zu reflektieren. Entsprechend der beiden Betrachtungsebenen fokussierte ein Workshop die baukulturellen und bautechnischen Fragen, ein weiterer Workshop thematisierte die nutzungsbezogenen Fragen der Transformation der Gebäude. Beide Workshops fanden im Juni 2023 unter Beteiligung folgender Expertinnen und Experten statt:

Workshop Umbau

- Angela Kreutz und Wolfgang Mairinger, blocher partners
- Martin Jasper, Jasper Architects
- Jan Sauermann, Sarah Jostameling, HPP
- Torsten Uding, UDING Projektmanagement
- Hanns-Peter Wulf, Bolwin Wulf Architekten

Bild 3: Umbau Hertie-Warenhaus zu den Neuen Höfen, Herne (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Workshop Umnutzung

- Sascha Anders, Hafen City Universität Hamburg
- Thomas Binsfeld, Landmarken
- Heike Brons-Schnell, Stadt Lübeck (Gebäudemanagement)
- Daniel Förste, Zentraler Immobilien Ausschuss ZIA
- Christoph Hülsebusch, Stadt Oberhausen (Stadtplanung)
- Sven Lohmeyer, Urbanista
- Stefan Postert, Stadt + Handel
- Matthias Rottmann, DeZwarteHond
- Lea Scholze, AIP Planung

Forschungsfragen

Für die Projektbearbeitung wurden zwei Schwerpunkte gebildet und folgende Forschungsleitfragen formuliert:

Baukulturelles und städtebauliches Potenzial der Kauf- und Warenhäuser

- Welche architekturhistorische und baukulturelle Qualität hatten die Kauf- und

Warenhausgebäude in unterschiedlichen Epochen ihrer Entstehungsgeschichte?

- Welche Funktion kam ihnen in den unterschiedlichen Epochen im innerstädtischen Nutzungsgefüge zu? Gab es Unterschiede zwischen West- und Ostdeutschland?

Transformationspotenzial der Kauf- und Warenhausimmobilien

- Wie beeinflusst der Strukturwandel in den Innenstädten die Nachnutzung der Immobilien?
- Welche Nachnutzungen kommen in Betracht, wenn der Einzelhandel immer weniger Flächen nachfragt?
- Welche Optionen bestehen für die Umnutzung und den Erhalt der stadtbildprägenden Gebäude?
- Welche architektonischen und baukonstruktiven Merkmale sind für die Umnutzungs- beziehungsweise Umbaufähigkeit der Gebäude maßgeblich?
- Wie wird bei der Transformation der Immobilien mit der besonderen Architektur und Fassadengestaltung der Gebäude umgegangen?

4 Kauf- und Warenhäuser als Betriebsformen des Einzelhandels

Die Begriffe **Kaufhaus** und **Warenhaus** werden im allgemeinen Sprachgebrauch oftmals synonym verwendet, obwohl sie zwei unterschiedliche Betriebsformen des Einzelhandels beschreiben.

- **Kaufhäuser** sind auf einzelne Sortimentsgruppen wie Bekleidung, Sportwaren oder Unterhaltungselektronik spezialisierte großflächige Einzelhan-

Bild 4: Karstadt-Warenhaus, Dortmund (2022); Foto: Lea Hilt



delsbetriebe mit mindestens 1.000 m² Verkaufsfläche, die vor allem an Standorten in den Innenstadtzentren oder Shopping Centern ein überwiegend mittel- bis hochpreisiges Sortiment mit Bedienungs- und Beratungsservice anbieten (vgl. GIF 2014: 66).

- **Warenhäuser** bieten ein breites Angebot verschiedener Sortimentsgruppen wie Bekleidung, Heimtextilien, Sportartikel, Haushaltswaren, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung oder Lebensmittel im überwiegend mittleren bis hohen Preissegment und tendenziell hoher Serviceintensität, in der Regel ergänzt um diverse Dienstleistungen wie Gastronomie oder Reisebüros in großflächigen und üblicherweise mehrgeschossigen Einzelhandelsimmobilien mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in Innenstadtzentren oder Shopping Centern (vgl. ebd.: 86).

Wesentliches Unterscheidungsmerkmal ist demnach das angebotene Warensortiment, das bei den Warenhäusern deutlich breiter und vielseitiger ist als bei den Kaufhäusern. Kaufhäuser spezialisieren sich auf einige wenige Sortimentsgruppen und bieten diese in tiefer Gliederung an. Mit Blick auf die Gebäude als bauliche Hüllen der Kauf- und Warenhäuser sind die Unterschiede zwischen den beiden Betriebsformen weniger markant.

Die Unterscheidung zwischen den beiden Betriebsformen geht bereits auf das Jahr 1900 zurück, als zum Schutz des Kleinhandels das preußische Warenhaussteuergesetz verabschiedet wurde. Dort wurde mit dem Rechtsbegriff des Warenhauses ein Betrieb definiert, der Handel mit mehr als einer von vier im Gesetz genannten Warengruppen treibt, die nicht zusammenhängenden Branchen zuzuordnen sind, der zudem über Lebensmittelabteilungen und Erfrischungsräume verfügt sowie dessen Umsatz mehr als

400.000 Mark im Jahr beträgt (vgl. Preußisches Warenhaussteuergesetz 1900).

Klar abzugrenzen von den beiden Betriebsformen Kaufhaus und Warenhaus sind **Shopping Center**, die keine Betriebsform des Einzelhandels darstellen, sondern eine spezielle Agglomerationsform des Handels, die unterschiedliche Betriebsformen unter einem Dach bündelt. Das heißt, Shopping Center umfassen eine Ansammlung räumlich benachbarter Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, die als Einheit geplant und entwickelt sind und von einem gemeinsamen Management geleitet und von den Konsumentinnen und Konsumenten als zusammengehörig wahrgenommen werden (GIF 2014: 93). Synonym werden auch die Begriffe Einkaufszentrum, Einkaufscenter oder Shopping Mall verwendet. Magnetbetriebe sind traditionell Warenhäuser, Kaufhäuser oder große Fachgeschäfte mit innenstadtrelevanten Sortimenten. Shopping Center haben – je nach Definition – eine Mindestgröße von 5.000 bis 10.000 m² (GIF 2014: 95).

Bild 5: Textilkaufhaus Peek & Cloppenburg, Dortmund (2023);
Foto: Lisa Haag



Rückblick und Bestandsaufnahme: Kauf- und Warenhäuser im Wandel

Die zahlreiche Schließung von Kauf- und Warenhäusern hat in den vergangenen Jahren die Frage aufgeworfen, in welcher Weise sich diese Bauwerke Umnutzen beziehungsweise umbauen lassen. Auf den ersten Blick sind für die Beantwortung dieser Frage vor allem konstruktive und baurechtliche Aspekte relevant: Welche Nutzungsänderungen sind für Gebäude dieser Dimension möglich und zulässig? Welche Anforderungen müssen sie gegenüber dem heute gültigen Baurecht erfüllen? Welche baulichen Anpassungen sind konstruktiv möglich und wirtschaftlich zumutbar?

Auf den zweiten Blick stellen sich aber noch ganz andere Fragen: Was sind die architektonischen Wesenszüge dieser Häuser? Welche Bedeutung hatten (und haben) sie für die Innenstadtzentren? Und was sind die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen, von denen diese Gebäude heute Zeugnis ablegen? Und nicht zuletzt stellt sich heute immer dringlicher die Frage nach den ökologischen Konsequenzen, die mit dem Abriss oder dem Erhalt eines solchen Gebäudes verbunden sind.

Um Antworten finden zu können, wurde der Bautyp des Kauf- und Warenhauses in seiner historischen Entwicklung betrachtet, von seinen Anfängen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis heute. Besonderes Augenmerk galt dabei den architektonischen und konstruktiven Merkmalen der Kauf- und Warenhäuser und wie sich diese Merkmale unter dem Einfluss technischer, wirtschaftlicher und baukultureller Entwicklungen verändert haben.

Betrachtet werden folgende Fragen:

- Welche architekturhistorische Bedeutung hat der Gebäudetyp des Kauf- und

Warenhauses? Welche architektonischen Besonderheiten und Innovationen hat er hervorgebracht? Welche Kauf- und Warenhäuser sind dafür exemplarisch?

- Welche Bedeutung hatte dieser Gebäudetyp für die Stadtentwicklung und für das Stadtbild? Welche identitätsstiftende Wirkung hatte er für die Stadtgesellschaft?
- Wie unterscheiden sich die oben genannten Entwicklungen in West- und Ostdeutschland?
- Welche, aus der historischen Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser hervorgehenden, architektonischen und baukonstruktiven Merkmale erlauben eine Aussage über die Umnutzungsbeziehungsweise Umbaufähigkeit der Gebäude?

Methodik der Literaturrecherche

Die wichtigste Quelle für die folgenden Betrachtungen waren Fachpublikationen, die durch eine systematische Literaturrecherche in Bibliotheken und Datenbanken identifiziert wurden. Bereits bekannte Vorarbeiten (vgl. Stresemann 1900; Wussow 1906; Göhre 1907; Pasdermadjian 1954; Uhlig 1956; Baron et al. 1966; Erbstößer 1979; Irrgang 1980; Strohmeyer 1986; Gerlach 1988; Lenz, R. 1995; Frei 1997; Köhler 1997; Grinôt 1997; Briesen 2001; Lenz, T. 2011; Hessert 2012; Whitaker 2013; Lindemann 2015) konnten auf diese Weise ergänzt werden. Anschließend wurden die in deutscher und englischer Sprache verfassten Werke systematisch ausgewertet.

Der geografische Fokus ist Deutschland, aber auch internationale Einflüsse, die für die hiesige Entstehung und Entwicklung des Gebäudetyps des Kauf- und

Warenhauses wesentlich waren (u. a. aus den Vereinigten Staaten, Großbritannien, Frankreich und den Niederlanden), wurden berücksichtigt. Komplementär zu dieser architektur- und stadtbaugeschichtlich orientierten Recherche wurde Literatur gesichtet, die sich mit der Umnutzung und dem Umbau von Kauf- und Warenhäusern befasst.

Schon zu Beginn der Recherche wurde deutlich, dass es in der Literatur keinen Konsens über die begriffliche Unterscheidung zwischen Kaufhaus und Warenhaus gibt. Während in einigen Publikationen auf die Unterschiede zwischen beiden Gebäudetypen hingewiesen wird, werden die Begriffe in anderen Publikationen synonym verwendet (wobei der Begriff Kaufhaus häufiger für Warenhäuser verwendet wird als umgekehrt). Trotz dieser Unklarheit in der Literatur wurde davon ausgegangen, dass die beiden Begriffe auf typologische und programmatische Unterschiede verweisen, die sich auf den Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Studie auswirken könnten. Aus diesem Grund wurde der Studie eine Definition und Distinktion der beiden Begriffe vorangestellt (s. S. 18).

Die Anwendung dieser Definition auf die vorhandene Literatur hat zu zwei Erkenntnissen geführt: Erstens spiegelt sich in der Literatur wider, dass den Warenhäusern mehr Aufmerksamkeit seitens der Fachwelt zuteil wurde als den Kaufhäusern. Dies mag damit zu erklären sein, dass sie im Vergleich zu den Kaufhäusern meistens größer, ambitionierter und innovationsträchtiger waren. Das Konzept des Kaufhauses, das auf dem Vertrieb von nur einem oder wenigen Warenssegmenten beruhte (z. B. Mode), hatte eine größere Nähe zu den damals schon bekannten Einzelhandelskonzepten, während die Warenhäuser in Bezug auf Sortiment, Präsentation und Einkaufserlebnis immer wieder neue Wege beschritten. Die

zweite Erkenntnis ist, dass die architektonischen und konstruktiven Merkmale beider Gebäudetypen weitgehend identisch sind. Die deutlichsten Unterschiede sind hinsichtlich der Größe und Lage der Immobilien im Stadtgefüge auszumachen: Warenhäuser sind in der Regel größer als Kaufhäuser und verfügen aufgrund ihrer zentralen Lage und ihrer städtebaulichen Einordnung (z. B. als Eckgebäude oder Solitär) über eine größere Präsenz als die meisten Kaufhäuser, die häufig in die Blockrandbebauung integriert sind.

Neben der Auswertung der Fachliteratur hinsichtlich der baugeschichtlichen Entwicklungen und der architektonischen Merkmale von Kauf- und Warenhäusern wurde eine Liste aller in der Fachliteratur vermerkten Objekte angelegt, die in Bezug auf die Forschungsfragen dieser Studie als relevant erachtet wurden. Diese Liste, die insgesamt 80 Objekte aus Deutschland und 18 aus anderen Ländern umfasst, diente als Grundlage für die Auswahl von 30 Kauf- und Warenhäusern, die in der vorliegenden Studie in Form von Steckbriefen dargestellt werden (s. S. 6 und 7). Diese Auswahl kann nur ein Schlaglicht auf die hundertfünfzig Jahre währende Geschichte der Kauf- und Warenhäuser und den daraus hervorgegangenen architektonischen Reichtum werfen, aber sie beinhaltet die wichtigsten Entwicklungen und einflussreichsten Häuser dieser Zeit.

Die Fachliteratur hat sich nicht nur als wertvolle Quelle erwiesen, um die Entstehung und den ursprünglichen Zustand einzelner Gebäude nachvollziehen zu können, sie spiegelt auch die veränderte Wahrnehmung der Kauf- und Warenhäuser im Wandel der Zeit. Den frühen Werken, die in der Entstehungsphase des (deutschen) Warenhauses geschrieben wurden, ist die Faszination für den neuen Bautyp deutlich anzumerken. Außerdem geben Werke wie *Das Warenhaus, Kauf-, Geschäfts-, Büro-Haus* von Alfred Wiener

aus dem Jahr 1912 detaillierte Einblicke in den damaligen Stand von Architektur und Technik. Während des Zweiten Weltkriegs ließ die Faszination für diesen Bautyp merklich nach, was sich auch in der geringeren Zahl von Fachpublikationen widerspiegelt. Dafür mehrten sich in dieser Zeit die Betrachtungen über die wirtschaftliche und sozialpolitische Bedeutung von Kauf- und Warenhäusern. Erst Ende der 1970er Jahre, als die Bauaktivitäten in diesem Segment ihren Höhepunkt erreicht hatten, ist ein neues Fachinteresse an Kauf-, und Warenhäusern erkennbar, vgl. Publikationen von Peter Stürzebecher (1979), Thomas Irrgang (1980), Siegfried Gerlach (1988) und Christian Schramm (1995). Im Mittelpunkt vieler Werke steht die Entstehung der Warenhäuser in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und ihre Weiterentwicklung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Andere Werke widmen sich einzelnen Gebäuden, ihrer Geschichte und Architektur. Gegen Ende des 20. Jahrhunderts nimmt die Zahl der Fachpublikationen wieder ab, so dass jüngere Häuser zwar in der Fach- und Tagespresse zu finden sind, nicht aber in wissenschaftlichen Abhandlungen.

In den 1990er Jahren erreichte die Zahl der Kauf- und Warenhäuser in Deutschland schließlich ihren Höhepunkt und erste Schließungen kündigten die Krise dieses Einzelhandelskonzeptes an. Nur noch vereinzelte Prestige-Projekte, wie die Galerie Lafayette, die der Friedrichstraße im wiedervereinigten Berlin metropolitanen Glanz verleihen sollte, erregten die Aufmerksamkeit der Fachwelt. In den 2010er Jahren, als sich die Schließungen häuften, richtete sich auch das fachliche Interesse wieder auf die Kauf- und Warenhäuser. Das Interesse galt nun der Frage, wie sich diese großen und identitätsstiftenden Immobilien revitalisieren lassen, sowohl mit Blick auf die Gebäude selbst, als auch auf die Entwicklung der umliegenden Stadträume. Angesichts der Tatsache, dass seither schon

viele Warenhäuser zum Abriss freigegeben wurden, ohne dass die Fachwelt davon Notiz genommen hat, deutet das aktuelle Interesse an der Umnutzung beziehungsweise dem Umbau leerstehender Kauf- und Warenhäuser auf einen Sinneswandel im Fachdiskurs hin. Zu erklären ist das mit der sich immer stärker verdichtenden Erkenntnis, dass der Erhalt und die intelligente Umnutzung von Bestandsgebäuden besser zu den Nachhaltigkeitszielen im Bausektor beitragen, als die bisherige Praxis von Abriss und Neubau (s. Kapitel 7). In den vergangenen Jahren wurden einige Veröffentlichungen zu diesem Themenkomplex vorgelegt (StadtBauKultur NRW e.V. 2015; BBSR 2015; Hangebruch 2009-2023), eine umfassende und systematische Bearbeitung des Themas gibt es jedoch noch nicht. Die vorliegende Studie möchte dazu beitragen, diese Wissenslücke zu schließen.

5 Architekturhistorische Bedeutung

Die technisch-wirtschaftlichen Umwälzungen, die ab Mitte des 19. Jahrhunderts die entwickelten Länder Mitteleuropas und Nordamerikas erfassten (und heute unter dem Begriff industrielle Revolution subsumiert werden), haben auch das Bauen tiefgreifend verändert und einige vollkommen neue Bautypen hervorgebracht, die heute als architektonische Repräsentanten jener Zeit gelten. Dazu gehören die Zechen, Hochöfen und Fabrikgebäude, deren Architektur den neuen Anforderungen der industriellen Produktion folgten. Oder die großen Bahnhöfe und später die Tankstellen und Parkgaragen, die noch heute von der Entwicklung der Massenmobilität zeugen. Auch am Beispiel des Wohnungs- und Siedlungsbaus wurde in der Fachliteratur schon vielfach gezeigt, wie sich die Industrialisierung auf die Lebensverhältnisse der Menschen niederschlug, aber auch, welche neuen Möglichkeiten sie für das Planen und Bauen eröffnete.

Gemessen an der umfangreichen Literatur, die zu den genannten Bauaufgaben veröffentlicht wurde, blieb die Auseinandersetzung mit dem Bautyp des Kauf- und Warenhauses ein Nischenthema der Architekturgeschichte. Dies mag der vergleichsweise geringen Anzahl solcher Gebäude geschuldet sein, deren Entwicklung aber dennoch eine große architekturgeschichtliche Aussagekraft beigemessen werden kann. Sie steht für die über 150 Jahre währende Geschichte des Massenkonsums, der ebenfalls auf die technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen jener Zeit zurückgeführt werden kann. Industrielle Fertigungsmethoden ermöglichten eine kontinuierliche Ausweitung des Warenangebots und die wachsende Kaufkraft erlaubte einer immer größeren Zielgruppe, diese Waren zu konsumieren. Die Kauf- und Warenhäuser waren eine logische Folge dieser Entwicklung: Sie bildeten räumlich und architektonisch das Bindeglied zwischen Angebot und Nachfrage. Sie waren gut erreichbar und vermochten auf ihren Verkaufsflächen die wachsenden Warensortimente anzubieten. Außerdem boten sie eine architektonische Präsenz und ein Ambiente, das für Neugierde und Kauflust sorgte und das trotz Warenflut und Menschenmassen eine Aura der Exklusivität vermittelte.

Die frühen Warenhäuser waren mit kaum einem anderen Bautyp vergleichbar. Am ehesten schien sich der Vergleich mit Sakralbauten anzubieten, was in geflügelten Begriffen wie „Konsumtempel“ oder „Kathedralen des Konsums“ zum Ausdruck kam. Diese Analogien waren den monumentalen und prachtvoll ausgestalteten Bauformen geschuldet (Türme, Portiken, Freitreppen etc.), galten aber insbesondere den Lichthöfen, die aufgrund ihrer Größe und erhabenen Wirkung den Vergleich mit Kirchenschiffen aufnehmen konnten. Darüber hinaus bestachen viele Warenhäuser durch ihre moderne technische Ausstattung mit Aufzügen, Rolltreppen, gro-

ßen Glasflächen und reichlich Kunstlicht. Später gehörten auch U-Bahn-Anschlüsse, Parkhäuser und Klimatechnik dazu. Auch was die Bautechnik betrifft, bewegten sich neue Warenhäuser lange auf der Höhe der Zeit, etwa durch die Verwendung moderner Konstruktionsweisen oder durch die Entwicklung von Gitter- und Vorhangfassaden.

Bis zum Zweiten Weltkrieg galt der Bau von Kauf- und Warenhäusern als prestigeträchtige Aufgabe, was sich in der langen Liste namhafter Architekten widerspiegelt, die damit betraut wurden. Anfangs orientierten sie sich an einer, in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts typischen, historisierenden Architektursprache. Ihre Entwürfe erinnerten in Proportion und Fassadengestaltung zunächst an andere Repräsentativbauten jener Zeit. In der Zwischenkriegszeit emanzipierte sich der Bautyp des Warenhauses dann von den historischen Referenzen und entwickelte ein eigenständiges Repertoire an typologischen und architektonischen Merkmalen. Zu diesen Merkmalen gehört auch, dass die Warenhausarchitektur ab den 1960er Jahren in den Dienst der Corporate Identity großer Warenhausunternehmen gestellt wurde. Nicht die Individualität des einzelnen Gebäudes stand von nun an im Zentrum des Entwurfs, sondern seine Wiedererkennbarkeit als Teil des Unternehmens. Damit folgten die Kauf- und Warenhäuser einem Trend, der auch in vielen anderen Segmenten, wie Tankstellen, Schnellrestaurants oder Supermärkten um sich griff. Doch was die Größe der Gebäude betrifft, die nun als weithin sichtbare Zeichen dienten, blieb die Kauf- und Warenhausarchitektur lange unübertroffen. (Erst mit der Verbreitung großer Fachmärkte, die seit den 1980er Jahren meist in städtischen Randlagen entstanden, machten auch diese Unternehmen Gebrauch von der über große Entfernungen wirksame Wiedererkennbarkeit ihrer Immobilien). Auch diese Entwicklung verdient rückblickend eine architekturgeschichtlich angemessene Einordnung, wenngleich sie das Ende der

großen Warenhausarchitektur einläutete. Zwar sind in den folgenden Jahrzehnten noch vereinzelt ambitionierte Warenhausarchitekturen entstanden, doch der Bautyp des Warenhauses lebte seither mehr von seinem Mythos als von architektonischen Innovationen.

Betrachtet man aber die gesamte Ära der Kauf- und Warenhäuser, dann ist die architekturhistorische Bedeutung dieses Bautyps unbestreitbar. Er spielte nicht nur im Kontext der Konsumkultur des 19. und 20. Jahrhunderts eine herausragende Rolle, sondern war auch lange die Speerspitze moderner Handelsarchitektur und ein Aushängeschild für die bautechnische Leistungsfähigkeit.

6 Entstehung, städtebauliche Bedeutung und Veränderung des Bautyps

Mit der Entstehung der ersten Kauf- und Warenhäuser Mitte des 19. Jahrhunderts kündigte sich eine Innovation im Einzelhandel an, die bis heute nachwirkt. Zwar hatte das Konzept des Warenhauses seine erfolgreichste Zeit bereits hinter sich, jedoch wäre die Entstehung jüngerer Ein-

zelhandelskonzepte wie Shopping Center, Einkaufszentren, Factory Outlet Center oder Urban Entertainment Center ohne die Vorgeschichte der Kauf- und Warenhäuser nicht vorstellbar. Die Idee, Massenkonsum unter einem Dach zu ermöglichen und aus dem profanen Vorgang des Einkaufens ein Erlebnis zu machen, das Aspekte von Konsum, Freizeitgestaltung und Schaulust miteinander verbindet, geht bereits auf die ersten Warenhäuser zurück. Neu war nicht nur die Art des Einkaufens, sondern auch die Architektur, die diese neue Art des Einkaufens überhaupt erst möglich machte. Es ist kein Zufall, dass einige der frühen Warenhäuser an Schlösser erinnerten und dass zur gleichen Zeit das Motto „der Kunde ist König“ populär wurde, das angeblich auf einen der erfolgreichsten Warenhausbetreiber, den britischen Geschäftsmann Gordon Selfridge, zurückzuführen ist. Neben dem „königlichen“ Ambiente und dem vielfältigen Warenangebot wurde die Kundschaft auch mit einer breiten Palette von Dienstleistungen und Annehmlichkeiten umworben, wie Schneidereien, Schuhreparaturen, Schönheitsbehandlungen und Gastronomie (nicht selten auf einer Dachterrasse mit Blick über die Stadt), was wesentlich zur Aufenthalts- und Erlebnisqualität dieser Gebäude beitrug.

Zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts hatte sich das Warenhaus nicht nur als Ort des Konsums für die neue Mittelschicht etabliert, sondern war auch ein Raum sozialer Pluralität, an dem die sonst übliche Distanz zwischen den sozialen Schichten und Geschlechtern aufgeweicht wurde. Frauen standen hier im Zentrum – als Kundinnen, Verkäuferinnen und Bedienstete – und das einfache Personal traf hier auf bürgerliche Kundschaft. Spätestens nach dem Besuch von Kaiser Wilhelm II. und seiner Gemahlin Auguste-Viktoria im Kaufhaus Wertheim in Berlin, fanden die Häuser auch bei den gesellschaftlichen Eliten Akzeptanz.

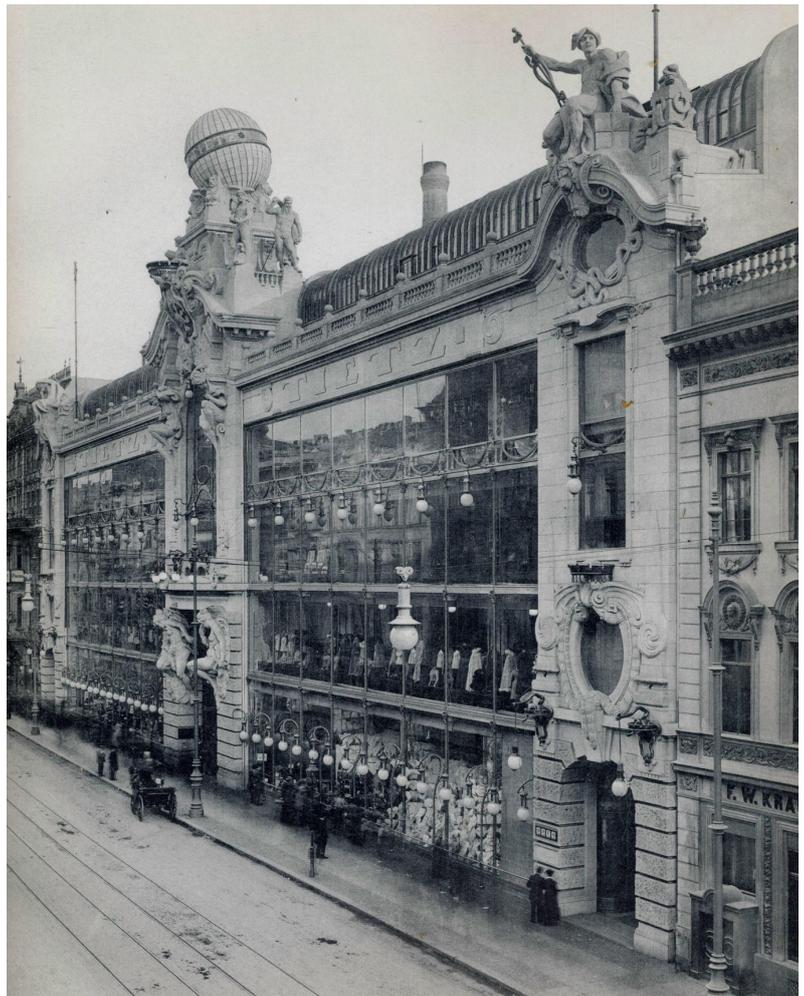
Bild 6: Au Bon Marché, Lithografie; Grafik: F. Appel



Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für die Entstehung

Die wesentlichen Voraussetzungen, die den Aufstieg der Kauf- und Warenhäuser möglich machten, bestanden zum einen in der industriellen Massenproduktion von Konsumgütern und zum anderen im rasanten Wachstum der Städte und – als Teil davon – im Aufstieg einer zahlungskräftigen, urbanen Mittelschicht (vgl. Parnes 1935; Pasdermadjian 1954; Langenberg 2015). Ferner ist auch die Entwicklung des Transportwesens zu nennen (vgl. Schramm 1995; Erbstöber 1979), das die logistische Basis für Produktion und Konsum bildete. Während der Warenaustausch zwischen den Städten durch den Ausbau des Eisenbahnnetzes erleichtert wurde, konnte er innerhalb der Städte durch die Einführung der Straßenbahn und später durch die Verbreitung des Automobils beschleunigt werden (vgl. Schramm 1995). Dank leistungsfähiger Massentransportsysteme war es nicht mehr notwendig, in der Innenstadt zu wohnen, um städtische Dienstleistungen und Konsumangebote in Anspruch nehmen zu können. Dieser Umstand begünstigte den wirtschaftlichen Betrieb großer Kauf- und Warenhäuser, die auf ein weites Einzugsgebiet angewiesen waren. Eine gute Verkehrsanbindung gehörte daher von Anfang an zur Grundausstattung von Kauf- und Warenhäusern. Seit der Nachkriegszeit umfasste das auch das Angebot von Garagen und Parkhäusern, um die Anfahrt mit dem privaten Pkw zu ermöglichen.

Neue Herstellungstechniken für Eisen erlaubten zudem die Konstruktion höherer Gebäude und größerer Deckenspannweiten, was den Bau großer und frei möblierbarer Verkaufsflächen ermöglichte, die nur von wenigen Stützen unterbrochen wurden. Die Fortschritte in der Glasproduktionstechnik machten außerdem die Herstellung großflächiger Schaufenster möglich sowie die Überdachung von Lichthöfen. Diese Bauelemente trugen



erheblich zur Attraktivität der Gebäude bei und ermöglichten eine bessere Belichtung und Ventilation.

Bild 7: Tietz in der Leipziger Straße, Berlin (um 1900); Foto: bpk-Fotoarchiv

Die Industrialisierung des Bauwesens brachte zudem neue Vorfertigungsverfahren hervor, welche die Herstellung einzelner Bauteile außerhalb der Baustelle erlaubten. Dies und der Einsatz von Eisenbeton (später Stahlbeton) ermöglichten einen effizienteren, schnelleren und kostengünstigeren Bau großer Strukturen.

In der (deutsch- und englischsprachigen) Literatur gilt Paris als Wiege des Warenhauses und das Au Bon Marché (1852) als sein erster Prototyp. Kurz darauf folgte die Verbreitung dieses Bautyps fast zeitgleich in Frankreich und den USA, wo A. T.

Stewart (1863) und andere Warenhäuser entstanden (vgl. Erbstöfer 1979: 27). Die Entwicklung der Warenhäuser in Deutschland erfolgte im Vergleich dazu deutlich später.

Typologische und konzeptionelle Vorläufer

Die frühen Kauf- und Warenhäuser können durchaus als Innovation in der Handelsarchitektur bezeichnet werden, so deutlich unterschieden sie sich von den anderen, damals üblichen Einzelhandelskonzepten. Doch lässt sich diese Innovation nicht ohne die verschiedenen typologischen und konzeptionellen Vorläufer verstehen, die – direkt oder indirekt – einen Einfluss auf die Entwicklung hatten. Nach Delitz kann zwischen zwei Arten von Vorläufern unterschieden werden: den verkaufspraktischen und den bautypologischen (vgl. Delitz 2005: 40).

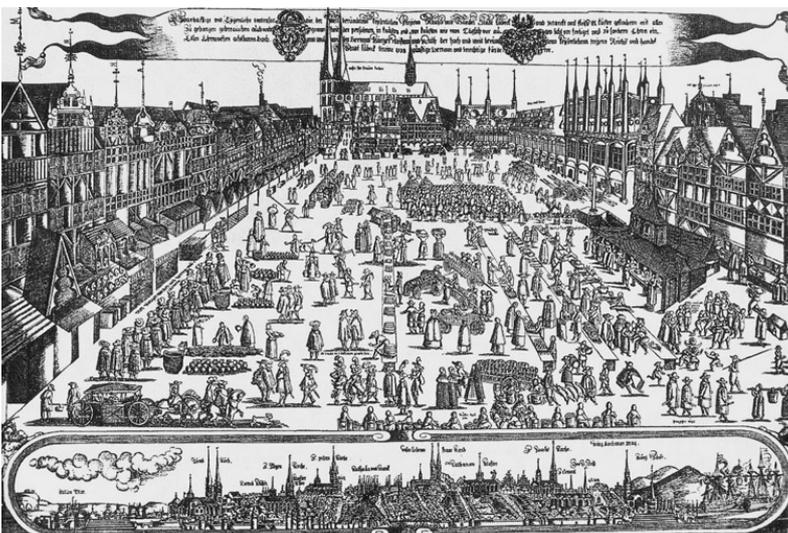
Unter den verkaufspraktischen Vorläufern sind jene Einzelhandelskonzepte zu verstehen, welche die unregulierten Handelspraktiken zwischen Käufern und Verkäufern regulierten. Anstatt des Feilschens und der individuellen Vereinbarung der Zahlungsweise, führten sie verbindliche

Preise und die Pflicht zur sofortigen Barzahlung ein. Das Au Bon Marché in Paris gilt als einer der ersten Orte, an dem dieses Konzept umgesetzt und zum Vorbild für die folgenden Warenhäuser wurde.

Wesentlich älter und vielfältiger, jedoch weniger eindeutig in ihrem Einfluss auf die Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser, sind die bautypologischen Vorläufer. Sie zeichnen sich vor allem durch ihre weitläufigen Verkaufsflächen und ihr vielfältiges Warenangebot aus und lassen sich bis zu den Basaren und Märkten der Antike zurückverfolgen (vgl. Erbstöfer 1979: 10; Delitz 2005: 40; Testa 2019: 47). Zwar sind die typologischen Ähnlichkeiten nur sehr allgemeiner Art, doch was den antiken Markt mit dem modernen Kauf- und Warenhaus eint ist die Tatsache, dass er nicht nur wirtschaftlichen Zwecken diente, sondern auch gesellschaftliche Aufgaben erfüllte. Neben dem Warentausch bot er Raum für Versammlungen und festliche Ereignisse und war als solcher von zentraler Bedeutung für die gesellschaftliche und politische Ordnung der Stadtgesellschaft.

Ähnliches gilt auch für die mittelalterlichen Warenmärkte. Das dortige Aufeinandertreffen von Bewohnerinnen und Bewohnern, Händlern und Handwerkern bildete die früheste Form städtischer Öffentlichkeit (vgl. Bahrtdt 2017: 82ff, Ertauflage 1961) und gab Anlass für die Entwicklung von Gesetzen und Konventionen, mit deren Hilfe das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben auf den Märkten geregelt wurde. Auch für die räumliche Entwicklung von Städten spielten frühe Märkte eine zentrale Rolle, wie sich noch heute an den vielen, auf mittelalterliche Warenmärkte zurückgehenden, zentralen Stadtplätzen ablesen lässt. Sie boten nicht nur Raum für den temporären Warentausch, sondern wurden zu zentralen Orten für Politik, Handel und andere gesellschaftlich bedeutende Institutionen, die sich dort mit ihren Repräsentativbauten niederließen.

Bild 8: Marktplatz zu Lübeck, Kupferstich (um 1580); Grafik: Unbekannt / PDM 1.0



Sucht man nach den unmittelbaren Vorläufern der Warenhäuser, dann sind – neben den damals bekannten Markthallen und Geschäften – vor allem die Passagen zu nennen, die ihre Blütezeit in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts in Paris hatten (vgl. Bernold 2010; Benjamin 1982; Stürzbecher 1979; Schramm 1995). Sie befanden sich in den schmalen Zwischenräumen, die von benachbarten Baublöcken gebildet wurden und waren von der Straße aus zugänglich. Die meisten Passagen hatten die Gestalt langer überdachter Durchgänge innerhalb eines Gebäudekomplexes, die an die vorhandenen städtischen Strukturen angepasst waren (vgl. Testa 2019: 17). Im Erdgeschoss befanden sich eigenständige Detailhandelsgeschäfte und in den Obergeschossen waren ebenfalls Handel oder Büro- und Wohnnutzungen untergebracht.

Mit dem Bau der Passagen entstand ein völlig neuartiger, urbaner Raum: eine Mischung aus öffentlichem Straßenraum (mit Schaufenstern, Laternen und anderen typischen Merkmalen) und witterungsgeschütztem Innenraum, der von einer Konstruktion aus Stahl und Glas überdeckt war (vgl. Gerlach 1988: 25). Angezogen durch das Warenangebot und den Komfort der Glasüberdachung entfaltete das Pariser Bürgertum in den Passagen eine neue, urbane Lebensart. Der Protagonist dieser Lebensart war, wie Walter Benjamin später in seinem Passagen-Werk beschrieb, der Flaneur: der reflektierte Städter, der mit beobachtender Distanz durch die Passagen schweifte, die Nouveautés und Reklamen bestaute und sich dem „Sehen-und-gesehen-werden“ hingab (Benjamin 1982 [1927-1940]). Heute gelten die Passagen als Geburtsort und Symbol für den urbanen Lebensstil des späten 19. Jahrhunderts. Das Warenhaus kann nicht nur als typologische Weiterentwicklung der Passage betrachtet werden, sondern auch als Nachfolger jenes sozialen Raumes, in dem sich der Modus der städtischen Öffentlichkeit mit dem des privaten Interieurs vermischte.



Bild 9: Pariser Passage, Galerie d'Orléans, Lithografie (um 1840); Grafik: Theodor Josef Hubert Hoffbauer / PDM 1.0

Allerdings war das Warenhaus nicht mehr auf distanzierteres Flanieren und ausgiebige Aufenthalte ausgelegt. Durch die Art der Wegführung und der Warenpräsentation wurde die Kundschaft dazu aufgefordert, sich in das Konsumgeschehen involvieren zu lassen – auch wenn kein Zwang zum Kauf bestand.

Die Entwicklung des Warenhauses in Deutschland

Der Bautyp des Kauf- und Warenhauses zeigte im Laufe seiner rund 150-jährigen Geschichte weitreichende architektonische Veränderungen. In diesen Veränderungen spiegelten sich zum einen die architektonischen und konstruktiven Vorlieben der jeweiligen Zeit und zum anderen die sich wandelnden Anforderungen, die von Seiten des Einzelhandels, der Stadtentwicklung, der Verkehrsplanung und nicht zuletzt von den Warenhausunternehmen an diese Bauaufgabe herangetragen wurden. Alfred Wiener, der erste Chronist der deutschen Warenhausarchitektur, war der Ansicht, dass diese architektonischen Entwicklungen in Deutschland besonders ausgeprägt waren. Zwar galt Frankreich als das Mutterland der Warenhäuser, jedoch ohne die gleiche architektonische Vielfalt

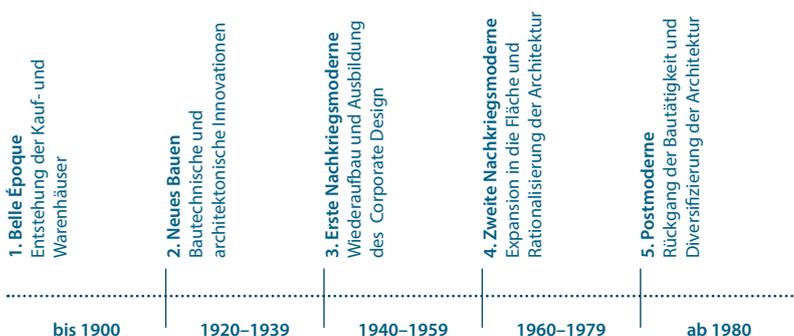
hervorgebracht zu haben wie Deutschland. Wer die französische Warenhausarchitektur verstehen wolle, so Wiener, der müsse nur die Pariser Grands Magasins studieren. Alle anderen französischen Warenhäuser unterschieden sich lediglich in der Größe von den Vorbildern aus der Hauptstadt (vgl. Wiener 1912: 191). Wiener kannte zwar nur die erste Generation von Warenhäusern, aber seine Beobachtung aus jener Zeit kann insofern auch auf den Rest der deutschen Warenhausgeschichte übertragen werden, als dass hier der Aufstieg, der Niedergang und inzwischen auch die Nachnutzung des Bautyps Warenhaus in seiner ganzen Vielfalt nachvollzogen werden kann. Darum liegt der Fokus dieser Studie auf der Geschichte von Kauf- und Warenhäusern in Deutschland. Internationale Einflüsse wurden ebenfalls berücksichtigt, sofern sie zum Verständnis der hiesigen Entwicklung beitragen.

Ähnlich wie in der Literatur zu anderen Bautypen, wurde auch in der Literatur zur Geschichte der Kauf- und Warenhäuser mehrfach eine Einteilung nach stilprägenden Epochen vorgenommen (vgl. Padermadjian 1954; Erbstöber 1979; Irrgang 1980; Langenberg 2015). Auf der Grundlage der architekturhistorischen Literaturanalyse und der Analyse der Pläne und Fotos der relevanten Bauten greift auch die vorliegende Studie auf dieses Ordnungsprinzip zurück und schlägt die Einteilung in fünf Epochen vor.

Da diese Studie im Unterschied zur älteren Literatur nicht nur die architekturhistorische Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser beschreibt, sondern auch deren Umnutzungs- beziehungsweise Umbaufähigkeit, unterscheiden sich die hier gewählten Epochen zum Teil von denen in der vorhandenen Fachliteratur. Vor allem die Nachkriegszeit, die in der vorliegenden Studie in drei Epochen unterteilt wird, erhält eine differenziertere Betrachtung – auch und gerade mit Blick auf die Tatsache, dass die meisten Objekte, die bereits umgebaut wurden oder in Zukunft umgebaut werden könnten, diesen Epochen entstammen.

Die fünf Epochen werden in den folgenden Kapiteln durch textliche Erläuterungen sowie durch charakteristische Projektbeispiele beschrieben, die in Form von Steckbriefen dargestellt werden. Die betreffenden Kauf- und Warenhäuser wurden sowohl hinsichtlich ihrer architekturhistorischen und städtebaulichen Bedeutung als auch ihrer architektonischen und konstruktiven Merkmale untersucht. Die Ergebnisse dieser Betrachtung dienen zum einen dazu, die Gebäude im architekturgeschichtlichen Kontext zu verorten und zu bewerten und sie zum anderen anhand ihrer architektonischen und konstruktiven Merkmale zu klassifizieren und hinsichtlich ihrer Umbaufähigkeit zu beurteilen.

Abb. 3: Einteilung nach Epochen;
Grafik: Ines Dobosic



Umbaurelevante Merkmale

Ein Alleinstellungsmerkmal dieser Studie ist die Betrachtung des Bautyps Kauf- und Warenhaus hinsichtlich seiner Umnutzungs- und Umbaupotenziale. Zu diesem Zweck wurde eine architekturhistorische Analyse durchgeführt, in welcher der Bautyp hinsichtlich der für eine Umnutzung besonders relevanten architektonischen und konstruktiven Merkmale betrachtet wurde. Insgesamt wurden knapp einhundert Objekte anhand von Plänen, Fotos und Fachliteratur untersucht. Neben Merkmalen, deren Bedeutung für Umnutzungs- und Umbaumaßnahmen allgemeingültig sind (z. B. Raumhöhen, Raumtiefen, Konstruktion), wurden auch solche Merkmale berücksichtigt, die eine spezifische Bedeutung für den Bautyp des Kauf- und Warenhauses haben (z. B. Lichthöfe, Parkhäuser). Die Auswahl dieser Merkmale ging aus dem Studium der Fachliteratur und der intensiven Auseinandersetzung mit bereits umgebauten Warenhäusern hervor. Anschließend wurde diese Auswahl in einem Expertenworkshop (05.06.2023) zur Diskussion gestellt. Dort wurden die Merkmale von Planerinnen und Planern, die über eigene Erfahrungen beim Umbau von Kauf- und Warenhäusern verfügen, verifiziert und ergänzt (s. S. 150 ff.).

Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden auf den folgenden Seiten beschrieben und auf Seite 32 in Form von Piktogrammen zusammengefasst. In den 30 Steckbriefen und Fallbeispielen wird jeweils eine Auswahl dieser Piktogramme abgebildet, um die Umbaupotenziale des jeweiligen Bauwerks auf einen Blick ablesbar zu machen.

Merkmals 1: Städtebauliche Integration

Die städtebauliche Integration gibt Auskunft darüber, wie ein Kauf- oder Warenhaus in das unmittelbare bauliche Umfeld integriert ist und – als Folge dessen – von welchen Seiten erschlossen und belichtet werden kann. Während ein freistehendes Warenhaus von vier

Seiten belichtet und erschlossen werden kann, gilt das nicht für Warenhäuser, die baulich integriert sind.



Bild 10: Karstadt am Hermannplatz, Berlin (1935); Foto: Tropea, Robert / Landesarchiv Berlin, F Rep. 290 Nr. 0072553

Merkmals 2: Gebäudehöhe

In den Landesbauordnungen (LBO) der Bundesländer werden Gebäude nach ihrer Höhe in verschiedene Gebäudeklassen eingestuft, aus denen unterschiedliche Anforderungen an den Brandschutz und die Standsicherheit der Gebäude hervorgehen. Grundsätzlich gilt: Je höher ein Gebäude, desto höher die Gebäudeklasse und desto strenger und kostenintensiver sind die Anforderungen an den Brandschutz und die Standsicherheit. Große Gebäude wie Kauf- und Warenhäuser, deren Oberkante des fertigen Fußbodens (OKFF) höher als 13 m ist, fallen unter die Gebäudeklasse 4. In Einzelfällen müssen sie sogar als Hochhäuser eingestuft werden (ab 22 m OKFF).



Bild 11: Karstadt, Hannover (2024); Foto: Ines Dobosic

Merkmal 3: Fassadenkonstruktion

Im Laufe der Geschichte wurden Kauf- und Warenhäuser mit unterschiedlichsten Fassaden ausgestattet. Warenhäuser der ersten Epoche verfügten vorzugsweise über Loch- und Pfeilerfassaden aus Mauerwerk, die eine tragende Funktion für die Gebäude übernahmen. Im 20. Jahrhundert setzten sich Vorhangfassaden aus unterschiedlichen Materialien und mit unterschiedlichem Öffnungsgrad durch. Sie wurden außen vor die tragende Konstruktion gehängt und können demontiert werden, ohne die Standfestigkeit des Gebäudes zu gefährden.



Bild 12: Kaufhof, (heute UPI) mit nicht tragenden Fassadenelementen, Berlin (2018); Foto: Boonekamp al Günter Haase / CC BY-SA 4.0

Merkmal 4: Dachform

Typisch für Kauf- und Warenhäuser der ersten Epoche sind Sattel- und Mansarddächer, die mit Gauben, Giebeln und Ecktürmen versehen wurden. Ab der zweiten Epoche setzten sich zunehmend Flachdächer durch. In manchen Fällen wurden diese Dächer als öffentlich zugängliche Terrassen genutzt, in anderen Fällen wurden sie durch Türme, Staffelgeschosse oder Flugdächer ergänzt, die das architektonische Erscheinungsbild der betreffenden Häuser prägten.



Bild 13: Tietz (heute Galeria) mit Mansarddach, Düsseldorf (2005); Foto: Andreas Schwarzkopf / CC BY-SA 3.0

Merkmal 5: Stellplätze

Seit den 1950er Jahren gehörten Stellplätze zum Serviceangebot vieler Kauf- und Warenhäuser. Sie wurden in Tiefgaragen, in seitlich angebauten Parkhäusern, auf dem Dach oder in separaten und durch Fußgängerbrücken angeschlossenen Parkhäusern angeboten.



Bild 14: Merkur (heute Galeria) mit Parkhausanbau, Duisburg (2023); Foto: Jochen Tack / Alamy Stock Foto

Merkmal 6: Vertikale Erschließung (funktional)

Unter funktionaler, vertikaler Erschließung sind Aufzüge und Treppenhäuser gemeint, die nicht primär dem Kundenverkehr dienen und keine repräsentative Funktion haben, sondern funktionalen Zwecken dienen (z. B. Warentransport, Toiletten, Technikräume) sowie der Erfüllung baurechtlicher Anforderungen (Brandschutz, Barrierefreiheit). Diese Erschließungen wurden in Massivbauweise ausgeführt und entsprechend den Anforderungen und geltenden Vorschriften an geeigneten Stellen im Grundriss angeordnet.



Bild 15: Schocken (abgerissen) mit Treppenturm an der Außenfassade, Stuttgart (1960); Foto: Manfred Niermann / CC BY-SA 4.0

Merkmal 7: Raamtiefe

Warenhäuser zeichnen sich durch große Raamtiefen aus. Ursache dafür ist der Bedarf nach möglichst großen Verkaufsflächen, die sich meist über die gesamte Grundstücksfläche erstrecken und vollständig mit Kunstlicht versorgt werden.



Bild 16: Horten (heute Kaufhof), zur Zeit des Leerstands, Hannover (2023); Foto: Tim Rieniets

Merkmal 8: Lichthof

Warenhäuser der ersten Epoche verfügten typischerweise über einen oder mehrere Lichthöfe. Sie dienten der Belichtung und der Präsentation von Waren und sorgten darüber hinaus für eine eindrucksvolle Raumwirkung. Im Verlaufe des 20. Jahrhunderts verschwanden sie jedoch fast vollständig und kehrten erst mit den Shopping Centern wieder in das architektonische Repertoire des Einzelhandels zurück.



Bild 17: Kaufhaus „Zum Strauß“ mit zentralem Lichthof, Görlitz (2006); Foto: Hans Peter Schaefer / CC BY-SA 3.0

Merkmal 9: Tragwerk und Stützenraster

In den Warenhäusern der ersten Epoche basierte das Tragwerk auf tragenden Wänden. Ab der zweiten Epoche setzten sich Tragwerke aus Eisen und Stahl durch und schließlich solche aus Stahlbeton. Letztere haben sich seit der dritten Epoche als konstruktiver Standard aller Kauf- und Warenhäuser etabliert. Der durchschnittliche Stützenabstand dieser Konstruktionen wuchs von 5 m in der ersten Epoche auf 10 m in der vierten Epoche.

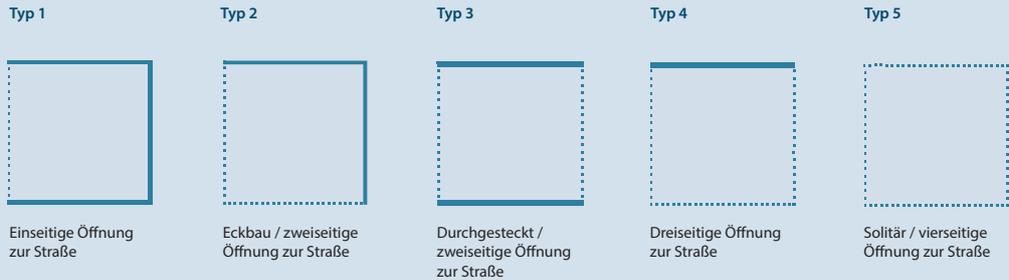


Bild 18: Horten (heute Rheinisches Landestheater), Neuss (1999); Foto: Kreisarchiv

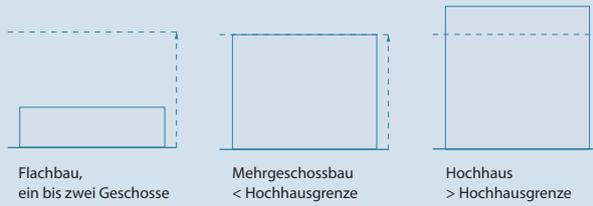
Merkmal 10: Lichte Raumhöhe

Betrug die lichte Raumhöhe der Verkaufsgeschosse in der ersten Epoche durchschnittlich 4,15 m, stieg sie auf 4,30 m in der vierten Epoche an. Die große Raumhöhe wirkt großzügig, erlaubt eine vorteilhafte Ausleuchtung der Waren und eine gute Luftzirkulation. Außerdem bietet sie Platz für den Einbau von Möbeln.

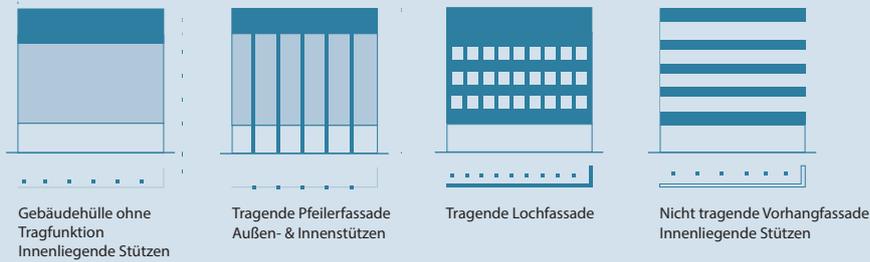
**Städtebauliche
Integration**
Grundrisschema



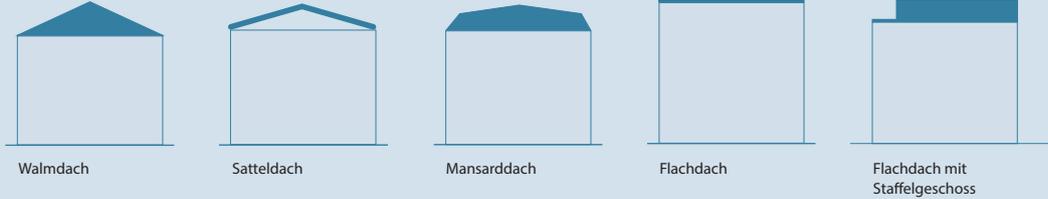
Gebäudehöhe
Ansichtsschema



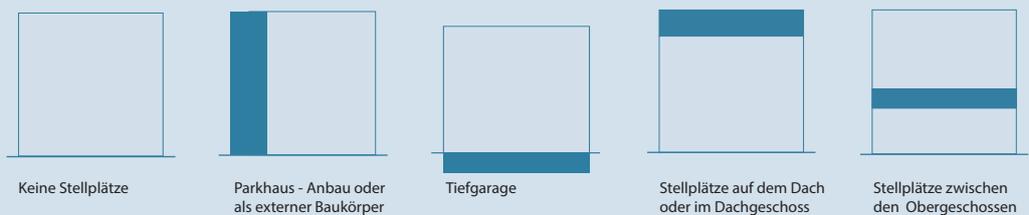
Fassadenkonstruktion
Ansichtsschema



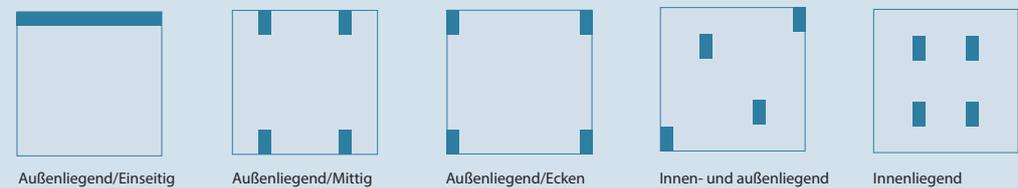
Dachform
Ansichtsschema



Parken
Ansichtsschema



Vertikale Erschließung
Grundrisschema



Lichthof
Grundrisschema

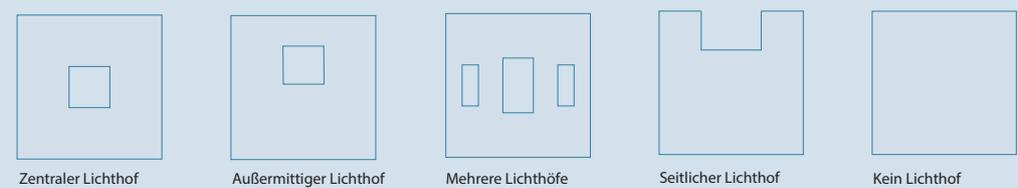


Abb. 4: Umbaurelevante Merkmale; Grafik: Ines Dobosic

6.1 Belle Époque: Entstehung der Kauf- und Warenhäuser (bis 1900)

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entfachte die Industrialisierung in den entwickelten Ländern Europas und Nordamerikas eine historisch einmalige Bauaktivität. Die Errichtung industrieller Produktionsstätten, die Entwicklung neuer Siedlungsräume für die rasant wachsende Bevölkerung und die Ausweitung und Erneuerung technischer Infrastrukturen führten zu einer – zunächst weitgehend ungeplanten – Expansion und Überformung historisch gewachsener Stadtstrukturen.

Während sich die Siedlungsstrukturen in die Fläche ausdehnten, übernahmen die bereits bestehenden, historischen Siedlungskerne in zunehmendem Maße Gewerbe-, Verwaltungs- und Handelsfunktionen, bei gleichzeitiger Verdrängung von weniger renditeträchtigen Nutzungen wie dem Wohnen. Dieser Prozess – auch Citybildung genannt – begann in deutschen Städten nach der Reichsgründung 1871 und mündete in einer räumlichen Konzentration von Gewerbe und anderen tertiären Funktionen sowie einem funktionalen Bedeutungsgewinn der Stadtzentren, der weit über die Stadtgrenzen hinausreichte. Die Verbreitung großer Warenhäuser, die in den 1890er Jahren ihren Anfang nahm, war Teil dieses Funktions- und Bedeutungswandels. Die aus kleinbetrieblichen Strukturen und vorrangig in der ostdeutschen Provinz von meist jüdischen Geschäftsleuten gegründeten Kauf- und Warenhäuser expandierten nach Berlin und in die wachsenden Industriestädte im Rheinland, in Westfalen, in Schlesien sowie im damals stark verstäderten mitteldeutschen Dreieck um Halle, Plauen und Dresden (vgl. Erbstößer 1979: 51; Gerlach 1988: 63 f.). Ihre Ansiedlung verstärkte die strukturellen Veränderungen in den Stadtzentren und forcierte die Entwicklung der historischen Stadtkerne zur City (vgl. Erbstößer 1979: 56 ; Gerlach 1988: 12).

Der Bau der Warenhäuser – oft an zentralen Kreuzungsbereichen, Marktplätzen oder den Verbindungsstraßen zum Bahnhof gelegen – ging oftmals mit dem Abriss historischer Bausubstanz einher. Vielerorts erforderte er städtebauliche Neuordnungen und führte zu Maßstabssprüngen in den vormals kleinteiligen Innenstadtzentren (vgl. Pufke 2015: 20; Grunsky 2008: 16). Nicht selten weckten die großmaßstäblichen Gebäude den Widerstand konservativer Kreise, die sich gegen die Überformung der vorhandenen Stadtstrukturen (vgl. Grunsky 2008: 19) und gegen die neuartigen Geschäftsmodelle der Kauf- und Warenhäuser richteten, welche sie als geschäftsschädigend für die herkömmlichen Einzelhandelsstrukturen erachteten (vgl. Gerlach 1988: 48 f.) – eine Befürchtung, die häufig von antisemitischen Ressentiments begleitet wurde (vgl. Grinôt 1997: 84 f.). Die Kauf- und Warenhäuser der ersten Epoche stellten eine echte architektonische Innovation dar. Mit ihrer Größe sprengten sie die Dimensionen, die damals für städtische Handelsbauten üblich waren. Nicht selten umfassten sie einen oder sogar mehrere Baublöcke und stachen auch durch ihre prächtig ornamentierten Fassaden und ihre üppig dekorierten und gut beleuchteten Schaufenster im Straßenbild hervor.

Bild 19: Au Bon Marché, Paris, Innenansicht mit Haupttreppe, Lithografie (1872); Foto: Charles Fichot / PDM 1.0



Das architektonische Herzstück dieser Häuser waren zentral gelegene Hallen, deren Dimensionen und Ausstattung bis dahin nur von Repräsentativbauten bekannt waren. In diesen hallenartigen Räumen entfaltete sich die neuartige Innenwelt der Warenhäuser, in der man, geschützt vor Schmutz und Witterung und umgeben von einem luxuriösen Interieur, die Waren bestaunen und kaufen konnte. Häufig wurden diese Hallen in Form von Lichthöfen gestaltet, die ringsum von Galerien umgeben und mit einem Glasdach versehen waren. Die Galerien, die ebenfalls der Präsentation von Waren dienten, waren durch prachtvolle und elegant gestaltete Freitreppen erreichbar. Neu war auch das Konzept der Kundenbetreuung, bei dem die Verkäuferinnen und Verkäufer nicht mehr durch einen Tresen von ihrer Kundschaft getrennt waren, sondern diese unmittelbar bei der ausgestellten Ware bedienten. In diesem Ambiente konnte ein Einkaufserlebnis entstehen, das sich von allen bisher bekannten Formen des Einzelhandels unterschied. Der Erwerb von Konsumgütern – sonst eher ein profaner Vorgang – wurde hier zu einem sinnlichen und gesellschaftlichen Ereignis.

Das Erfolgsgeheimnis der Kauf- und Warenhäuser lag nicht nur in der außergewöhnlichen Architektur, sondern vor allem im neuartigen Einzelhandelskonzept, das auf ein großes Warenangebot setzte, welches zu Festpreisen und durch sofortige Barzahlung erworben werden konnte. Auf das Au Bon Marché folgten das Les Grands Magasins du Louvre (1855) und das Grand Magasins du Printemps (1865), ebenfalls in Paris. Einige Jahre später verbreitete sich der Bautyp des Warenhauses auch in den USA und den Niederlanden.

In den USA eröffnete zunächst der Marble Palace von A.T. Stewart in New York mit seiner charakteristischen Marmorfassade (1863), später Marshall Field & Co. in Chicago (1887) und Carson, Pirie und Scott, ebenso in Chicago (1899). Mit ihren großen Glasfenstern, großflächigen Innenräumen und gut beleuchteten Auslagen wirkten diese Gebäude stilprägend für die zukünftige amerikanische Warenhausarchitektur. Unter dem Einfluss der dichten Bebauung Chicagos und den immer neuen Höchstleistungen im Hochhausbau, setzten sich bei den dortigen Warenhäusern andere Proportionen und Konstruktionsweisen

Bild 20: Grand Magasin du Printemps, Paris (um 1889) (links); Foto: Léon & Lévy

Bild 21: Carson, Pirie und Scott, Chicago (um 1903) (rechts); Foto: Unbekannt / PDM 1.0



durch als in Europa. Dank moderner Stahlrahmenkonstruktionen war es möglich, auf den relativ kleinen Grundstücken höhere Warenhäuser zu errichten, die durch Aufzüge erschlossen wurden. Die kleineren Grundstücke erklären auch, warum sich der in Europa typische Lichthof in den amerikanischen Warenhäusern nicht durchsetzte. Unter dem Einfluss der amerikanischen Warenhäuser kam der Stahlrahmenbau auch im Selfridges in London zum Einsatz (1902), was dieses Haus von anderen Warenhäusern in Großbritannien, die in Massivbauweise konstruiert wurden, abhob (vgl. Wiener 1912; Irrgang 1980; Lawrence 1990). In den Niederlanden folgte man wiederum dem französischen Beispiel. Der dortige Pionier unter den Warenhausbetreibern, das Unternehmen De Bijenkorf, orientierte sich mit seinem Warenhaus in Amsterdam (1912) an den Grand Magasins aus Paris.

Im Deutschen Reich begann die Geschichte des Warenhauses in den 1870er Jahren und damit etwas später als in Frankreich, England und den USA. Außerdem entstanden die ersten deutschen Warenhäuser nicht, wie im Ausland üblich, in den großen Städten des Landes, sondern in der Provinz (vgl. Spoerer 2016; Langenberg, 2015; Schramm 1995). Gleich fünf Namen prägten den Beginn der deutschen Warenhausgeschichte: Georg Wertheim (1876) und Leonard Tietz (1879) machten mit ihren Häusern den Anfang in der Hafenstadt Stralsund. Gleich danach folgte Rudolph Karstadt in Wismar (1881), Oscar Tietz in Gera (1882) und Theodor Althoff in Dülmen (1885).

Die ersten deutschen Warenhäuser waren vergleichsweise kleinformatige Gebäude, in denen Manufakturwaren angeboten wurden. Erst nach dem Erfolg dieses Konzeptes und der Ausweitung seines Warenangebotes ging daraus der Bautyp des Warenhauses hervor. Den ersten Schritt vom Manufakturwarenladen zum Warenhaus

machte Georg Wertheim mit einem Bau an der Oranienstraße in Berlin, der 1894 eröffnet wurde (vgl. Stürzebecher 1979: 13). In Bezug auf Organisation, Grundriss, Konstruktion und Architektur gilt es als erstes deutsches Warenhaus nach dem Vorbild der französischen Grands Magasins (vgl. Habel 2012: 196).

Es waren namhafte Architekten, die mit der neuen Bauaufgabe betraut wurden, darunter Alfred Messel, Wilhelm Kreis und Joseph Maria Olbrich. Alfred Messel, der seine Karriere später durch den Bau des Pergamonmuseums in Berlin krönte, wurde mit dem Bau des Warenhauses Wertheim beauftragt und legte mit seinem Entwurf den Grundstein für die Entwicklung der deutschen Kauf- und Warenhausarchitektur. Gleich nach dem Bau an der Oranienstraße wurde er mit dem Entwurf des weitaus größeren und opulenteren Wertheim an der Leipziger Straße beauftragt, in dem er die für die erste Epoche der deutschen Warenhäuser typischen architektonischen Merkmale voll entfaltete und neue Maßstäbe für alle folgenden deutschen Warenhäuser setzte (s. Steckbrief #02).

Der Kunstkritiker Karl Scheffler lobte den Entwerfer des Wertheim-Warenhauses als

Bild 22: Warenhaus Wertheim, Berlin (Moritzplatz) (um 1914); Foto: Max Missmann / PDM 1.0



den ersten deutschen Architekten, der „das innere Wesen der Großstadt mit stetig reiferer Kühnheit auszudrücken gewagt“ habe (Scheffler 1911: 15).

Die damals wegweisende Eisenskelettbauweise und die neuen Möglichkeiten zur Herstellung großformatiger Glasscheiben erlaubten den Bau großer Schaufenster und überdachter Lichthöfe. Mit dem Warenhaus Tietz in der Leipziger Straße (1900), entworfen von B. Sehring und L. Lachmann, wurden die Möglichkeiten dieser Konstruktionsweise auf die nächste Stufe gehoben (vgl. Gerlach 1988: 102). Anstatt das Glas, wie bisher üblich, in den Fensterlaibungen einer massiven Außenwand anzuordnen, hängten sie es vollflächig vor die tragende Eisenkonstruktion, welche sie im Inneren des Gebäudes unverkleidet beließen. Mit dem Bau dieser Fassade schöpften Sehring und Lachmann nicht nur die technischen Möglichkeiten der damaligen Zeit aus, sondern forderten auch die gängigen Konventionen der Architektur heraus. Denn mit ihrer frühen Form der Vorhangsfassade gelang es ihnen, anstelle einer massiven und geschlossenen Außenwand ein einziges großes Schaufenster zu bauen. Doch dieses Prinzip sollte sich zunächst nicht durchsetzen, wohl auch, weil Wertheim mit seinen steinverkleideten Pfeilern bereits eine weithin akzeptierte Architektursprache für die Warenhäuser jener Zeit etabliert hatte.

Parallel zum Warenhaus entwickelte sich das Kaufhaus. Im Gegensatz zu den Warenhäusern, die auf das Angebot eines vielfältigen Sortiments abzielten, beschränkten sich die Kaufhäuser auf ein oder wenige Warenssegmente (z. B. Mode). Architektonisch und konstruktiv unterschied sich der Typus des Kaufhauses jedoch nicht vom Warenhaus (vgl. Wiener 1912: 260; Schnedler 1980: 93). Auch bei den Kaufhäusern setzte man auf große Verkaufsflächen und hochwertige Ausstattung. Lediglich was die Größe betrifft, blieben die

meisten Kaufhäuser – aufgrund ihres kleineren Warenangebotes – hinter den Warenhäusern zurück. Außerdem befanden sich die Warenhäuser häufiger in zentralen Lagen und an prominenten Eckgrundstücken, während Kaufhäuser häufiger entlang von Straßen in die Bebauung integriert waren. Nicht selten entstanden Kaufhäuser (im Gegensatz zu Warenhäusern) nicht als reine Neubauten, sondern wurden durch Um- oder Anbaumaßnahmen geschaffen (vgl. Wiener 1912: 262 ff.). Auch den Lichthöfen und den zentral gelegenen, repräsentativen Treppenhäusern wurde in den meisten Kaufhäusern weniger Bedeutung beigemessen (vgl. Schnedler 1980: 92). Allerdings gab es einige Ausnahmen, wie N. Israel in Berlin (1902), das ebenfalls Lichthöfe und repräsentative Freitreppen aufweisen konnte und sich in seinem äußeren Erscheinungsbild nicht von einem Warenhaus unterschied (s. Steckbrief #03).

AU BON MARCHÉ, PARIS

Das Au Bon Marché gilt als Ursprung des Warenhauses. Seine Verkaufsprinzipien und seine Architektur wurden international zum Vorbild. Bis heute ist es eine Institution des gehobenen Einzelhandels in Paris.



Bild 23: Au Bon Marché, Paris (Ende des 19. Jhr); Foto: N.N.

Die „Geburt“ des Warenhauses

1852 wurde aus dem Au Bon Marché, das 1838 als bescheidenes Geschäft gegründet wurde, der „Geburtsort“ eines neuen Einzelhandelstyps: dem Warenhaus. Hier führte Aristide Boucicaut seine innovativen Verkaufsprinzipien ein, die auf Festpreisen und Barzahlung beruhten. Damit legte er den Grundstein für den wirtschaftlichen Erfolg und für die architektonische Entwicklung des ersten Warenhauses der Welt. Der Ursprung des heutigen Gebäudes geht auf das Jahr 1869 zurück. Es wurde unter der Leitung des Architekten A. Laplanche erbaut und später von L. C. Boileau und dem Ingenieur G. Eiffel erweitert. Der Aufstieg der frühen Warenhäuser, einschließlich des Au Bon Marché, war eng mit dem umfangreichen Stadtumbau von Paris unter Baron Haussmann verbunden, der die Schaffung breiter Boulevards ermöglichte. Sie machten die Warenhäuser für große Besucherströme zugänglich, die von der auffälligen Architektur und den üppigen Schaufenstern angezogen wurden (vgl. Harvey 2003: 207). Die architektonische Pracht des Au Bon Marché spiegelte nicht nur den Ehrgeiz seiner Gründer wider, sondern setzte auch Maßstäbe für künftige Warenhäuser.

Architektonische Charakteristika

Der Bau erfolgte in mehreren Abschnitten und begann zunächst mit einem Eckgebäude. Erst nachdem das benachbarte Hospice des Petits-Ménages abgerissen worden war konnte der restliche Straßenblock überbaut werden (vgl. Miller 1981: 42). Das Gebäude

verfügte über drei Vollgeschosse mit einem dunkel abgesetzten Mansarddach, was es in seinem heutigen Umfeld niedrig erscheinen lässt. Die beiden Untergeschosse wurden nur zu einem Viertel als Verkaufsfläche genutzt (vgl. Erbstößer 1979: 39). Das Herzstück des Warenhauses bildet bis heute der große zentrale Lichthof, der mit imposanten Brücken, Treppenanlagen und Galerien ausgestattet und mit einem gläsernen Oberlicht überdacht wurde, welches modernste Ingenieurbaukunst mit architektonischer Eleganz verband. Zusätzlich wurden mehrere kleinere Lichthöfe im Haus verteilt. Die Skelettbauweise aus Eisen – ein konstruktives Novum, das sich an den Hallenbauten der Pariser Weltausstellung von 1867 orientierte – trug wesentlich zur Eleganz und Leichtigkeit der Lichthöfe bei, weil sie den Bau von großen Räumen erlaubte, die nur von wenigen, schlanken Stützen unterbrochen wurden.

Vom Pionier zum Mythos

Im Laufe der Jahre wurde das Au Bon Marché mehrfach renoviert und saniert, um es neuen Anforderungen anzupassen. Während Warenhäuser anderenorts an Bedeutung verlieren und schließen müssen, ist das Au Bon Marché bis heute eine feste Institution des gehobenen Pariser Einzelhandels. Das verdankt es nicht nur seiner zentralen Lage und seinem hochwertigen Warenangebot, sondern auch seiner sehenswerten Architektur – und seinem Mythos als erstem Warenhaus und als Ort von Geschichte, Glamour und gesellschaftlicher Ereignisse.

STECKBRIEF #01

Warenhaus
in Betrieb

Standort
24 Rue de Sèvres, Paris, FR

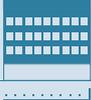
Bauherr
Aristide Boucicaut

Architekturbüro
Alexandre Laplanche, Louis Boileau, Gustave Eiffel

Baujahr
1869–1888

Epoche
Belle Époque

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

- 
Städtebauliche Integration
Typ 5 – Solitär, vierseitige Öffnung zur Straße
- 
Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze
- 
Fassadenkonstruktion
Typ 3 – Tragende Lochfassade
- 
Dachform
Typ 3 – Mansarddach
- 
Parken
Typ 1 – Keine Stellplätze
- 
Vertikale Erschließung
Typ 3 – Außenliegend / Ecken
- 
Lichthof
Typ 3 – Mehrere Lichthöfe

STECKBRIEF #02

Warenhaus

Teilerstört (1944), vollständig abgerissen (1955)

Standort

Leipziger Str. 132/137, Berlin

Bauherr

Georg Wertheim

Architekturbüro

Alfred Messel

Baujahr

1896–1912

Epoche:

Belle Époque

WERTHEIM, BERLIN

Gebaut nach dem Vorbild französischer Warenhäuser, wurde Wertheim in der Leipziger Straße selbst zu einer Ikone der bürgerlichen Konsumkultur und zum Prototyp des frühen deutschen Warenhauses.



Bild 24: Fassade, Leipziger Straße, Berlin (um 1895/1920); Foto: Franz Stoedtner / Bildarchiv Foto Marburg

Das erste große Warenhaus Deutschlands

Bereits 1894 hatte Alfred Messel für Georg Wertheim ein Warenhaus nach dem Vorbild der Pariser Grands Magasins (s. Steckbrief #01) in der Oranienburger Straße entworfen. Mit dem deutlich größeren Bau in der Leipziger Straße trieben Wertheim und Messel die Entwicklung kongenial voran, jeder auf seinem Gebiet. Der in insgesamt fünf Bauabschnitten errichtete Bau wurde damals zum größten Warenhaus Europas (vgl. Stürzenbecher 1978; Gerlach 1988; Schramm 1995; Otten 2020) und war aufgrund seiner prachtvollen Architektur und seines wirtschaftlichen Erfolgs ein Symbol für den Wohlstand Berlins.

Architektonische Charakteristika

Die ersten drei Bauabschnitte an der Leipziger Straße, dem Leipziger Platz und der Voßstraße, wurden nach den Plänen von Alfred Messel realisiert. Der vierte Bauabschnitt wurde nach Messels Tod von Heinrich Schweitzer geplant, der sowohl in der inneren Organisation als auch in der äußeren

Gestaltung den Grundsätzen Messels folgte. Der fünfte Bauabschnitt wurde vom Architekturbüro Schmohl & Kolb ausgeführt. Die in den ersten zwei Bauabschnitten entstandene Fassade an der Leipziger Straße verlieh dem Element „Schaufenster“ eine neue Bedeutung (s. Bild 24 Fassade, Leipziger Straße): Mit schlanken, durchlaufenden Pfeilern und Fenstern, die durch schmale Gesimse vertikal gegliedert waren, versuchte Messel, dem Wunsch nach möglichst großen Schaufensterflächen und einer adäquaten Belichtung des Innenraums baukünstlerisch gerecht zu werden (vgl. Kramer 2010: 368). Beim dritten Bauabschnitt, der den Kopfbau am Leipziger Platz bildete, sind deutliche Gestaltungsänderungen, insbesondere an der Fassade zu beobachten (s. Bild 26 Kopfbau zum Leipziger Platz). Diese Veränderungen, hin zur massiven, auf mittelalterliche Vorbilder anspielenden Architektur, sind unter anderem auf verschärfte baupolizeiliche Bestimmungen¹ von 1907 zurückzuführen. Die Pfeilerfassade mit vertikalen Schlitzen und die reich skulptierten Eingangsarkaden

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 2 – Tragende Pfeilerfassade Außen- & Innenstützen

Dachform
Typ 3 – Mansarddach

Parken
Typ 1 – Keine Stellplätze

Vertikale Erschließung
Typ 4 – Innen- und Außenliegend

Lichthof
Typ 3 – Mehrere Lichthöfe

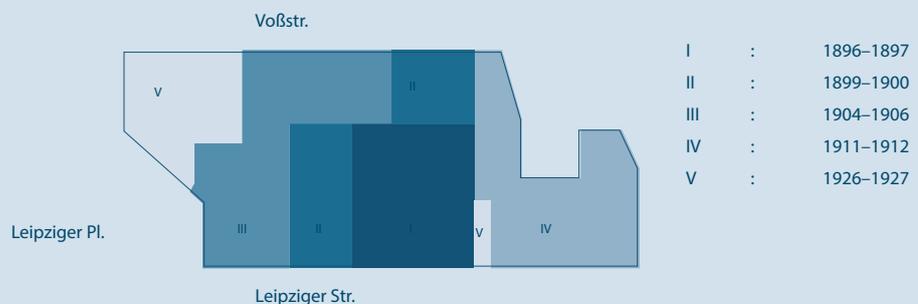


Abb. 5: Entwicklung Bauabschnitte; Grafik: Ines Dobosic, Grundlage: Irrgang 1980: 26



Bild 25: Lichthof mit Kupferstatue „Die Arbeit“ (um 1900);
Foto: Unbekannt / PDM 1.0

betonten die Vertikalität und verliehen dem Gebäude eine monumentale Wirkung (vgl. Irrgang 1980: 66), die sowohl von außen als auch von innen erlebbar war. Die Fassade an der Leipziger Str. war 64 m lang und 22 m hoch (vgl. Otten 2020: 117). Die Innenräume wurden von prächtigen Lichthöfen akzentuiert (vgl. Habel 2012: 196). Im kleineren, hallenartigen Lichthof (450 m² und 22 m hoch) befanden sich der große Warenausstellungssaal und eine Statue. Eine besondere Pracht entfaltete sich im großen Lichthof (660 Quadratmeter, 24 m hoch), die durch die Kombination verschiedener Marmorsorten, deren subtilen Farbtönen und Schattierungen sowie durch die teure – und daher in Warenhäusern seltene – Technik der Marmorintarsien erzielt wurde (vgl. Wiener 1912). Von den Lichthöfen aus wurden die Besucher zur repräsentativen Freitreppe geleitet, die zu den drei, als Galerien ausgeführten Verkaufsetagen führte (vgl. Wiener 1912; Schramm 1995, Otten 2020). Durch die Einfügung von Licht- und Innenhöfen in das Bauvolumen gelang es Messel, die für damalige Verhältnisse sehr große Verkaufsfläche derart zu gliedern, dass sie mit Tageslicht ausgeleuchtet werden konnte.



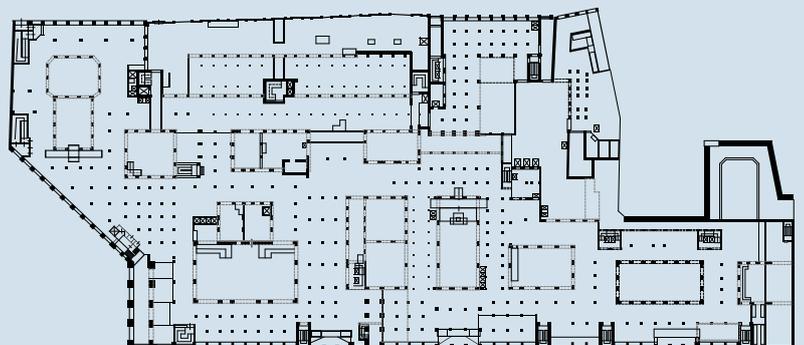
Bild 26: Kopfbau zum Leipziger Platz, Berlin (1926);
Foto: Waldemar Titzenthaler / PDM 1.0

Eine Referenz der deutschen Warenhausarchitektur

An der Nordseite der Leipziger Straße gelegen, hatte der opulente Wertheim-Bau das umliegende Gebiet zu einem innerstädtischen Verkehrs- und Handelszentrum werden lassen (vgl. Meißner 2005: 46, Otten 2020: 117). Schon kurz nach seiner Eröffnung folgten am östlichen Ende der Leipziger Straße die Warenhäuser Jandorf (1892) und Tietz (1900). Wertheim war ein ästhetisch anspruchsvoller Bau der bürgerlichen Konsumkultur, der zum Prototyp des frühen deutschen Warenhauses werden sollte. 1944 wurde das Gebäude durch Bombenangriffe zerstört und seine Reste 1955 zugunsten des Berliner Grenzstreifens vollständig beseitigt.

¹ Zur baupolizeilichen Bestimmung siehe Gerlach 1988:106; Stürzebecher 1979: 24; Schramm 1995: 54; Irrgang 1980: 60

Abb. 6: Grundriss, 1. Obergeschoss (drei Bauabschnitte);
Grafik: Ines Dobosic, Grundlage: Weber 1978: 132-133



STECKBRIEF #03

Kaufhaus

zerstört 1950

Standort

Spandauer Str. 28, Berlin

Bauherr

Nathan Israel

Architekturbüro

Ludwig Engel

Baujahr

1899–1902

Epoche

Belle Époque

NATHAN ISRAEL, BERLIN

Das Kaufhaus N. Israel konnte es in Pracht und Größe nicht nur mit den großen Warenhäusern aufnehmen, sondern auch mit dem Roten Rathaus, neben dem es sich bis zu seiner Zerstörung selbstbewusst präsentierte.



Bild 27: Nathan Israel, Berlin (um 1902-1930);

Foto: Unbekannt / Leo Baeck Institute – New York | Berlin

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau

Fassadenkonstruktion
Typ 2 – Tragende Pfeilerfassade Außen- & Innenstützen

Dachform
Typ 2 – Satteldach

Parken
Typ 1 – Keine Stellplätze

Vertikale Erschließung
Typ 3 – Außenliegend / Ecken

Lichthof
Typ 3 – Mehrere Lichthöfe

Architektur aus einem Guss

Das Kaufhaus N. Israel wurde zwischen 1899 und 1902 in drei Bauabschnitten nach einem Entwurf von Ludwig Engel im Nikolaiviertel erbaut. Mit seiner Lage zwischen dem Roten Rathaus und der Nikolaikirche, dem ältesten erhaltenen Gebäude der Stadt, bildete es einen zentralen Ort im historischen Stadtgefüge Berlins. Mit einer Länge von ca. 90 m entlang der Spandauer Straße und einer Breite von ca. 50 m an der Rathausstraße sowie einer Grundfläche von 5.000 m² war es das größte Kaufhaus Berlins. Obwohl das Gebäude schrittweise errichtet wurde, wurde der ursprüngliche Plan beibehalten, wodurch der Gesamtkomplex eine „außerordentliche Einheitlichkeit und Klarheit in der Disposition“ aufweist (Wiener 1912: 266).

Architektonische Charakteristika

Im Kaufhaus Nathan. Israel verbanden sich die konstruktiven Prinzipien neuester Stahlskelettkonstruktion mit den architektonischen Merkmalen historisierender Pfeilerfassaden. Der Entwurf entsprach dem Geist der Zeit und folgte den Gestaltungsprinzipien von Mosers Entwurf für Wertheim (vgl. Wiener 1912: 266, 292; Schnedler 1980: 96), hatte aber ein homogeneres Erscheinungsbild. Das war zum einen der kompromisslosen Umsetzung des ursprünglichen Entwurfs geschuldet und zum anderen der strengen Gliederung der Baukörper und Fassaden. Die Giebelfassade des Haupteingangs wurde von drei großen Öffnungen dominiert, die sich über mehrere Geschosse erstreckten

und als großzügige Schaufenster dienten. Hinter dem Entree öffnete sich ein zweigeschossiges Vestibül, das nach rechts und links zu den beiden überdachten Lichthöfen führte, die mit prachtvollen Freitreppen und Aufzügen ausgestattet waren. Am gegenüberliegenden Ende des Vestibüls befand sich ein offener Innenhof. Die Treppen, die links und rechts des Haupteingangs sowie in den Gebäudeecken angeordnet waren, unterstützten die vertikale Erschließung und unterstrichen die Vertikalität der Fassadengestaltung. Dies gilt insbesondere für die Außenecken der Hauptfassade, die in Form von Türmen betont wurden. Dank der Gliederung des Gebäudes durch innenliegende drei Höfe konnten eine geringe Tiefe der Verkaufsflächen sowie stützenfreie Innenräume verwirklicht werden.

Das Ende eines großen Kaufhauses

Am Kaufhaus N. Israel zeigt sich, dass der Typ des Kaufhauses dem des Warenhauses in Größe, Ausstattung und Innovationsansprüchen in nichts nachstand. Ursprünglich in der Judenstraße gegründet, wurde der Neubau des Kaufhauses in die Spandauer Straße verlegt (vgl. Schnedler 1980: 91), wo es einen gesamten Straßenblock einnahm und in Größe und Pracht dem benachbarten Roten Rathaus in nichts nachstand. 1933 endete die Erfolgsgeschichte mit dem Boykott und der Plünderung durch die Nationalsozialisten. 1943 wurde das Gebäude durch Bombenangriffe zerstört und in den 1950er Jahren vollständig beseitigt.

KAUFHAUS DES WESTENS, BERLIN

Das Kaufhaus des Westens zielte nicht auf architektonische Alleinstellung, sondern auf eine harmonische städtebauliche Einbindung. Trotz Umbauten konnte es seinen architektonischen Charakter bis heute bewahren.



Bild 28: Ansicht des Berliner Kaufhaus des Westens (KaDeWe), Berlin (1907); Foto: KaDeWe Archiv / PDM 1.0

Vom bourgeoisien Wohnviertel zum Geschäftsviertel

Die Errichtung des Kaufhauses des Westens (KaDeWe) im damaligen Zooviertel von Berlin markierte die Transformation des Gebiets in ein lebendiges Geschäftsviertel, das heute als City West bekannt ist (vgl. Habel 2012: 199). Der städtebauliche Eingriff war erheblich, denn es mussten acht Mietshäuser weichen, die erst zwölf Jahre zuvor errichtet worden waren (vgl. Gerlach 1988: 83). In der Hoffnung, von den wirtschaftlichen Impulsen des neuen Warenhauses profitieren zu können, siedelten sich bald weitere Geschäfte an. Erdgeschosse bestehender Gebäude wurden mit Ladenlokalen ausgestattet, was den Wandel des Quartiers zu einem Geschäftsviertel sichtbar machte (vgl. Gerlach 1988: 84).

Architektonische Charakteristika

Während sich andere Warenhäuser jener Zeit an der repräsentativen Architektur damals üblicher Monumentalbauten orientierten (s. Steckbriefe #02 und #03), ging das KaDeWe einen anderen Weg: Der siebengeschossige Bau zielte auf eine harmonische, städtebauliche Einbindung in die Umgebung ab. Das Gebäude schloss mit seiner U-förmigen Bebauung den Straßenblock und fügte sich mit seiner Lochfassade und seinem Mansarddach harmonisch in die Nachbarbebauung ein (vgl. Erbstöber 1979: 68; Stürzenbecher 1979: 35). Die vielfältigen Gestaltungselemente der Fassade, die sich teilweise über zwei Geschosse erstreckten, überspielten geschickt die tatsächliche Höhe des Gebäudes,

während sich hinter den Fassaden eine klare Geschosstruktur verbarg (vgl. Roach 2014: 27). Vom Haupteingang wurden die Besucherinnen und Besucher direkt in die zentral gelegene, zweigeschossige Halle geführt, die durch die seitlich angrenzenden Lichthöfe belichtet wurde. Zwei Treppenaufgänge in der Halle ermöglichten den Zugang zum zweiten Obergeschoss (vgl. Wiener 1912: 111). Zusätzlich notwendige Treppen wurden an den Fassaden platziert, jeweils neben den Eingängen für Kunden und Personal. Die Aufzüge für den Publikumsverkehr befanden sich in unmittelbarer Nähe des Haupteingangs am jeweiligen Lichthof.

Nach dem Umbau ist vor dem Umbau

Nach der Übernahme des Hauses 1926 durch Hermann Tietz wurden 1929 bis 1931 erste Erweiterungen sowie eine Aufstockung um zwei Vollgeschosse vorgenommen, wodurch sich die Verkaufsfläche nun über sechs Geschosse erstreckte (vgl. Parnes 1935: 31). 1943 wurde das Haus durch Luftangriffe beschädigt und brannte teilweise aus. Weitere Umbaumaßnahmen erfolgten 1976 bis 1978 (Umbau, Vergrößerung, Flachdach), 1991 bis 1996 (Bau des Glasgewölbes mit integriertem Restaurant) und 2004 (Umbau und Eröffnung des Luxus-Boulevards im Erdgeschoss). Seit 2016 wird der Innenbereich nach einem Masterplan von OMA neugestaltet. Trotz der zahlreichen Umbaumaßnahmen konnte es seinen architektonischen Charakter bewahren und zählt zu den größten touristischen Attraktionen der Stadt.

STECKBRIEF #04

Warenhaus
in Betrieb, umgebaut

Standort
Tauentzienstraße 21-24, Berlin

Bauherr
Adolf Jandorf

Architekturbüro
Johann Emil Schaudt

Baujahr
1906–1907

Epoche
Belle Époque

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 3 – Tragende Lochfassade

Dachform
Typ 3 – Mansarddach

Parken
Typ 1 – Keine Stellplätze

Vertikale Erschließung
Typ 3 – Außenliegend / Ecken

Lichthof
Typ 3 – Mehrere Lichthöfe

6.2 Neues Bauen: Bautechnische und architektonische Innovationen (1920–1939)

War die erste Epoche in der Geschichte der Kauf- und Warenhäuser vom Gründergeist und dem rasanten wirtschaftlichen und demografischen Wachstum geprägt, drängte sich in der nun anschließenden Epoche die Frage auf, wie die Folgen dieses, teils unkontrollierten Wachstums bewältigt werden sollten. Es waren Wohnviertel mit hoher Bewohnerdichte entstanden, in denen sozial und baulich prekäre Verhältnisse herrschten. Bei vielen Politikern, Planern und Architekten hatte sich die Überzeugung durchgesetzt, dass solche Viertel eine Gefahr für die öffentliche Ordnung darstellten, weil sie dort die Ausbreitung von Epidemien und extremistischem Gedankengut fürchteten. Auch die öffentlichen Infrastrukturen waren überlastet und die Industrie, die sich aufgrund fehlender planungsrechtlicher Bestimmungen häufig in unmittelbarer Nachbarschaft zu Wohnquartieren niederließ, barg erhebliche Risiken für Mensch und Umwelt.

In Politik und Planung setzte sich die Überzeugung durch, dass durch eine Reduzierung der Bebauungsdichte und durch den Ausbau technischer Infrastrukturen Abhilfe geschaffen werden müsse. Außerdem wurde eine Funktionstrennung innerhalb der Städte angestrebt, wodurch die Nutzungskonflikte zwischen industriellen und anderen Nutzungen minimiert werden sollten. Die Funktionstrennung hatte auch Auswirkungen auf die Innenstädte, die bis dahin noch eine starke Nutzungsmischung aufwiesen. Wohn- und Gewerbenutzungen nahmen weiter ab, während der Einzelhandel – begünstigt durch das Bevölkerungswachstum und die steigende Kaufkraft – mehr und mehr die Innenstädte dominierte. Auf diese Weise schritt die Citybildung in deutschen Städten weiter voran. Die Präsenz von Kauf- und Warenhäusern spielte dabei eine wichtige Rolle,

da sie zum Prestige der sich neu herausbildenden Handelslagen beitrugen.

In der Architektur hielt indes eine neue Formensprache Einzug, die vom Geist der Zeit und ihren technischen Innovationen geprägt war. Wie in der Stadtentwicklung, so waren auch in der Architektur vorwiegend funktionale und hygienische Erwägungen die treibenden Kräfte. Effizient nutzbare Grundrisse, glatte Oberflächen und große Fensterflächen für bessere Belichtung und Belüftung wurden zu bestimmenden Gestaltungsmerkmalen (vgl. Colomina, 2019: 16 ff.). Außerdem fühlten sich die Vorreiter der modernen Architektur, wie Le Corbusier in Frankreich oder die Vertreter des Bauhauses in Deutschland, stark von den Produktionsprozessen und Produkten der Industrie inspiriert. Vor allem das Automobil, das Flugzeug und das Passagierschiff lieferten vielfältige Anregungen für die eigene Gestaltung. Neben diesen ästhetischen Einflüssen wirkte sich die Industrie aber auch ganz konkret auf die Architektur aus. Aspekte wie Rationalisierung und Standardisierung gewannen in der Architektur weiter an Bedeutung.

Auch die Warenhäuser, die unverändert mit dem Anspruch gebaut wurden, Zeitgeist und Modernität zum Ausdruck zu bringen, reflektierten diese neuen Entwicklungen und unterschieden sich in ihrer architektonischen Erscheinung daher deutlich von der überbordenden Repräsentationsarchitektur früherer Warenhäuser (vgl. Langenberg 2015: 74). Die Entwicklung und Expansion der Warenhäuser wurde durch den Ersten Weltkrieg unterbrochen und setzte sich erst in der Mitte der 1920er Jahre fort (vgl. Schnedler 1980: 113). Auch gab es deutlich weniger Neubauten als in der ersten Epoche (vgl. Langenberg 2015: 74). Stattdessen konzentrierte man sich auf die Erweiterung vorhandener Verkaufsflächen durch die Übernahme bestehender Geschäfte (vgl. Irrgang 1980: 86). In den 1930er Jahren machten sich zunächst

die Auswirkungen der Weltwirtschaftskrise negativ im Einzelhandel bemerkbar. Dann folgten die Kriegsvorbereitungen im Deutschen Reich und die Boykottaufrufe der Nationalsozialisten gegen die jüdisch geführten Warenhäuser. Jüdische Warenhausbesitzer wurden durch die Nationalsozialisten entschädigungslos enteignet und die Unternehmen „arisiert“. Jede Form der Firmen- und Filialerweiterung war gesetzlich untersagt (vgl. Kaufhof 2001). Das war das vorläufige Ende der Entwicklung, die sich erst nach dem Zweiten Weltkrieg wieder fortsetzen sollte.

Die Kauf- und Warenhäuser der zweiten Epoche unterschieden sich innen wie außen deutlich von ihren Vorgängern. Zeichneten sich die Bauten der ersten Epoche noch durch großzügige Schaufenster in den Obergeschossen aus, beschränkte man sich nun auf die Warenauslagen im Erdgeschoss. Die dadurch gewonnenen Wandflächen in den Obergeschossen konnten für die Aufstellung zusätzlicher Warenregale genutzt werden (vgl. Parnes 1935; Schramm 1995; Testa 2019). Dem Architekten Erich Mendelsohn gelang es, aus dieser ökonomisch motivierten Veränderung eine stilprägende Fassadengestaltung zu entwickeln. In der Fassade des Kaufhauses Schocken in Nürnberg (1926) sah er nur noch schmale Fensterbänder oberhalb der Warenregale vor, was zu einer besseren Ausnutzung der Verkaufsfläche führte, ohne auf natürliches Tageslicht verzichten zu müssen. Geschickt integrierte Mendelsohn die horizontalen Fensterbänder in die unverwechselbare,



stromlinienförmige Formensprache seiner Architektur: Fensterbänder, Gesimse und farblich abgesetzte Mauerwerksstreifen zogen sich rings um das Gebäude und mündeten in der großzügigen, durch feine Gesimse betonte Rundung eines gläsernen Treppenturms. Diese, von einer dynamischen Linienführung geprägte Formensprache nutzte Mendelsohn nicht nur für das Stuttgarter Kaufhaus, sondern auch für das Kaufhaus C. A. Herpich Söhne in Berlin (1928), das Kaufhaus Petersdorff in Breslau (1928) und das Kaufhaus Schocken in Chemnitz (1930) (s. Fallbeispiel #02).

Bild 29: Rudolf Petersdorff Breslau (2018) (links); Foto: Peter Kuley / CC BY-SA 4.0

Bild 30: Herpich Söhne, Berlin (1916/1923) (rechts); Foto: Unbekannt / Bildarchiv Foto Marburg





Bild 31: Kaufhaus Schocken, Stuttgart (1928) (links); Foto: Bildarchiv Foto Marburg

Bild 32: Rolltreppe im De Bijenkorf, Rotterdam (1930) (rechts); Foto: Het Nieuwe Instituut / CC0 1.0



Die horizontalen Fensterbänder avancierten zu einem der charakteristischsten Merkmale moderner Kauf- und Warenhäuser (vgl. Schnedler 1980; Schramm 1995, Erbstoßer 1979). Der Verlust an Transparenz und Außenwirkung, der damit einherging, wurde durch Leuchtreklame und eine effektvolle Ausleuchtung der Fensterbänder ausgeglichen. Des Weiteren unterschieden sich die neuen Häuser durch eine kompaktere Bauweise, eine etwas größere Stützenweite von durchschnittlich 6,1 m (vgl. Irrgang 1980: 98) und eine durchschnittliche Raumhöhe von 4,15 m.

Der Wunsch nach einer effizienteren Raumnutzung führte dazu, dass die zentralen Hallen vieler älterer Warenhäuser durch den Einbau zusätzlicher Geschossdecken geschlossen wurden. Die mondänen Lichthöfe aus der ersten Epoche der Kauf- und Warenhäuser wurden zugunsten größerer Verkaufsflächen aufgegeben. So zum Beispiel beim Warenhaus Tietz von 1909 in Düsseldorf, dessen drei Lichthöfe im Zuge eines Umbaus in der Zwischenkriegszeit verschwanden (vgl. Irrgang 1980: 86). Bei den meisten Neubauten dieser Zeit wurde schon von vornherein auf Lichthöfe verzichtet (vgl. ebd.; Otten 2020: 75). Mit dem Bedeutungsverlust des Lichthofs ging auch ein weiteres Merkmal, die Freitreppe, verloren (vgl. Clausen 1985: 27). Sie wurde durch

zentral oder seitlich angeordnete Rolltreppen oder durch seitlich angeordnete Treppenhäuser ersetzt. Zwar konnte durch den Wegfall der Lichthöfe deutlich mehr Verkaufsfläche generiert werden, jedoch verloren die Häuser nun ihre „Sogwirkung“, da die Obergeschosse und die dort präsentierten Waren nicht mehr vom Erdgeschoss aus sichtbar waren. Darum kam die Verbreitung der Rolltreppe, wie Pasdermadjian anmerkt, gerade zum richtigen Zeitpunkt, um diesen Verlust auszugleichen und die Kundschaft mit dem Komfort moderner Technik in die Obergeschosse zu befördern (vgl. Pasdermadjian 1954: 40).

Zwar gab es immer noch einige Kauf- und Warenhäuser, die den Lichthof beibehielten, dennoch läutete die zweite Epoche das Ende dieses, für die frühen Warenhäuser typischen architektonischen Merkmals ein. Erst mit der Entstehung der geschlossenen Shopping Center nach amerikanischem Vorbild, in denen das Käuferlebnis wieder im Mittelpunkt architektonischer Bemühungen stand, kehrten die Galerien und Lichthöfe in das Repertoire der Einzelhandelsarchitektur zurück. Auch in einigen jüngeren Neubauten wie der Galerie Lafayette in Berlin oder Umbauten wie dem KaDeWe in Berlin, wurde die architektonische Erlebnisqualität des Lichthofs wieder aufgegriffen.

SCHOCKEN, STUTTGART

Das Kaufhaus Schocken in der Stuttgarter Innenstadt war trotz seiner kurzen Bestandszeit von großer Bedeutung – nicht nur für die Architektur der Warenhäuser, sondern für die moderne Architektur im Allgemeinen.



Bild 33: Kaufhaus Schocken, Stuttgart (um 1930); Foto: Arthur Ohler / Stadtarchiv Stuttgart / 2278 - FM 156/91

Rationalität, Sachlichkeit und Eleganz

Die Gebrüder Schocken betrieben bereits mehrere Warenhäuser in kleinen und mittleren Städten in Ostdeutschland, als sie 1928 ihr erstes Warenhaus in einer Großstadt eröffneten: das Kaufhaus Schocken in Stuttgart. Dieses Gebäude sollte nicht nur für die Entwicklung der Warenhäuser, sondern für die Architektur im Allgemeinen neue Maßstäbe setzen (vgl. Irrgang 1980, Delitz 2005, Roach 2009). Das von Erich Mendelsohn entworfene Gebäude stach durch sein modernes Erscheinungsbild hervor. Besonders auffallend war die stromlinienförmige Gestaltung des Gebäudes, die in dem geschwungenen und vollständig verglasten Treppenturm kulminierte. Mit seiner modernen Bauweise und seiner sachlichen Architektursprache gilt das „Kaufhaus Schocken“ als ein Wegbereiter für das moderne Warenhaus.

Architektonische Charakteristika

Da sich das Warenhaus aus mehreren Baukörpern zusammensetzte, konnte es trotz seiner auffälligen Architektur in die gewachsenen Strukturen der südlichen Altstadt eingepasst werden. Die einzelnen Baukörper folgten dem starken Gefälle des Grundstücks, was sich in den ausgeprägten Höhenversprüngen des Ensembles abzeichnete. Die vertikale Erschließung erfolgte über vier Treppenhäuser – zwei in den außenliegenden Türmen und zwei im Lichthof. Der Lichthof erinnerte an die Architektur der Warenhäuser aus der ersten Epoche, hatte aber rein funktionale Zwecke: Er sorgte für ausreichende Belichtung

und Belüftung. Der Lichthof wurde außermitig angeordnet, wodurch eine größere Verkaufsfläche an der Eberhardstraße entstand. Die Stahlskelettkonstruktion ermöglichte eine filigrane Bauweise und eine flexible Einteilung der Grundrisse. Da keine Stürze für die Fensteröffnungen erforderlich waren, konnten diese bündig an die Geschossdecken anschließen, was die großzügige Flächen- und Linienführung der Mendelsohnschen Architektur unterstrich. Über den Warenregalen waren horizontale Fensterbänder angeordnet, die für die Belichtung der Innenräume sorgten und nach außen die Horizontalität der Fassaden betonten. Der alles dominierende, verglaste Treppenturm, sowie die horizontalen Fensterbänder und die Schaufenster im Erdgeschoss wurden nachts illuminiert, wodurch die moderne Architektur des Warenhauses auf besondere Weise in Szene gesetzt wurde.

Abriss für ein neues Warenhaus

In den nur 32 Jahren seines Bestehens hatte das Gebäude die Enteignung durch die Nationalsozialisten (1938) und die Bombardierung durch die Alliierten (1944) überstanden, bis es schließlich zugunsten eines neuen Horten-Warenhauses abgerissen wurde (1960). Das ehemalige Kaufhaus Schocken stand dem autogerechten Umbau der Stadt im Wege und entsprach nicht mehr den Gestaltungsprinzipien neuer Horten-Häuser (s. Steckbrief #09 und #10). Heute gilt der Abriss als Verlust eines der wichtigsten Zeugnisse des Neuen Bauens in Deutschland.

STECKBRIEF #05

Warenhaus
abgerissen 1960

Standort
Eberhardstraße 28, Stuttgart

Bauherr
Schocken Söhne Zwickau

Architekturbüro
Erich Mendelsohn

Baujahr
1928

Epoche
Neues Bauen

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße

 **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 4 – Nicht tragende Vorhangfassade
Innenliegende Stützen

 **Dachform**
Typ 5 – Flachdach mit Staffelgeschoss

 **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze

 **Vertikale Erschließung**
Typ 2 – Außenliegend / Mittig

 **Lichthof**
Typ 2 – Außenmittiger Lichthof

STECKBRIEF #06

Warenhaus

teilzerstört 1945, im Betrieb

Standort

Hermannplatz 5-10, Berlin

Bauherr

Rudolph Karstadt

Architekturbüro

Philipp Schaeffer

Baujahr

1927–1929

Epoche

Neues Bauen

KARSTADT, BERLIN

Das im Art-Déco-Stil errichtete Karstadt-Haus stellt einen Sonderfall in der deutschen Warenhausarchitektur dar und gilt als architektonische Ikone der Goldenen Zwanziger in Berlin.

Höher, größer, besser

Erbaut nach Plänen des Leiters der Karstadt-Bauabteilung, Philipp Schäfer, war das Gebäude mit seiner bebauten Fläche von 10.600 m² der größte Warenhausneubau der Zwischenkriegszeit und zugleich das größte Gebäude des Karstadt-Konzerns (vgl. Erbstöber 1979: 82; Delitz 2005: 50). Der Bau schloss den westlich angrenzenden Straßenblock und verlieh dem Hermannplatz mit seinen 30 m hohen Türmen eine imposante Fassade. Aber mehr noch als durch seine Höhe stach das Warenhaus durch seine außergewöhnliche Architektur hervor.

Architektonische Charakteristika

Sein einzigartiges Erscheinungsbild verdankte das Gebäude der auffälligen, vertikalen Gliederung der Fassaden. Sie bestand aus Hauptpfeilern, die vom Boden bis zur Traufe reichten, sowie aus schmalen Rippen, mit denen die zwischen den Pfeilern befindlichen Fensternischen unterteilt wurden. Inspirationsquelle für die vertikal gegliederten Fassaden und die gestaffelten Türme könnte die Art-Déco-Architektur amerikanischer Hochhäuser jener Zeit gewesen sein (vgl. Stürzenbecher 1978: 18; Meißner 2005: 49; Habel 2012: 201; Otten 2020: 120). Mit seiner Architektur unterschied sich das Karstadt-Haus sowohl von der palastartigen Architektur früherer Warenhäuser, als auch von jenen zeitgenössischen Warenhäusern, die im Stil des Neuen Bauens (s. Steckbrief #05) oder der Neuen Sachlichkeit (s. Steckbrief #07) entworfen wurden.



Bild 34: Karstadt, Berlin-Neukölln (um 1929); Foto: Middendorf, Erich T / Landesarchiv Berlin / F Rep. 290 (03) Nr. 0297640

Mit den letztgenannten Beispielen verband das Karstadt-Warenhaus aber die Abkehr vom Satteldach und lockte seine Kundschaft mit einer Dachterrasse und einem Dachgarten. Das Warenhaus erstreckte sich über acht Obergeschosse und zwei Untergeschosse. Das erste Untergeschoss wurde erstmals in Deutschland als Verkaufsfläche genutzt (vgl. Irrgang 1980: 96). Außerdem verfügte das Gebäude über einen direkten Zugang zur U-Bahn. Umgeben von drei Straßen bot das Haus drei Eingänge. Vom Haupteingang am Hermannplatz gelangte man in den größten von drei Lichthöfen. Das Interieur des Gebäudes wurde – genauso wie seine äußere Erscheinung – von der Vertikalität der Stützen dominiert. Repräsentative Treppen gehörten nicht zur Ausstattung der Lichthöfe, ebenso wenig Rolltreppen, die eher unauffällig zwischen den Lichthöfen platziert waren.

Der Mythos wirkt bis heute nach

1945 wurde das Gebäude von der SS gesprengt, um es dem Zugriff durch die vorrückende Rote Armee zu entziehen. 1951 wurde auf dem gleichen Grundstück ein viel kleineres und wesentlich bescheideneres Gebäude errichtet, das ebenfalls ein Warenhaus beherbergt. An das ursprüngliche Gebäude erinnert bis heute nur noch ein kleines Fragment. Umso präsenter blieb das Gebäude im kollektiven Gedächtnis der Stadt und prägt bis heute das Bild von den Goldenen Zwanzigern. An dieses Bild knüpfen auch aktuelle Rekonstruktionspläne an, die sich in Gestaltung und Nutzung deutlich am Ursprungsbau orientieren.

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige
Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 3 – Hochhaus,
> Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 2 – Tragende
Pfeilerfassade
Außen- & Innenstützen

Dachform
Typ 4 – Flachdach

Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze

Vertikale Erschließung
Typ 3 – Außenliegend
/ Ecken

Lichthof
Typ 3 – Mehrere
Lichthöfe

DE BIJENKORF, ROTTERDAM

De Bijenkorf setzte in Rotterdam gleich zwei Mal Maßstäbe: 1930 mit einem, in Größe und Technik radikalen Entwurf von Willem Marinus Dudok und 1957 mit einem, für die Warenhausarchitektur der Nachkriegszeit wegweisenden Entwurf von Marcel Breuer.

Neue Maßstäbe in Architektur und Innenstadtentwicklung

Ende der 1920er Jahre erlebte die Innenstadt Rotterdams intensive Bauaktivitäten. Ein besonderes Beispiel dieser Innenstadtentwicklung war das Warenhaus De Bijenkorf (vgl. Ostermann 2019: 87), das aufgrund seiner Größe (115 mal 45 m) und seiner modernen Architektur radikal mit den gewachsenen Strukturen der Stadt brach.

Architektonische Charakteristika

Im Stil der Neuen Sachlichkeit entworfen, war De Bijenkorf ein architektonischer Meilenstein auf dem Weg zum modernen Warenhaus. Zwar nahm das Gebäude durch seinen Lichthof Bezug auf traditionelle Vorbilder, aber anstelle der für die alten Warenhäuser typischen Bauformen standen nun funktionale und technische Aspekte im Zentrum der architektonischen Gestaltung (vgl. Isaurralde 2021). Mit einer beeindruckenden Gesamtgröße von 29.900 m² (vgl. Parnes 1935: 160) und ausgestattet mit modernster Technologie (darunter Hochgeschwindigkeitsaufzüge und die ersten Rolltreppen der Stadt), präsentierte es sich als eines der modernsten Warenhäuser Europas (vgl. Ostermann 2019: 88). Das siebengeschossige Gebäude mit fünf Verkaufsebenen wurde aus Stahlbeton mit großen Spannweiten errichtet, die eine hohe Flexibilität bei der Innenausstattung ermöglichten. Die Stützen wurden hinter den Brüstungen der Galerien angeordnet, was deren horizontale Wirkung im Lichthof besser zur Geltung brachte.



Bild 35: De Bijenkorf, Rotterdam (1930); Foto: KLM Aerocarto / PDM 1.0

Auch an den Außenseiten des Gebäudes waren die Stützen zurückversetzt, um die Fassaden mit großen Glasflächen und horizontalen Gesimsen ausgestalten zu können. Die Fenster erhellten nicht nur das Innere mit Tageslicht, sondern wurden in der Dunkelheit erleuchtet und weckten die Neugierde der Passanten (vgl. Veenendaal 2015: 0:4:18). Gleich am Haupteingang befanden sich die Aufzüge, während die Rolltreppen im hinteren Teil des Gebäudes lagen und keine repräsentative Funktion hatten.

Zerstörung und Innovation

Das Warenhaus, das weit über die kleinteilige Dachlandschaft der Umgebung hinausragte, war drei Jahrzehnte lang eines der auffälligsten Bauwerke der Stadt. Doch schon zehn Jahre nach seiner Eröffnung wurde es durch einen Bombenangriff der Deutschen Luftwaffe (1940) schwer beschädigt. Das Gebäude wurde zügig instandgesetzt und konnte seinen Betrieb bis 1957 fortsetzen. In diesem Jahr wurde ein neuer Bijenkorf in unmittelbarer Nähe eröffnet und der alte Bijenkorf musste 1960 der Verkehrsplanung weichen. Der von Marcel Breuer entworfene neue De Bijenkorf war ein völlig anderer Gebäudetyp und ebenfalls ein Vorreiter der europäischen Warenhausarchitektur. Er wies bereits Merkmale der dritten Epoche auf (ein kubischer, formal reduzierter und weitgehend geschlossener Baukörper über einem vollverglasten Erdgeschoss), wie sie wenig später auch in Deutschland zu sehen sein sollten (s. Steckbrief #09 und #10).

STECKBRIEF #07

Warenhaus
abgerissen 1960

Standort
Coolingsingel, Rotterdam

Bauherr
Isaac und Alfred Goudsmit

Architekturbüro
Willem Marinus Dudok

Baujahr
1930

Epoche
Neues Bauen

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

-  **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße
-  **Gebäudehöhe**
Typ 3 – Hochhaus > Hochhausgrenze
-  **Fassadenkonstruktion**
Typ 1 – Glasfassade ohne Tragfunktion
Innenliegende Stützen
-  **Dachform**
Typ 4 – Flachdach
-  **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze
-  **Vertikale Erschließung**
Typ 2 – Außenliegend / Mittig
-  **Lichthof**
Typ 1 – Zentraler Lichthof

6.3 Erste Nachkriegsmoderne: Wiederaufbau und Ausbildung des Corporate Design (1940–1959)

Die dritte Epoche in der Geschichte der Kauf- und Warenhäuser war gekennzeichnet vom Wiederaufbau und dem beginnenden Wirtschaftswunder. Viele Innenstadtzentren in Deutschland hatten in Folge der Luftangriffe während des Zweiten Weltkriegs verheerende Zerstörungen erlitten. Auch zahlreiche Kauf- und Warenhäuser waren in Mitleidenschaft gezogen worden, wie zum Beispiel die Häuser des Unternehmens Kaufhof, die nach dem Krieg nur noch über 5 % der ursprünglichen Verkaufsfläche verfügten (vgl. Kaufhof 2001: 113).

In Westdeutschland begannen die Warenhausunternehmen schnell mit dem Wiederaufbau ihrer zerstörten Filialen, sowohl auf den alten Grundstücken als auch in einigen Fällen unter Hinzunahme benachbarter Grundstücke. Bereits 1948 eröffnete Horten sein erstes neues Warenhaus in Duisburg (s. Steckbrief #09) (vgl. Delitz 2005; Irrgang 1980; Langenberg, 2015). Angesichts des beginnenden wirtschaftlichen Aufschwungs in Westdeutschland und der massiven nachkriegsbedingten Konsumgüternachfrage weiteten die dort ansässigen Warenhausunternehmen ihr Firmennetz zügig aus. Die in der sowjetischen Besatzungszone gelegenen Filialen wurden nach Kriegsende enteignet und der Volkseigenen Konsumgenossenschaft beziehungsweise der zentralen Handelsorganisation (HO) zugeordnet und aufgrund massiver Versorgungsengpässe nur mit eingeschränktem Warenhausbetrieb weitergeführt. Das erste neue Warenhaus, das nach dem Zweiten Weltkrieg in der DDR gebaut wurde, war das Warenhaus Konsument in Cottbus, das 1968 unter großer öffentlicher Anteilnahme seine Türen öffnete (vgl. Delitz 2005: 53). Die Innenstadtzentren der BRD gewannen nach dem Krieg schnell an Bedeutung. Vorhandene Warenhäuser

waren eine willkommene Voraussetzung, um die Einzelhandelsstandorte zu stärken und zogen in vielen Fällen weitere Warenhausunternehmen an. In manchen Zentren entstanden ausgeprägte Warenhausagglomerationen, die den Kern der Haupteinkaufsbereiche prägten. Allein bei den Unternehmen Karstadt und Kaufhof stieg die Verkaufsfläche von rd. 40.000 m² nach Kriegsende auf rd. 80.000 m² im Jahr 1948 und rd. 240.000 m² im Jahr 1952 (vgl. Grinot 1997: 172). Ende der 1950er Jahre hatte der Warenhausbestand in Westdeutschland den Vorkriegsbestand bereits übertroffen (vgl. Langenberg 2006: 33).

Bis heute ist das städtebauliche Erscheinungsbild vieler Innenstadtzentren der alten Bundesländer von den „blockhaft herausgehobenen“ Warenhausneubauten der Nachkriegszeit gekennzeichnet (vgl. Pufke 2015: 21). Eine stadtbildprägende Rolle spielte auch, dass die Warenhausunternehmen ihre Corporate Identity zunehmend durch die Fassadengestaltung zum Ausdruck brachten. Das Unternehmen Kaufhof experimentierte bei den Neu- und Anbauten seiner Häuser mit Glas-Aluminium-Vorhangfassaden (s. Steckbrief #08) und das Unternehmen Merkur (später Horten) verkleidete die Fassaden seiner Häuser ab den 1960er Jahren vollflächig mit Gitterwerkfassaden (s. Steckbrief #10). Durch die individuellen Fassadengestaltungen erhielten die Warenhäuser eine Unverwechselbarkeit gegenüber der Konkurrenz und eine große Wiedererkennbarkeit an allen Standorten des Unternehmens. Dies führte dazu, dass sich die Warenhäuser dieser Epoche nicht nur aufgrund ihrer typischen Bauformen (einfache Baukörper, großflächige Fassaden, Flachdächer) von den gewachsenen Stadtstrukturen abhoben, sondern auch aufgrund ihrer Corporate Identity.

Spezifisch für die Warenhäuser der dritten Epoche war aber zunächst ihre große architektonische Vielfalt, welche ein „Ausdruck

der Suche nach neuen Erscheinungsformen“ (Irrgang 1980: 160) war. Orientierten sich frühe Neubauten noch an der Architektursprache der Neuen Sachlichkeit der 1920er Jahre, richteten sich spätere Neu- und Umbauten nach dem Gestaltungsvokabular der 1950er Jahre. Als anschauliches Beispiel dafür dient Peek & Cloppenburg in der Steglitzer Schloßstraße in Berlin. Das Haus wurde 1949 zweigeschossig und im Stil der 1920er Jahre gebaut. Eine Aufstockung, die 1953 erfolgte, weist eine Mischung aus zeitgenössischen Gestaltungselementen und solchen aus den 1920er Jahren auf (vgl. Schnedler 1980: 122). Die Suche nach einer neuen Identität und das Bedürfnis, sich in der Außendarstellung von den Konkurrenten im Einzelhandel abzusetzen, trugen dazu bei, dass der Wiederaufbau der Innenstadtzentren eine Fülle teils unzusammenhängender Einzelbauten hervorbrachte – sowohl bei Kauf- und Warenhäusern als auch bei anderen Gebäuden (ebd.).

Der Neubau von Kauf- und Warenhäusern basierte von nun an auf der Stahlbetonskelettbauweise, die sich, ähnlich wie die Stahlskelettbauweise der Vorkriegszeit, für den Bau großräumiger Gebäude eignete, jedoch entscheidende Vorteile bot: Das Stützenraster konnte im Durchschnitt um fast 3 m auf 9 m erweitert werden, bei einer vergleichsweise geringen Konstruktionshöhe. Außerdem konnte im Gegensatz zur Stahlkonstruktion auf eine Brandschutzverkleidung des Tragwerks verzichtet werden. Die Geschosshöhen der neuen Gebäude fielen mit durchschnittlich 4,30 m etwas höher aus als früher.

Lichthöfe wurden nicht mehr gebaut, stattdessen stellte die Verbreitung des Automobils neue Anforderungen an die Warenhäuser. Unbezahlte, überdachte Stellplätze in Garagen, Parkhäusern oder auf den Dächern, versprachen von nun an Vorteile im Wettbewerb. Während kleine Einzelhändler auf die Zurverfügungstellung

öffentlicher Stellplätze hoffen mussten, konnten viele Warenhäuser eigene Stellplätze anbieten. Oft wurden Parkhäuser auf benachbarten Grundstücken errichtet, was die räumliche Dominanz der Warenhäuser in den Innenstadtzentren noch einmal erhöhte.

Die zunehmend geschlossenen Fassaden trugen dazu bei, dass sich die Kauf- und Warenhäuser mehr und mehr von der Straße abwandten und sich zu geschlossenen Innenwelten entwickelten. Die Zunahme des Pkw-Verkehrs in den Innenstadtzentren (der von den Warenhäusern mitverursacht wurde) hatte daran ihren Anteil. Angesichts der aktuell voranschreitenden Schließung von Warenhäusern und dem Trend, die Verkehrsdichte in den Innenstadtzentren zu reduzieren, ist damit zu rechnen, dass auch die Garagen und Parkhäuser zukünftig zum Gegenstand von Umbau- und Umnutzungsmaßnahmen werden.

Auch sonst verzichteten die Kauf- und Warenhäuser dieser Periode auf die architektonische Grandezza der alten Traditionshäuser, sondern wurden stattdessen als funktionale und effiziente Gehäuse für den modernen Massenkonsum entworfen. Immer mehr von ihnen verfügten über ein oder zwei Untergeschosse, wovon das erste Untergeschoss meistens für den Verkauf genutzt wurde, was die gesamte Verkaufsfläche deutlich vergrößerte. Die Erdgeschosse waren, wenn möglich, von mehreren Seiten aus zugänglich und mit bodentiefen Schaufenstern versehen. Wegen der geschlossenen Fassaden und großen Rauntiefen mussten die Innenräume mit Kunstlicht versorgt werden. Lichthöfe und Freitreppen gab es nicht mehr, stattdessen blieb die zentral angeordnete Rolltreppenanlage eines der wenigen, architektonisch auffälligen Merkmale der ansonsten nüchtern-funktionalen Warenhäuser.

STECKBRIEF #08

Warenhaus
in Betrieb, umgebaut

Standort
Zeil 116-126, Frankfurt am Main

Bauherr
Rudolf Karstadt AG

Architekturbüro
P. Grund, H. Wunderlich, R. Kluser

Baujahr
1955

Epoche
Erste Nachkriegsmoderne

KAUFHOF, FRANKFURT AM MAIN

Eine filigrane Vorhangfassade aus transparenten und dunkelgrünen Glaselementen sorgte für ein zurückhaltend-elegantes Erscheinungsbild, das für Jahrzehnte zum Markenzeichen der Kaufhof-Warenhäuser werden sollte.



Bild 36: Kaufhof an der Zeil, Frankfurt; Foto: Erich Mueller-Gruenitz / Architekturmuseum der TUM / Sign. gru-20-1014

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige
Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschoss-
bau, < Hochhaus-
grenze

Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade,
Innenliegende Stützen

Dachform
Typ 5 – Flachdach mit
Staffelgeschoss

Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze

Vertikale Erschließung
Typ 1 – Außenliegend
/ Einseitig

Lichthof
Typ 3 – Mehrere
Lichthöfe

Neuer Glanz an alter Adresse

Am westlichen Ende der Frankfurter Zeil wurde in den 1950er Jahren der trapezförmige Eckbau des Kaufhofs (heute Galeria) errichtet. Diese Adresse war keineswegs neu, denn dort befanden sich bereits einige der ersten deutschen Kauf- und Warenhäuser, wie das Grand Basar und Wronker, die jedoch den starken Kriegszerstörungen der Frankfurter Innenstadt zum Opfer gefallen waren. Vor diesem Hintergrund wirkte die Eröffnung des neuen Kaufhofs wie ein Aufbruch in bessere Zeiten (vgl. Köhler 2021).

Architektonische Charakteristika

Der Entwurf ging aus einem Wettbewerb hervor, den Peter Grund gewonnen hatte und der von Herman Wunderlich und Reinold Kluser weiterentwickelt und umgesetzt wurde. Das Ergebnis war ein Gebäude in Stahlbeton, mit einem Staffelgeschoss und einem eingerückten Erdgeschoss. Der Rücksprung im Erdgeschoss, ergänzt durch ein Vordach, bot geschützte Eingangsbereiche und eine Flanierzone vor den Schaufenstern. Die filigrane Vorhangfassade aus dunkelgrünen Glaselementen (für die Brüstungen) und transparenten Glaselementen war bereits am Hauptsitz der Kaufhof AG in Köln erprobt worden und sollte für Jahrzehnte zum Markenzeichen der Kaufhof-Warenhäuser werden. Schmale Aluminiumprofile verliehen der Fassade ihr zurückhaltend-elegantes Erscheinungsbild. Vertikal waren die Profile in gleichen Abständen von 1,76 m angeordnet und machten die Rundungen der Fassade

ablesbar. Horizontal hatten die Profile ungleiche Abstände und betonten den Wechsel zwischen Brüstungs- und Festerbändern (vgl. Erbstösser 197: 107).

Der Wettbewerbsentwurf „Kaufhaus ohne Stützen“ hatte einen beeindruckenden Stützenabstand von 24 m vorgesehen. Auch wenn dieser Vorschlag nicht realisiert wurde, konnten durch ein Stützenraster von 8,8 auf 11,0 m (vgl. Irrgang 1988: 150) weiträumige Verkaufsflächen realisiert werden. Unterstützt wird die Struktur durch Treppenhäuser, die über das gesamte Gebäude verteilt sind. Treppen für das Personal und Aufzüge für die Warenverteilung befinden sich auf der Rückseite des Gebäudes entlang des Hofes. Für den Kundenverkehr steht eine zentrale Rolltreppenanlage gegenüber dem Haupteingang zur Verfügung.

Zurück zur steinernen Stadt

Das Warenhaus wurde über die Jahre hinweg mehrfach umgebaut und das äußere Erscheinungsbild immer wieder neu interpretiert. Die charakteristischen dunkelgrünen Glaselemente wurden bereits in den 1970er Jahren durch weiße Metallpaneele ersetzt. Bei Umbauarbeiten 2008 musste die filigrane Vorhangfassade vollständig zugunsten massiver Glasfaserbetonplatten weichen, die von einer neuen Unterkonstruktion getragen werden. Nur der Bereich oberhalb des Haupteingangs blieb weiterhin verglast, ebenso wie das Erdgeschoss und das erste Obergeschoss, die durch ein neues Vordach optisch zusammengefasst wurden.

MERKUR, DUISBURG

Das Merkur-Gebäude in Duisburg war ein Wegbereiter für das moderne Warenhaus der Nachkriegszeit. Dank seiner innovativen Gitterwerkfassade gelang es, ein architektonisches Pendant zum damaligen Design der modernen Warenwelt zu schaffen.



Bild 37: Horten, Duisburg (um 1965); Foto: Stadtarchiv Duisburg, Fotosammlung

Schlichte Monumentalität

Das Merkur-Warenhaus wurde im Jahr 1958 im Duisburger Innenstadtzentrum an der Ecke Düsseldorfer Straße und Friedrich-Wilhelm-Straße von den Architekten Helmut Rhode und Harald Lobermann erbaut. Das Warenhaus beeindruckte durch seine ebenso schlichte wie monumentale Erscheinung, bestehend aus einem einzigen, kubischen Baukörper, der über dem vollverlasten Erdgeschoss zu schweben schien. Das Merkur-Warenhaus bildete zusammen mit der sechsstöckigen Parkgarage am Salvatorweg, die im Jahr 1964 hinzugefügt wurde, ein hängendes Gebäudeensemble. Das Gebäude wurde in einer ansonsten eher kleinteilig bebauten Stadtstruktur errichtet und erstreckt sich über eine Fläche von 150 mal 50 m.

Architektonische Charakteristika

Das besondere Erscheinungsbild des Gebäudes wurde erzielt, indem der gesamte Baukörper oberhalb des Erdgeschosses in eine netzartige Gitterwerkfassade „eingehüllt“ wurde, die weder etwas über das Innenleben des Gebäudes verriet, noch auf die umliegenden Gebäude Bezug nahm. Lediglich im vierten Obergeschoss wurde die Vorhangfassade durch ein Fensterband aufgebrochen, ansonsten diente sie als Hintergrund für den überdimensionalen Horten-Schriftzug. Mit diesem Erscheinungsbild gelang es, ein architektonisches Pendant zum Design der modernen Warenwelt zu schaffen, die im Inneren des Gebäudes zu bestaunen war. Außerdem begann mit der neuartigen Gitterwerkfassade

die Entwicklung der unverwechselbaren Corporate Identity des Warenhauskonzerns. Im leicht zurückgesetzten Erdgeschoss wurden die Schaufenster geschickt vor den tragenden Stützen platziert, sodass eine durchlaufende Glasfront geschaffen werden konnte. Anders als in traditionellen Warenhäusern mit Lichthöfen und zentraler Erschließung, konnte das Merkur-Warenhaus mit weitläufigen Verkaufsflächen aufwarten, da die Treppenhäuser, Aufzugsanlagen und Nebenräume entlang der Fassade an der Heuserstraße gebündelt wurden. Das vertikale Erschließungssystem bestand aus zwei doppelläufigen Treppen und zwei gegenläufigen Rolltreppen, die den Zugang zu allen Verkaufsebenen ermöglichen, einschließlich dem ersten Untergeschoss.

Vom Publikumsmagneten zum Leerstand

Das Warenhaus wechselte mehrfach seinen Namen (Merkur, Horten, Horten Galeria, Galeria Kaufhof) und erlebte verschiedene bauliche Anpassungen. Einst ein Publikumsmagnet der Duisburger Innenstadt, wurde das Warenhaus 2023 im Zuge der letzten Schließungswelle des Karstadt-Konzerns für immer geschlossen. Trotz Denkmalschutz (seit 2008), der die beiden Hauptschaufseiten einschließlich der vorgehängten Gitterwerkfassade aus Kunststein-Rahmenelementen umfasst, sowie einer umfassenden Modernisierung (2014), wurde die stilbildende Vorhangfassade aufgrund von Sicherheitsbedenken demontiert. Seiner schlichten Eleganz beraubt, blickt das Gebäude heute einer ungewissen Zukunft entgegen.

STECKBRIEF #09

Warenhaus
in Betrieb

Standort
Düsseldorfer Str. 32, Duisburg

Bauherr
Helmut Horten

Architekturbüro
Helmut Rhode und Harald Lobermann

Baujahr
1958

Epoche
Erste Nachkriegsmoderne

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 1 – Gebäudehülle ohne Tragfunktion
Innenliegende Stützen

Dachform
Typ 4 – Flachdach

Parken
Typ 2 – Parkhaus anbau oder als externer Baukörper

Vertikale Erschließung
Typ 1 – Außenliegend / Einseitig

Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

6.4 Zweite Nachkriegsmoderne: Expansion in die Fläche und Rationalisierung der Architektur (1960–1979)

Das Wirtschaftswachstum verstetigte sich in den 1960er Jahren und ging mit erheblich steigenden Konsumausgaben einher. Die Folge war eine weitere Expansion des Einzelhandels und die Entwicklung neuer Standorte und Betriebskonzepte. Angesichts begrenzter Flächenkapazitäten in den Hauptgeschäftsbereichen wurden neue Verkaufsflächen benötigt, die zunehmend in Nebenlagen mit geringerer Lagegunst realisiert wurden, welche auf diese Weise eine Aufwertung erfuhren. Diese Entwicklung führte zu Doppel-, Dreifach- und Vierfachstandorten verschiedener oder derselben Warenhauskonzerne in den Innenstadtzentren. Nachdem der Markt in den Großstädten gesättigt war, weiteten die Warenhausunternehmen ihr Filialnetz auf Stadtteilzentren und Mittelzentren aus, wo sie zu wichtigen Magneten, Versorgern, Treffpunkten und Arbeitgebern wurden (vgl. Hangebruch 2020: 143).

Dank der zunehmenden Motorisierung der Privathaushalte und der Förderung des privaten Wohnungsbaus, profitierten vor allem die peripheren und suburbanen Lagen. Entsprechend verlagerten auch die Warenhausunternehmen ihre baulichen Aktivitäten seit den späten 1960er Jahren von den Innenstadtzentren in die Vororte der Großstädte (vgl. Irrgang 1988: 167). Dazu gehörten auch die neu entstehenden Handelsagglomerationen, die an Pkw-orientierten Standorten in der Peripherie gelegen waren. Dort eröffneten die Warenhausunternehmen Filialen, um im Wettbewerb mit den neuartigen Konkurrenten – den Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern – Anteile zu gewinnen (vgl. Irrgang 1988: 168 ff.). Auch in den Innenstädten beeinflusste die Zunahme des motorisierten Individualverkehrs das Erscheinungsbild der Warenhäuser. Dort bestimmte die bauliche Integration von Parkdecks und

-garagen, die bereits in der dritten Epoche ihren Anfang genommen hatte, immer stärker die konstruktiven und architektonischen Anforderungen an die Gebäude.

In den 1970er Jahren verlangsamte sich das Wirtschaftswachstum. Außerdem führte die Expansion von Verkaufsflächen ins Umland, gepaart mit rückläufigen Umsätzen, zu einer wirtschaftlichen Schwächung der Innenstadtzentren – inklusive der dort angesiedelten Warenhäuser (vgl. Erbstößer 1979: 97 f.).

Während die Warenhäuser in den Hauptgeschäftszentren der Großstädte in der Regel mehrgeschossig gebaut wurden, entstanden in den Mittelstädten, Stadtteilzentren und an den städtebaulich nicht integrierten Handelsagglomerationen flache Baukörper mit nur einer bis zwei Verkaufsebenen (vgl. Erbstößer 1979: 193 ff.). Diese Warenhäuser waren durch ein verkleinertes Warensortiment mit stärkerem Fokus auf Nahversorgung, eine schlichtere Architektur, eine simplere Warenpräsentation und eine reduzierte Personalausstattung bei höherem Selbstbedienungsanteil gekennzeichnet (vgl. Langenberg 2006: 55 f.). Insbesondere für die Pkw-orientierten Standorte in der Peripherie ließ man sich von den Selbstbedienungskonzepten der Discounter und Fachmärkte sowie deren Architektur und Preisgestaltung leiten (ebd.). Aber auch viele Warenhausneubauten in den Zentren entstanden unter rein funktionalen Gesichtspunkten, ohne architektonische und städtebauliche Bezüge zur umgebenden Stadtstruktur (vgl. RKW 1996: 63; Erbstößer 1979: 260 ff.). Sie waren teilweise Bestandteil der mit dem Städtebauförderungsgesetz von 1971 eingeführten städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen, die zunächst vielfach als sogenannte Flächensanierungen durchgeführt wurden. Ziel dieser Sanierung war es, die Enge und die baulichen Missstände gewachsener Innenstädte zu überwinden und moderne, an den erhöhten Motorisierungsgrad

der Bevölkerung angepasste Handels- und Dienstleistungszentren zu schaffen und auf diese Weise der zunehmenden Konkurrenz auf der grünen Wiese zu begegnen (vgl. Erbstößer 1979: 104). Die dafür erforderliche, großflächige Zerstörung historischer Bausubstanz wurde von Politik und Planung billigend in Kauf genommen (s. Steckbrief #10, Horten in Heidelberg).

Eine verallgemeinerbare Architektursprache lässt sich an den Warenhäusern der zweiten Nachkriegsmoderne nicht festmachen, wohl aber einige konstruktive Merkmale. Aus den Untersuchungen der Gebäudehöhen (vgl. Irrgang, 1988) lässt sich ableiten, dass die Gesamthöhe neu gebauter Warenhäuser – unabhängig von ihrer Form – in der vierten Epoche abnimmt. Ein weiteres Merkmal dieser Warenhäuser ist, dass sie häufig als Solitärgebäude mit umlaufenden Straßen errichtet wurden.

Im Fokus der Neubauten standen eine Mindestgröße der Verkaufsfläche (was einen großen Umsatz bei geringem Personalbesatz ermöglicht), eine effiziente Raumausnutzung sowie eine funktionale Abwicklung von Kunden- und Lieferverkehr. Im Sinne einer ökonomischen Optimierung neuer Filialbauten gewannen flexible, standortunabhängig geplante Systembauten mit standardisierten und vorgefertigten Bauteilen an Bedeutung. Sie ermöglichten eine kostengünstige und schnelle Expansion an verschiedenen Standorten in ähnlicher Bauweise und unter Beibehaltung der für das jeweilige Unternehmen typischen Gestaltungsmerkmale (vgl. Langenberg 2006: 5, 21). In diesem Kontext ging die Bauaufgabe „Warenhaus“, die in den vorangegangenen Epochen häufig an renommierte Architekten vergeben wurde, nun an die Bauabteilungen der Warenhausunternehmen über (vgl. Erbstößer 1979: 3 f.). Die nun gültigen, stark von ökonomischen und funktionalen Erwägungen geleiteten Planungsprinzipien, kamen auch bei Umbaumaßnahmen an älteren

Warenhäusern zur Anwendung. Diese wurden innen wie außen zum Teil stark überformt, sodass Ende der 1970er Jahre keines der zwischen 1918 und 1933 errichteten Warenhäuser mehr in seinem ursprünglichen Zustand erhalten war (vgl. Erbstößer 1979: 241).

Um möglichst viel Verkaufsfläche zu generieren, wurden die Grundrisse häufig so gestaltet, dass Treppenhäuser und Nebenräume auf die eine oder andere Seite des Gebäudes verschoben und nach Mindestabständen der Brandschutzvorschriften angeordnet wurden. Für den Fall, dass Treppenhäuser und Rolltreppen mittig in den Verkaufsflächen angeordnet wurden, minimierte man ihren Raumbedarf. Auch die konstruktiven Möglichkeiten wurden dafür genutzt, möglichst große und frei möblierbare Flächen zu erzeugen. In den 1970er Jahren hatten die Stützenfelder ein durchschnittliches Maß von 10,20 x 11,50 m (vgl. Irrgang 1988: 329), das – wenn vorhanden – auf die geometrischen Anforderungen einer im Untergeschoss liegenden Parkgarage abgestimmt wurde. Die intensive Ausnutzung der Geschossflächen einschließlich ihrer Außenwände, die ebenfalls für Warenpräsentation oder andere Funktionen genutzt wurden, führte schließlich dazu, dass nun die meisten Warenhäuser mit vollständig geschlossenen Obergeschossen gebaut wurden (vgl. Irrgang 1988: 203). Welche Folgen diese Flächenausnutzung für das architektonische Erscheinungsbild hatte, ist zum Beispiel an der Fassadengestaltung der damaligen Karstadt-Häuser sichtbar, die auf großformatigen Betonplatten basierte. Andere Beispiele dafür sind die Gitterwerkfassaden der Horten-Häuser, oder die geschlossenen Aluminiumfassaden der DDR-Warenhäuser.

Die geschlossenen Obergeschosse, die mit dekorativen aber blickundurchlässigen Vorhangfassaden verkleidet wurden, sind ein typisches Merkmal vieler Nachkriegswarenhäuser.

Sie verliehen den Gebäuden ein schlichtes und zugleich monumentales Erscheinungsbild, das sich deutlich von der meist heterogenen Nachbarbebauung abhob. Außerdem gelang es den Warenhausunternehmen auf diese Weise, die Architektur zu einem wirkmächtigen Instrument ihrer Corporate Identity zu machen und eine hohe Wiedererkennbarkeit quer durch die Bundesrepublik zu erzeugen. Auch wenn Kaufhof zunächst nicht den Weg der vollständigen Fassadenschließung ging, sondern mit großen Glasflächen arbeitete, wurde auch hier ein wiedererkennbares Erscheinungsbild angestrebt, das auf einer grün-weißen Aluminiumfassade basierte (s. Steckbrief #08). Ungeachtet der großen Glasflächen nutzte auch Kaufhof seine Verkaufsflächen optimal aus und platzierte Regale und Displays entlang der Fassaden, sodass die Fenster keine Funktion mehr für die Belichtung oder die Einsehbarkeit übernahmen.

Die Idee, eine einheitliche Markenpräsenz durch eine konsistente Fassadengestaltung zu erzeugen, hatte in der dritten Epoche bereits ihren Anfang genommen und erreichte in den 1960er Jahren ihren Höhepunkt. Besonders prägend für diese Epoche sind die Gitterwerkfassaden von Horten (vgl. Testa 2019: 122). Selbst bei Warenhäusern, die den Krieg unbeschadet überstanden hatten und anschließend vom Horten-Konzern übernommen wurden, gab man der Corporate Identity Vorrang vor dem historischen Zeugniswert dieser Gebäude und verkleidete sie mit „Horten-Kacheln“ (vgl. Erdstößen 1979: 110). Wie viel Bedeutung man dieser Fassade beimaß wird daran ersichtlich, dass sie über viele Jahre und von verschiedenen Architekten übernommen wurde. Über die Jahre erfuhr die unter Designliebhaberinnen und -liebhabern inzwischen hoch geschätzte „Horten-Kachel“ nur unscheinbare Veränderungen in Material und Aussehen.

Trotz des anhaltenden Mangels an Konsumgütern entstanden in den 1960er Jahren auch in der damaligen DDR neue Warenhäuser, die sich auf die Stadtzentren der Bezirksstädte und großen Kreisstädte konzentrierten. Die beiden Warenhausketten der DDR („Centrum“ und „Konsument“) folgten ähnlichen Gestaltungsprinzipien wie ihre Pendanten im Westen. Die Centrum-Warenhäuser in Berlin, Dresden, Magdeburg und Suhl erinnerten aufgrund ihrer schlichten Kubatur und ihren geschlossenen, reliefartigen Gitterwerkfassaden stark an die Horten-Häuser jenseits der Grenze. Im Unterschied zur Corporate Identity westlicher Warenhäuser wurde hier für jedes Haus eine individuelle Fassade von Künstlern und Künstlerinnen entworfen (vgl. Wolf 2022). Gemeinsam war diesen Fassaden aber, dass sie aufgrund ihres metallischen Aussehens und ihrer dem damaligen Zeitgeist folgenden Formensprache eine deutlich futuristischere Anmutung hatten als vergleichbare Häuser im Westen. Eine Besonderheit unter Deutschlands Warenhäusern ist das Konsument-Warenhaus in Leipzig. Anders als die im Osten wie im Westen typische Kubusform, fiel dieses, an einer Straßenecke gelegene Haus, durch seine elegant geschwungene Fassade auf. Durch die Lichtreflexe auf der Fassade, die aus dreidimensional geformten Aluminiumelementen konstruiert war, wurden die Rundungen optisch betont – und verschafften dem Warenhaus den Spitznamen „Blechbüchse“.

HORTEN, HEIDELBERG

Das Horten-Warenhaus in Heidelberg hebt sich nicht nur durch seine geschlossene Vorhangsfassade von seinem Umfeld ab, sondern scheinbar über dem zurückversetzten Erdgeschoss zu „schweben“.

Wiedererkennbare „Verpackung“

Das im Jahr 1961 am westlichen Ende der Heidelberger Altstadt errichtete Warenhaus bildete zusammen mit dem Verkehrsknotenpunkt Bismarckplatz eine städtebauliche Zäsur zwischen den Stadtteilen. Der von allen Seiten zugängliche Solitär hebt sich sowohl durch seine schlichte, prismatische Gebäudeform als auch durch seine charakteristische Vorhangsfassade aus sogenannten „Horten-Kacheln“ vom Stadtgefüge ab. Ein Vorläufer dieser Fassade wurde bereits am Merkur-Warenhaus in Duisburg erprobt (s. Steckbrief #09) und von Egon Eiermann und Robert Hilgers zuerst in Stuttgart (1960) und dann in Heidelberg weiterentwickelt.

Architektonische Charakteristika

Um das Grundstück bestmöglich auszunutzen, wurde das Erdgeschoss auf einer unregelmäßigen, trapezförmigen Grundfläche errichtet. Darüber erhebt sich der Hauptbaukörper des Warenhauses, der die Grundfläche eines flachen, symmetrischen Sechsecks hat. Verglichen mit anderen Warenhäusern dieser Zeit, scheint sich dieser Baukörper nicht nur durch seine großflächige, geschlossene Fassade von seinem städtischen Umfeld abzuheben, auch das unregelmäßige Erdgeschoss hat seinen Anteil daran, denn es verstärkt den Eindruck, der geschlossene Hauptbaukörper würde über der Stadt „schweben“. Während das Gebäude zum Bismarckplatz seine monumentale Wirkung entfaltet, ist seine Südseite der Anlieferung vorbehalten, die in das zweite Untergeschoss führt (vgl. Testa



Bild 38: Horten am Bismarckplatz, Heidelberg (1961); Foto: Stadtarchiv Heidelberg

2019: 138.). Die funktionale Erschließung einschließlich Fluchttreppen, Aufzügen, Sanitär- und Nebenräumen, befindet sich an den beiden Schmalseiten des Gebäudes. Auf diese Weise entsteht eine zusammenhängende, große Verkaufsfläche, die nur durch die zentral gelegenen Haupttreppen und Rolltreppen, die alle Verkaufsebenen verbinden, unterbrochen wird.

Wechselwirkungen zwischen Warenhaus und städtischem Umfeld

Die historische Bausubstanz rund um den Bismarckplatz hatte den Krieg unversehrt überstanden, wurde aber durch die Bauvorhaben der 1960er bis 1980er Jahre – darunter auch das Horten-Gebäude – zum Teil zerstört. Das alte Hotel Reichspost und das Botanische Institut mussten dem Horten-Neubau weichen (vgl. Teufert 2013). Auch das alte Hauptpostamt wurde abgerissen, weil die Tiefbauarbeiten an der Horten-Baustelle statische Probleme verursacht hatten (vgl. Becher 2019). In den 1970er Jahren wurde der Bismarckplatz zur Fußgängerzone umgestaltet. In den 1980er Jahren, als Horten das Galeria-Konzept einführte, musste ein Großteil der „Horten-Kacheln“ einer für Galeria-Warenhäuser typischen Glasfassade weichen. Trotz aller Anpassungen des Gebäudes und seines städtebaulichen Umfeldes, die zur Belebung des Einzelhandels beitragen sollten, konnte das Warenhaus nicht mehr an seine wirtschaftlichen Erfolge anknüpfen und soll geschlossen werden.

STECKBRIEF #10

Warenhaus
in Betrieb

Standort:
Bismarckplatz, Heidelberg

Bauherr:
Helmut Horten

Architekturbüro:
Egon Eiermann, Robert Hilgers

Baujahr:
1961

Epoche:
Zweite Nachkriegsmoderne

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

-  **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße
-  **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze
-  **Fassadenkonstruktion**
Typ 1 – Gebäudehülle ohne Tragfunktion, Innenliegende Stützen
-  **Dachform**
Typ 5 – Flachdach mit Staffelgeschoss
-  **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze
-  **Vertikale Erschließung**
Typ 2 – Außenliegend / Mittig
-  **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichthof

6.5 Postmoderne: Rückgang der Bautätigkeit und Diversifizierung der Architektur (ab 1980)

In den 1980er Jahren geriet die Moderne, die zum dominierenden Narrativ der Architektur und Stadtplanung des 20. Jahrhunderts geworden war, zunehmend in die Diskussion. Ihr Anspruch, sich radikal von tradierten Bauformen zu emanzipieren und an ihrer Stelle eine neue Architektur zu entwickeln, die dem technischen und gesellschaftlichen Fortschritt Rechnung tragen sollte, hatte angesichts zahlreicher gescheiterter Projekte an Überzeugungskraft verloren. Besonders die Radikalität, mit der die meisten kriegszerstörten Innenstädte aufgebaut wurden, oft unter völliger Missachtung der historischen Strukturen (und in vielen Fällen durch die Zerstörung noch vorhandener, historischer Bausubstanz), hatte Kritik in der Öffentlichkeit ausgelöst.

Zentrum dieser Auseinandersetzung war seit den 1970er Jahren die Stadt Berlin, wo man in den 1980er Jahren auf die wachsenden Widerstände reagierte und zwei alternative städtebauliche Leitbilder erprobte: Zum einen das Leitbild der kritischen Rekonstruktion (das zwar weiterhin den Neubau favorisierte, aber dies auf Grundlage des historischen Stadtgrundrisses) und das Leitbild der behutsamen Stadterneuerung (die auf die Sanierung des Altbestandes setzte, unter Einbeziehung von Bewohnerinnen und Bewohnern und mit besonderem Augenmerk auf den Schutz der ansässigen Milieus). Anstelle von Flächensanierungen und radikalen Neuentwicklungen, die für die vorangegangene Epoche charakteristisch waren, wurde das Planungsverständnis seit den 1980er und 1990er Jahren von neuen Ideen geprägt. Inkrementalistische und kontextuelle Planungsansätze, die Rückbesinnung auf historische Bauformen sowie die gesetzliche Verankerung des Denkmalschutzes bestimmten mehr und mehr das Planungsgeschehen.

In der Architektur hatte die Kritik an der Moderne einen Innovationsschub ausgelöst. Architektinnen und Architekten experimentierten nun mit einer Architektur, die nicht mehr auf der Rationalität der Formgebung und der Geschlossenheit des Werkes beruhte. Stattdessen griffen sie auf traditionelle Bauformen zurück (häufig aus dem Repertoire der Antike) und teils zu collagenhaften Architekturen kombiniert. Kategorien wie Erinnerung, Emotionalität oder Ironie, die in modernen Entwurfskonzepten keinen Platz hatten, sorgten nun für neue Gestaltungsmöglichkeiten.

Die Lust an der Collage und an der Wiederbelebung antiker Bauformen – die heute als Kennzeichen der postmodernen Architektur der 1980er Jahre gilt – hielt nur wenige Jahre an. In den 1990er Jahren folgten jedoch weitere Architekturströmungen (z. B. Dekonstruktivismus, High-Tech-Architektur, Blob-Architektur) die sich – mal kritisch, mal affirmativ – mit dem Erbe der Moderne auseinandersetzten. Unter diesem Einfluss wurde auch die Architektur der Kauf- und Warenhäuser vielfältiger. Bei den wenigen Neubauten, die seit jener Zeit entstanden sind, trat wieder eine individuelle, repräsentative Architektur in den Vordergrund. Außerdem hatte man vom Erfolg der Shopping Center gelernt und Aspekte wie Erlebnisqualität und Lifestyle wieder stärker ins Zentrum gerückt. Um im Wettbewerb mit den Shopping Centern bestehen zu können, errichteten Kauf- und Warenhausunternehmen vereinzelt neue Flagship-Stores und setzten dabei auf spektakuläre Architektur von renommierten Büros (s. Steckbrief #11). Lichthöfe, repräsentative Rolltreppen und andere architektonische Merkmale, die in der dritten und vierten Epoche aus dem Repertoire der Warenhausarchitektur verschwanden, wurden nun wiederbelebt. Diese neuen Gebäude zielten nicht mehr darauf ab, sich in die architektonische Corporate Identity der

Unternehmen einzufügen, sondern auf dem „Markt der Aufmerksamkeit“ konkurrenzfähig zu sein.

Auch bei der Übernahme oder dem Umbau bestehender Häuser erfolgte eine Abkehr von den bisher gültigen Prinzipien der Funktionalität und Wiedererkennbarkeit, teils verbunden mit der Öffnung der zuvor geschlossenen Fassaden (vgl. Langenberg 2006: 17, 61, 68) und deren Ersatz durch gläserne Vorhangfassaden oder der Schaffung von Lichthöfen.

Warenhäuser, die ab den 1980er Jahren entstanden, wurden bisher kaum erforscht. Dies ist einerseits auf das junge Alter der Gebäude zurückzuführen, andererseits wird die aktuelle Fachliteratur vor allem von der Krise des Warenhauskonzepts dominiert und vom Umgang mit den obsoleten Immobilien. Dennoch kann festgestellt werden, dass bei den jüngeren Neubauten weder im äußeren Erscheinungsbild noch in der Innenraumgestaltung bestimmte Gestaltungsmerkmale vorherrschen. Vielmehr ist ein Pluralismus von Gestaltungsansätzen zu beobachten – von historisierender Architektur bis hin zu futuristischen Entwürfen.



Bild 39: Selfridges, Birmingham (2012); Foto: Bs0u10e0 / CC BY-SA 2.0

STECKBRIEF #11

Kaufhaus
in Betrieb

Standort
Schildergasse 65, Köln

Bauherr
Peek & Cloppenburg KG

Architekturbüro
Renzo Piano Building Workshop

Baujahr
1999–2005

Epoche
Postmoderne

PEEK & CLOPPENBURG, KÖLN

Das Weltstadthaus in Köln ist einer der ambitioniertesten Versuche in Deutschland, durch eine auffällige, zeitgenössische Architektur an die große Zeit der Kauf- und Warenhäuser anzuknüpfen.

Ein anspruchsvolles Grundstück

Das Weltstadthaus wurde auf einem anspruchsvollen, dreieckigen Grundstück errichtet, das westlich von der Antongasse und östlich von der historischen Antoniterkirche begrenzt wird. Südlich ragt das Grundstück über die vielbefahrene Nord-Süd-Fahrt, die an dieser Stelle in einen Tunnel abtaucht und unter dem Weltstadthaus hindurchführt. Im Norden grenzt nur die Spitze des Grundstücks an die Schildergasse, eine der meist frequentierten Einkaufsstraßen Deutschlands. Hier befindet sich der Haupteingang des Gebäudes.

Architektonische Charakteristika

Das architektonische Alleinstellungsmerkmal des Weltstadthauses ist seine zweifach gekrümmte Glasfassade, welche die gesamte Ostseite des Kaufhauses in einem großzügigen Bogen „einhüllt“. Diese Glasfassade liegt oberhalb des Erdgeschosses und wölbt sich von dort über alle Obergeschosse und über Teile des Flachdachs. Durch die Wölbung entsteht ein Luftraum zwischen der Glasfassade und den Geschossdecken, der alle Obergeschosse miteinander verbindet und als Reminiszenz an die Lichthöfe aus der „goldenen“ Zeit der Warenhäuser gelesen werden kann. Auch über dem Flachdach bildet die Glasfassade einen hallenartigen Raum, der jedoch nicht für die Öffentlichkeit zugänglich ist. Die Stahl-Glas-Konstruktion wurde als selbsttragende Struktur konzipiert, die aus individuell geformten Elementen zusammengesetzt ist und von gebogenen Holzbindern getragen wird. Der sechsgeschossige Baukörper wurde



Bild 40: Peek & Cloppenburg - Weltstadthaus, Köln (2009);
Foto: Raimond Spekking / CC BY-SA 4.0

in Stahlbeton ausgeführt und seine Fassaden im Westen und Süden, die nicht von der Glashaut verhüllt sind, mit Naturstein belegt. Oberhalb der Nord-Süd-Fahrt wurde das Stützenraster dem Straßenverlauf angepasst, was Deckenspannweiten bis zu 20 m zur Folge hat (vgl. Meyer et al. 2005). Die vier Erschließungskerne mit Treppen und Aufzügen sind derart an der Fassade platziert, dass sie als Aussteifung für das Tragwerk dienen. Die vertikale Erschließung für die Besucher erfolgt über zentral gelegene Rolltreppen, die innerhalb eines schmalen Lichthofs platziert sind und vom Untergeschoss bis zum dritten Obergeschoss reichen. Das fünfte Obergeschoss ist hauptsächlich der Haustechnik vorbehalten.

Weltstadthaus als Prestigeobjekt

Schon mit der Benennung seiner großen Kaufhäuser als „Weltstadthäuser“ machte die Peek & Cloppenburg KG seit Anfang der 1990er Jahre ihren Anspruch deutlich, an den metropolitanen Glanz früherer Kauf- und Warenhäuser anzuknüpfen. Zu diesem Zweck wurden renommierte Architekturbüros mit der Aufgabe betraut, einzigartige architektonische Objekte zu schaffen. So auch in Köln, wo nach sechs Jahren Bauzeit und Rechtsstreitigkeiten ein Paradebeispiel für die damals hochaktuelle Blob-Architektur entstanden ist (vgl. Golański 2022: 49) und einer der ambitioniertesten Versuche, mit zeitgenössischer Architektur den Geist der großen Kauf- und Warenhäuser wiederzubeleben.

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 3 – Hochhaus > Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 1 – Gebäudehülle ohne Tragfunktion
Innenliegende Stützen

Dachform
Typ 4 – Flachdach

Parken
Typ 3 – Tiefgarage

Vertikale Erschließung
Typ 2 – Außenliegend / Mittig

Lichthof
Typ 2 – Außenmittiger Lichthof

JOHN LEWIS, LIVERPOOL

John Lewis war ein zentraler Baustein für die Revitalisierung der Liverpools Innenstadt. Seine vielgestaltige Architektur weckt Erinnerungen an Warenhäuser der 1920er und 1950er Jahre.

Ein Warenhaus für die Revitalisierung der Innenstadt

Das John Lewis Warenhaus ist Bestandteil des Stadtentwicklungsprojekts Liverpool ONE, das zwischen 1999 und 2008 realisiert wurde. Es umfasste eine Fläche von 17 ha im Herzen von Liverpool (vgl. BDP 2009: 5) und zielte darauf ab, den wirtschaftlichen und demografischen Herausforderungen der Innenstadt aktiv entgegenzuwirken (vgl. Nurse 2017: 4). Durch Liverpool ONE sollten Wohnen, Freizeit- und Einzelhandelsnutzungen in die Innenstadt gebracht werden. Als Ankerbauten wurden zwei große Warenhäuser gebaut: Debenhams und John Lewis.

Architektonische Charakteristika

Das Warenhaus befindet sich am südlichen Ende des Innenstadtzentrums und grenzt an die drei Einkaufsstraßen Paradise Street, Thomas Steers Way und Hanover Street. Zu diesen Seiten präsentiert sich das Gebäude als vollständig verglastes, fünfgeschossiges Gebäude, das sich mit sanften Kurven an die trapezförmige Geometrie des Grundstücks anpasst. Im Erdgeschoss bietet ein umlaufendes Vordach einen geschützten Bereich vor den Schaufenstern und Eingängen. Der Haupteingang befindet sich an der Ecke Paradise Street und Thomas Steers Way und wird durch die starke Krümmung des Gebäudes und durch einen Rücksprung des fünften Obergeschosses akzentuiert. Im ersten Obergeschoss führt eine Brücke zum nördlich gelegenen Liverpool One Einkaufszentrum, im zweiten Obergeschoss ist das Waren-



Bild 41: John Lewis, Blick von Chavasse Park, Liverpool (2018); Foto: Rodhullandemu / CC BY-SA 4.0

haus durch eine Brücke mit einem Parkhaus im Süden verbunden. Im Bereich des Haupteingangs erinnert die Glasfassade aufgrund ihrer dynamischen Krümmung und der horizontalen Gesimse an Beispiele des Neuen Bauens (s. Steckbrief #05). Aber es sind auch Anleihen an die Warenhausarchitektur der 1950er Jahre zu finden, wie die filigranen Fassadenprofile und der Wechsel von grünen und transparenten Glasflächen (s. Steckbrief #08). Der hintere Bereich des Warenhauses ist der Logistik vorbehalten und hebt sich in Form und Material vom restlichen Gebäude ab. Der rechteckige Baukörper hat eine Fassade aus vorgefertigten, terrakottafarbenen Keramikfliesen mit unregelmäßig angeordneten, vertikalen Fensteröffnungen. Im Inneren bietet das Gebäude ein zeitgemäßes Interieur mit zentral positionierten Rolltreppen in einem kleinen Lichthof, der für zusätzliches Tageslicht sorgt. Treppenhäuser, Aufzüge und Nebenräume befinden sich an der Schnittstelle von Verkaufsbereich und Logistikbereich. Zusätzliche Treppen sind entlang der Fassaden angeordnet.

Ein neues Einkaufserlebnis

2017 eröffnete im John Lewis „The Residence“, ein voll möbliertes Apartment inklusive Wohn- und Schlafzimmer, das Kunden dazu einlädt, Produkte des Warenhauses im Alltag zu testen – auch über Nacht. Mit diesem Experiment versuchte John Lewis, auf die Konkurrenz im Online-Handel zu reagieren und dem Einkaufserlebnis im Warenhaus einen neuen Impuls zu verleihen.

STECKBRIEF #12

Warenhaus
in Betrieb

Standort
70 South John Street, Liverpool

Bauherr
John Lewis & Partners

Architekturbüro
John McAslan + Partners

Baujahr
2008

Epoche
Postmoderne

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Fertigstellung

Städtebauliche Integration
Typ 5 – Solitär / vierseitige Öffnung zur Straße

Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehrgeschossbau, < Hochhausgrenze

Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende Vorhangfassade
Innenliegende Stützen

Dachform
Typ 5 – Flachdach mit Staffelgeschoss

Parken
Typ 2 – Parkhaus - Anbau oder als externer Baukörper

Vertikale Erschließung
Typ 2 – Außenliegend / Mittig

Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

7 Erhalt und Weiterentwicklung ehemaliger Kauf- und Warenhäuser

Für den Erhalt und Umbau ehemaliger Warenhäuser gibt es heute mehr Gründe denn je. Da ist zum einen die Frage nach dem historischen Zeugniswert alter Kauf- und Warenhäuser, die sich heute, wo diese Ära ihren Zenit schon längst überschritten zu haben scheint, dringlicher stellt denn je. Das gilt nicht nur für Häuser aus den ersten beiden Epochen, die – wenn sie nicht im Krieg zerstört wurden oder dem Wiederaufbau in der Nachkriegszeit zum Opfer gefallen sind – heute größtenteils unter Denkmalschutz stehen. Das gilt ebenso für jene Kauf- und Warenhäuser, die in der Nachkriegszeit und während des Wirtschaftswunders architektonische Maßstäbe gesetzt haben. Gebäude dieser Baualtersklasse sind besonders stark vom Abriss bedroht (vgl. Bundesstiftung Baukultur 2022: 23), da es nicht nur den Eigentümerinnen und Eigentümern häufig am Verständnis für die architekturhistorische Bedeutung dieser Häuser fehlt, sondern auch vielen Verantwortlichen in Verwaltung und Politik. Hier gilt es, mehr Bewusstsein für den historischen Zeugniswert und für die architektonische Qualität dieser Gebäude zu wecken und zwar nicht nur mit Blick auf den Erhaltungswert einzelner Bauwerke, sondern auch unter Berücksichtigung des Bestands an Warenhäusern insgesamt, der eine besondere historische Ära dokumentiert.

Zum anderen stellt sich heute die Frage nach der Bedeutung ehemaliger Kauf- und Warenhäuser im Kontext der nachhaltigen Stadt- und Immobilienentwicklung. In Politik und Fachwelt setzt sich allmählich die Überzeugung durch, dass technologische und energetische Maßnahmen allein nicht ausreichen, damit der Bausektor das vorgegebene Ziel der Klimaneutralität erreichen kann. Zwar ist es in den vergangenen Jahrzehnten gelungen, die energetische Effizienz von neuen und sanierten

Gebäuden deutlich zu verbessern, aber in anderen umweltrelevanten Bereichen ist die Bilanz des Bausektors nach wie vor schlecht. Das gilt zum Beispiel für den Verbrauch von nicht erneuerbaren Rohstoffen, der mit rund 600 Millionen Tonnen pro Jahr alle anderen Wirtschaftszweige hinter sich lässt (vgl. Umweltbundesamt 2023). Auch bei der Erzeugung von Abfällen nimmt der Bausektor mit 220 Millionen Tonnen den Spitzenplatz ein (vgl. Umweltbundesamt 2023), ebenso bei der Versiegelung von Böden, die dringend für die Versickerung von Regenwasser, für die Kühlung des Stadtklimas und für den Erhalt der Biodiversität benötigt werden.

Von zunehmender Bedeutung ist außerdem der Faktor *Graue Energie*. Damit ist jene Energie gemeint, die für die Herstellung, Errichtung und Instandhaltung von Gebäuden benötigt wird und indirekte Treibhausgasemissionen verursacht (z. B. durch Transporte und energieaufwändige Herstellungsverfahren). Nach einer Berechnung des BBSR wird im Wohnbereich immerhin ein Viertel aller Treibhausgasemissionen durch die Herstellung, Errichtung und Modernisierung von Gebäuden verursacht und drei Viertel durch den Betrieb dieser Gebäude (vgl. BBSR 2020: 14). Dieses Verhältnis wird sich in Zukunft aber in Richtung *Grauer Energie* verschieben. Die Gründe dafür sind, dass der Anteil der Betriebsenergie dank moderner Heiztechnik weiter sinken wird, der Anteil der *Grauen Energie* aber aufgrund von aufwendigen Konstruktionsweisen und Herstellungsverfahren weiterwächst. Dementsprechend wird das Thema *Graue Energie* auch in Baupolitik und Gesetzgebung an Bedeutung gewinnen. Stand bisher nur die Einsparung von Betriebsenergie im Zentrum der Bemühungen, werden in Zukunft auch der Erhalt und die Nachnutzung alter Gebäude eine Rolle spielen, weil auf diese Weise *Graue Energie* gespart werden kann, die sonst beim Abriss und für einen Ersatzneubau benötigt wird.

Sowohl auf EU-Ebene als auch auf Bundes- und Landesebene zeichnen sich erste politische Maßnahmen ab, die den Erhalt und die Weiterentwicklung von Bestandsgebäuden fördern werden. Zu nennen ist beispielsweise die EU-Taxonomie, die Investitionen in nachhaltige Wirtschaftsaktivitäten befördern soll, wozu auch die Sanierung von Bestandsgebäuden zählt. Ein weiteres nennenswertes Beispiel ist die von den Architektenkammern, Berufsverbänden und NGOs geforderte Umbauordnung. Sie soll die bestehenden Bauordnungen der Länder ergänzen, um baurechtliche Erleichterungen für den Erhalt und den Umbau von Bestandsgebäuden zu schaffen.

Wie die vielen, erfolgreichen Umnutzungen von Warenhäusern bereits zeigen, kann dieser Gebäudetyp gut auf die anstehenden Veränderungen im Bausektor reagieren. Dies ist vor allem dem Umstand geschuldet, dass die meisten Kauf- und Warenhäuser (vor allem die zahlenmäßig am stärksten vertretenen Exemplare aus den Nachkriegsjahrzehnten), auf konstruktiv robusten und einfach strukturierten Stahlbetonskelettkonstruktionen mit großen Spannweiten basieren. Diese Konstruktionen binden nicht nur das meiste Material und den größten Anteil *Grauer Energie* (während die Fassaden oder der Innenausbau ökologisch weniger stark ins Gewicht fallen), sondern lassen sich auch mit vertretbarem Aufwand an neue Anforderungen anpassen.

Vor diesem Hintergrund können Umnutzung und Umbau ehemaliger Kauf- und Warenhäuser gleich in mehrfacher Weise zukunftsweisend sein: Sie können neue Impulse für die Innenstadtentwicklung setzen; sie können die Transformation der Innenstadt sichtbar und erlebbar machen; und sie können – aufgrund ihrer Größe und Sichtbarkeit – Vorbildcharakter für die nachhaltige Immobilien- und Stadtentwicklung haben.

Transformation: Kauf- und Warenhäuser im Wandel

Der Wandel der Kauf- und Warenhäuser, ihre Umsatz- und Marktanteilsverluste, die zahlreichen Geschäftsaufgaben und die oftmals lange Suche nach einer neuen Nutzung stehen im Kontext der Veränderungen im innerstädtischen Nutzungsgefüge. Der stationäre Einzelhandel in den Zentren wurde durch die Covid-19-Pandemie und die damit verbundenen Geschäftsschließungen erheblich beeinträchtigt. Gleichzeitig hat die Pandemie die Umsatzdynamik im Onlinehandel weiter verstärkt. Ohnehin bestehende Strukturveränderungen im stationären Handel haben sich auf diese Weise beschleunigt.

Der Niedergang der Kauf- und Warenhäuser hat schon lange vor dieser Entwicklung eingesetzt. Betroffen ist vor allem die Betriebsform Warenhaus. Der Warenhausbestand in Deutschland hat sich von 394 Filialen im Jahr 1994 auf 92 Filialen² zu Beginn des Jahres 2024 reduziert (vgl. Hangebruch 2023: 46). Gab es bis 1994 noch die vier Warenhausunternehmen Karstadt, Kaufhof, Hertie und Horten, ist infolge mehrerer Fusionen ein einziger Konzern geblie-

ben. Die zur Signa Unternehmensgruppe gehörende Galeria Karstadt Kaufhof GmbH hat nach zwei Insolvenzverfahren in den Jahren 2020 und 2022 rund 1 Mio. m² Warenhausverkaufsfläche in 83 Filialen bundesweit aufgegeben (vgl. ebd.) Weitere Standortschließungen folgen im Rahmen der dritten Insolvenz von 2024. Darüber hinaus hat die Signa-Gruppe in den letzten Jahren rund 30 frühere Karstadt-Sportkaufhäuser aufgegeben.

Die großen Modekaufhäuser konnten sich zwar insgesamt besser am Markt halten, sie sind aber in den letzten Jahren ebenfalls von Umsatzrückgängen betroffen. Apperath & Cüpper und Peek & Cloppenburg (Düsseldorf) mussten 2020 beziehungsweise 2023 ebenfalls Insolvenz anmelden, wurden aber in Eigenregie saniert. Auch C&A verkleinert seinen Filialbestand und reduziert Verkaufsflächen auf maximal 3.500 m² je Filiale. Darüber hinaus ziehen sich die in der Vergangenheit stark expandierenden, preisorientierten Fast-Fashion-Anbieter wie Primark, H&M und Zara zunehmend aus den Innenstädten zurück. Filialschließungen und Verkaufsflächenverkleinerungen zeigen sich zudem bei den Elektrokaufhäusern.

Die mehrgeschossigen Gebäude der Kauf- und Warenhäuser verlieren als Einzelhandelsstandorte zunehmend an Bedeutung. Nachnutzungsroutinen aus der Vergangenheit greifen nicht mehr, weil sich für die großen Verkaufsflächen vielerorts keine Interessenten aus dem Einzelhandel mehr finden und früher etablierte Nachnutzer wie Kaufhausunternehmen oder Shopping Center selbst Umsatzverluste erleiden (vgl. Hangebruch 2020a: 32). Gerade für die Obergeschosse kommen vor allem einzelhandelsfremde Umnutzungen in Betracht (vgl. ebd.: 37)

Bild 42: Früheres Karstadt-Warenhaus, Trier (2023); Foto: Lisa Haag



² Ohne die zwischenzeitlich ausgegliederten Premium-Warenhäuser KaDeWe (Berlin), Alsterhaus (Hamburg), Oberpollinger (München), die nicht zur Galeria Karstadt Kaufhof GmbH gehören

Ehemalige Kauf- und Warenhausgebäude sind mit Blick auf ihre Bausubstanz und Konstruktion in aller Regel gut für neue Nutzungen umzubauen. Inzwischen wurde für fast alle der zwischen 1994 und 2019 aufgegebenen Warenhäuser eine Nachnutzung gefunden (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022: 9). Diese wurde bei rund 70 % der Gebäude im vorhandenen Gebäudebestand realisiert (vgl. ebd.). Damit eröffnen ehemalige Warenhausimmobilien umfassende Flächenpotenziale für Wohnen, Bildung, Kultur, Freizeit, Dienstleistungen, Büros, öffentliche Verwaltung und anderes mehr (vgl. Hangebruch 2020a: 37).

Mit zahlreichen Steckbriefen und Fallbeispielen zeigt die Studie, wie entsprechende Transformationsvorhaben in Abhängigkeit von der jeweiligen Entstehungsperiode der Gebäude gelingen können und wie durch einen geschickten Umbau der Bauten unterschiedlichste Nutzungskombinationen möglich werden. Das Nutzungsspektrum ist dabei ebenso breit, wie die baulichen Maßnahmen zur Transformation der Gebäude. Sie reichen von minimalen Eingriffen in die vorhandene Bausubstanz über aufwändige, teils denkmalgerechte Kernsanierungen bis hin zu Teilabbrüchen und Neuaufbauten in Holzhybridbauweise.

8 Veränderungen des innerstädtischen Nutzungsgefüges

Innenstadtzentren bilden den Kern der europäischen Stadt. Ehemals in hohem Maße Nutzungsgemischt und mit einem dichten Nebeneinander von Wohnen, Arbeiten und Versorgung, hat sich diese Funktionsvielfalt im Laufe des vergangenen Jahrhunderts mehr und mehr aufgelöst, weil durch die Marktmacht des Einzelhandels andere, weniger zahlungskräftige Nutzungen verdrängt wurden (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022: 1). In der Folge dominiert heute in vielen Zentren – vor allem in den Innenstadtzentren der Großstädte – der



Bild 43: Linden-Karree, Gelsenkirchen-Buer (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

Einzelhandel. Die Leitfunktion des Einzelhandels für die Zentrenentwicklung war lange Zeit unbestritten, sie wurde politisch, planerisch und programmatisch gefördert.

Nun deutet sich eine Wende an: Durch die Umsatzdynamik im Onlinehandel verzeichnen die Einzelhandelsbetriebe in den Innenstadtzentren anhaltende Umsatzverluste. Zunehmende Betriebsaufgaben stellen die bisherige Leitfunktion des Einzelhandels in Frage. Forderungen nach mehr Nutzungsmischung gewinnen an Nachdruck und vielerorts werden integrierte städtebauliche Konzepte zur Neuausrichtung der Innenstadtzentren und zur Stärkung der Nutzungsvielfalt erarbeitet.

8.1 Strukturveränderungen im Einzelhandel

Der Einzelhandel ist seit jeher durch eine ausgeprägte Entwicklungsdynamik gekennzeichnet. Immer wieder sind neue Betriebs- und Vertriebsformen entstanden, die das Einkaufsverhalten beeinflusst und zu strukturellen Veränderungen im bestehenden Handelsbesatz geführt haben.



Bild 44: Bewerbung des C&A-Onlineshops im Schaufenster, Dortmund (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

Der Wandel im Handel hat sich dabei stets auch räumlich niedergeschlagen, unter anderem durch neue Gebäudetypologien für den Einzelhandel oder neue Einzelhandelsstandorte, die mit einer räumlichen Verlagerung von Einzelhandelsschwerpunkten einhergehen. In den letzten beiden Dekaden hat vor allem der Onlinehandel zu massiven Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen geführt, denn er entkoppelt den Einkauf von den Geschäftshäusern als Orte des Handels.

Umsatzentwicklung im Einzelhandel

Mehr als eine Dekade Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum in Deutschland, verbunden mit einer niedrigen Arbeitslosigkeit, haben zu erheblichen Kaufkraftsteigerungen geführt. Ein Blick zurück zeigt, dass das Gesamtumsatzvolumen im

deutschen Einzelhandel seit 2009 kontinuierlich gestiegen ist und im Jahr 2022 632 Mrd. Euro erreicht hat (vgl. HDE 2023a: 10). Das anhaltende Wachstum im Gesamteinzelhandel – und insbesondere in den Corona-Jahren 2020/2021 – ist vor allem auf Umsatzsteigerungen im Onlinehandel zurückzuführen, der sich ungeachtet des insgesamt rückläufigen Anteils des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben fest als Einkaufskanal etabliert hat.

Veränderte gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen, insbesondere die abschwächende Konjunkturlage, die anziehende Inflation und das steigende Preisniveau führen Stand Sommer 2023 jedoch zu realen Kaufkraftverlusten, die den Einzelhandel absehbar belasten könnten (vgl. HDE 2023a: 7).

Verkaufsflächenentwicklung

Deutschland hat bei einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 124,5 Mio. m² (vgl. HDE 2023b: 25) mit 1,48 m² Verkaufsfläche pro Einwohnerin beziehungsweise Einwohner eine im europäischen Vergleich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung. Durch erhebliche Flächenausweitungen außerhalb der Zentren ist die Verkaufsfläche in den letzten Dekaden kontinuierlich gewachsen. Während die Fläche pro Betrieb größer geworden ist, hat sich die Zahl der Geschäfte reduziert. Die Kauf- und Warenhausunternehmen haben zahlreiche Filialen aufgegeben und viele inhabergeführte Unternehmen wurden gänzlich geschlossen. Gleichzeitig nahm die Internationalisierung und Filialisierung der Anbieter zu.

Seit spätestens Mitte der 2010er Jahre sind zunehmende Sättigungseffekte im innerstadtrelevanten Einzelhandel offensichtlich. Verkehrlich gut erreichbare Fachmarkttagglomerationen außerhalb der gewachsenen Zentren gewinnen hingegen weiter an Beliebtheit und insbesondere

in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen erfolgen weitere Flächenausweitungen (vgl. Hahn 2023: 158).

Die Verortung der Einzelhandelsflächen im Zuge der Erstellung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte zeigt regelmäßig, dass in den meisten Städten deutlich weniger als ein Drittel der Verkaufsfläche in den Innenstadtzentren liegen. Durch diese Entwicklung steht der innerstädtische Einzelhandel bereits seit vielen Jahre im Wettbewerb mit nicht-integrierten Einzelhandelsstandorten außerhalb der Zentren. Angesichts der erheblichen Verkaufsflächen außerhalb der Innenstadtzentren hatten die Warenhausunternehmen gerade in Ostdeutschland große Schwierigkeiten, so dass sie ihr Filialnetz hier bereits frühzeitig ausgedünnt haben.

Umsatzdynamik im Onlinehandel

Deutschland liegt mit einem Umsatzanteil im Onlinehandel von rund 13 % im Jahr 2022 in der Spitzengruppe in Europa (vgl. HDE 2023a: 10). Bezogen auf den Onlineumsatz absolut liegt Deutschland mit 84,5 Mrd. Euro sogar sehr deutlich an der Spitze: In keinem anderen Land Europas wird so viel Einzelhandelsumsatz online erzielt wie in Deutschland (vgl. ebd.).

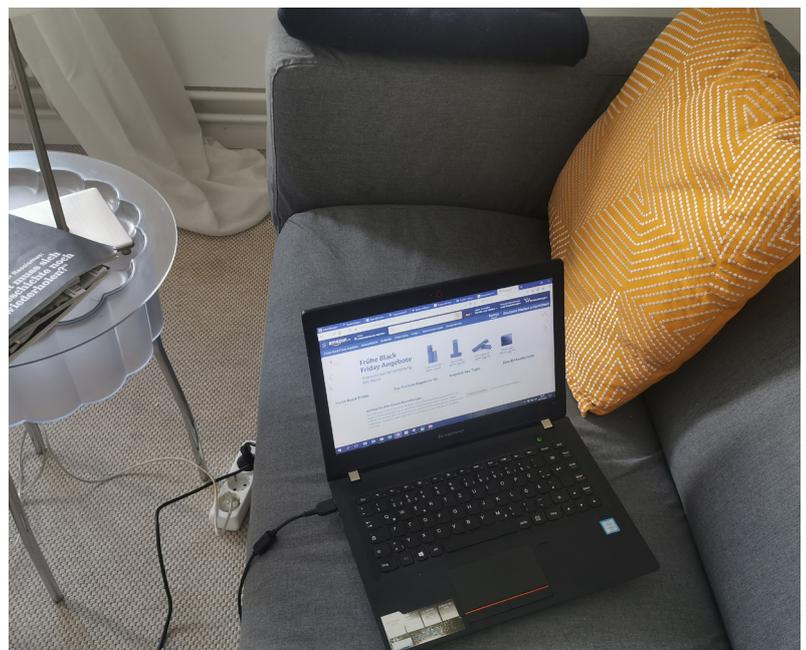
Für den Onlinehandel hat sich die Covid-19-Pandemie als Wachstumstreiber erwiesen. Infolge der Geschäftsschließungen stieg der online erzielte Einzelhandelsumsatz im Jahr 2020 um 23 %, also 13,6 Mrd. Euro (netto) und im Jahr 2021 um weitere 17 %, also 13,9 Mrd. Euro auf 86,7 Mrd. Euro (vgl. ebd.: 6). Durch das enorme Wachstum hat sich der Umsatzanteil des Onlinehandels am Gesamteinzelhandelsumsatz seit 2017 um rund 50 % erhöht (vgl. ebd.: 10).

Mit Blick auf die Umsatzzahlen von 2022 zeigt sich, dass die Umsatzentwicklung im

Onlinehandel die Dynamik der Pandemiejahre 2020 und 2021 nicht fortschreiben konnte. Das Onlinewachstum ist entgegen des Wachstums des Gesamtmarktes mit minus 3 % erstmals leicht rückläufig (vgl. ebd.: 11). Dadurch hat sich auch der Umsatzanteil des Onlinehandels am gesamten Einzelhandelsumsatz von seinem Spitzenwert von 15 % im Jahr 2021 auf 13 % im Jahr 2022 korrigiert (vgl. ebd.: 10).

Der Einkauf im Internet hat sich vor allem in den innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen etabliert. Der Umsatzanteil in den Sortimentsgruppen Fashion & Accessoires sowie Consumer Electronics/Elektro lag 2022 bei 43 % und 40 % (vgl. ebd.: 14). Allein die Onlineumsätze in diesen Sortimentsgruppen machen knapp 50 % des gesamten Umsatzvolumens im Onlinehandel aus (vgl. ebd.: 13). Mit nennenswerten Umsatzanteilen in den traditionell ebenfalls sehr stark in den Innenstadtzentren angebotenen Branchen Freizeit & Hobby, Schmuck & Uhren sowie Büro & Schreibwaren tragen die innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen insgesamt zu fast zwei Drittel des Gesamtumsatzes im Onlinehandel bei (vgl. ebd.: 13 f.).

Bild 45: Online-Shopping (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Dabei ist die marktbeherrschende Stellung von Amazon ungebrochen. Der Eigenhandel von *Amazon.de* und *Amazon Marketplace* wachsen entgegen des Markttrends weiter und erzielen zusammen etwa 50 % des Onlineumsatzes (vgl. ebd.: 26). Mit rund 35 % Umsatzanteil tragen aber auch die Onlineumsätze der klassischen stationären Einzelhandelsunternehmen maßgeblich zum Umsatzvolumen im Onlinehandel bei (vgl. ebd.: 22). Dabei lässt sich beobachten, dass die Grenzen zwischen stationärem und digitalem Einzelhandel zunehmend verschwimmen. Es entstehen neue Handelsformate, die stationäre und digitale Einkaufskanäle verbinden, während die Menschen beim Einkauf situativ die für sie beste Option wählen.

Während sich das Onlinewachstum in den innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen im Jahr 2022 erstmals abgeschwächt hat, wurden in den nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen, die bislang längst nicht die Marktdurchdringung der innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen erreicht haben, erhebliche Umsatzsteigerungen erzielt. 2022 lag der Umsatzanteil des Onlinehandels im Bereich Lebensmittel bei 2,4 %, bei Drogeriewaren bei 3 %, und bei Kosmetik bei 22 % (vgl. ebd.: 20). Prognosen zufolge wird der Onlineumsatz in diesen Sortimentsgruppen tendenziell weiter steigen, die hohen Wachstumsraten der

vergangenen Jahre, in denen die Pandemie Umsatztreiber war, aber voraussichtlich nicht mehr erreichen.

Rückzug des Einzelhandels

Die Wirkungen des Onlinehandels und der Covid-19-Pandemie auf die Stadtzentren können derzeit noch nicht abschließend beurteilt werden (vgl. BBSR 2023: 5). 2022 zeigte sich eine spürbare Erholung des stationären Einzelhandels. Während der Onlinehandel erstmalig Umsätze verloren hat, sind die Umsätze im stationären Einzelhandel um fast 9 % gestiegen – nominale Umsatzsteigerung, denen durch die inflationsbedingten Kaufkraftpreissteigerungen allerdings reale Umsatzverluste gegenüberstehen (vgl. HDE 2023a: 10 ff.).

Damit können die pandemiebedingten Umsatzverluste im stationären Einzelhandel nicht aufgefangen werden. Rückläufige Flächenproduktivitäten, also weniger Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, bedingen Betriebsaufgaben und eine rückläufige Flächennachfrage insgesamt. Nach Zahlen des HDE ist die Zahl der stationären Einzelhandelsbetriebe zwischen 2020 und 2022 jährlich um 11.000 Geschäfte zurückgegangen (vgl. HDE 2023c). Der Mittelstand und kleinbetriebliche Strukturen sind stärker betroffen als Filialunternehmen. Dennoch ziehen sich auch diese vielerorts aus den Innenstädten zurück, sie geben Filialen auf oder reduzieren ihre Verkaufsflächen.

Der Rückzug des Einzelhandels führt in vielen Zentren zu Funktionsverlusten, weil die Nachvermietung von Einzelhandelsflächen zunehmend schwieriger wird. Viele Verkaufsflächen stehen längerfristig leer. Neben Sockelleerständen, bedingt durch unzureichende Lage- und Ausstattungsmerkmale der zu vermietenden Flächen und spekulative Leerstände, tritt zunehmend struktureller Leerstand auf, durch Flächen, die aufgrund wegbrechender

Bild 46: Leerstehende Görtz-Filiale, Dortmund (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Nachfrage nicht mehr vermietet werden können (vgl. Netzwerk Innenstadt NRW 2023: 21). Hinzu kommen viele potenzielle Leerstände, also Flächen, die derzeit zwar noch genutzt werden, bei denen ein Leerstand aber absehbar ist (vgl. ebd.).

Ein Blick auf die strukturellen Veränderungen und die Leerstandsentwicklung in vielen ehemals sehr starken Innenstadtzentren der Großstädte zeigt, dass die Herausforderungen für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung nicht mehr nur vermeintlich schwache Innenstadtzentren und Einzelhandelslagen betreffen, sondern grundsätzlich auch die Innenstadtzentren attraktiver Metropolen erreicht haben. Auch in vielen Shopping Centern zeigen sich teils erhebliche Lücken im Einzelhandelsbesatz und eine zunehmende Gastronomisierung des Angebots. Die Flächengröße der leerstehenden Geschäfte reicht von wenigen Dutzend Quadratmetern bis hin zu mehr als 20.000 m² in den großen Kauf- und Warenhäusern.

Nach derzeitigem Stand der Forschung sind unterschiedliche Entwicklungsszenarien möglich: Befragungen von Einzelhandelsunternehmen zufolge könnten vor allem Shopping Center sowie Nebenlagen, aber auch Hauptlagen von Oberzentren an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren, während sich Fachmarkttagglomerationen weiter positiv entwickeln und der Konsolidierungsprozess in den Innenstadtzentren von Mittelzentren weitgehend abgeschlossen scheint (vgl. Hahn 2023: 105). Andere Studien gehen hingegen davon aus, dass die Erosion des Einzelhandelsangebots in vielen peripher gelegenen Klein- und Mittelstädten weiter voranschreitet und sich Trading-Down-Effekte hier ausbreiten, während sich räumliche Konzentrationsprozesse hin zu attraktiven Lagen verstärken, wobei sich deutliche Niveauunterschiede zwischen den unterschiedlichen Lagen innerhalb eines Zentrums herausbilden (vgl. BBSR 2023: 6).



Angesichts ihrer stadtbildprägenden Bedeutung und jahrzehntelangen Präsenz in den Innenstadtzentren geht von aufgegebenen und leerstehenden Kauf- und Warenhäusern eine erhebliche Impulswirkung aus (vgl. Hangebruch 2020b: 143). Insbesondere Warenhausschließungen wirken trotz ihrer stark nachlassenden Versorgungsfunktion vielerorts sehr emotional. Gerade in älteren Bevölkerungsgruppen ist die Identifikation mit den Gebäuden nach wie vor hoch. Warenhäuser symbolisierten den wirtschaftlichen Aufschwung, ihr Niedergang beeinträchtigt nun das Image der betroffenen Zentren (vgl. ebd.).

Veränderung von Mieten, Immobilienwerten und Frequenzen

Trotz des allgemeinen Rückgangs von Flächennachfrage, Neubau, Mieten und Spitzenrenditen für Einzelhandelsimmobilien (vgl. BBSR 2022: 36 f.) halten noch immer viele Vermietende an den kontinuierlich gestiegenen Einzelhandelsmieten der letzten Jahre fest.

Mit Blick auf die spezielle Situation der Kauf- und Warenhäuser kam es jedoch bereits in der Vergangenheit im Zuge der Unternehmensinsolvenzen zu Mietausfällen, Mietstundungen, temporären Mietnachlässen sowie dauerhaften Mietpreiskorrek-

Bild 47: Erheblicher Leerstand auch in Shopping Centern, Coens-Galerie Solingen (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

turen. Warenhausschließungen konnten dennoch vielerorts nicht verhindert werden. Reduzierte Mieten bedeuten für die Vermietenden nicht nur reale Einnahmeverluste, sondern sie sind auch mit Wertverlusten der Immobilien verbunden. Im Zuge der neuerlichen Galeria-Insolvenz soll ein weiteres Mal um die Mieten verhandelt werden. Inwiefern weitere Nachlässe erzielt werden können, werden die Gespräche zeigen.

Als Folge der kontinuierlichen Immobilienwertsteigerungen der vergangenen Jahrzehnte ermöglicht jedoch nur eine Absenkung der Miet- und Kaufpreiserwartungen eine Neuausrichtung des innerstädtischen Nutzungsgefüges und eine Ergänzung durch einzelhandelsfremde Nutzungen. Für Vermietende kommt erschwerend hinzu, dass eine Umnutzung früherer Ver-

kaufsf lächen fast immer mit einem erheblichen Umbau der Flächen einhergeht, der entsprechende finanzielle Aufwendungen erfordert. Das Dilemma liegt also darin, in Zeiten hoher Kosten für Baustoffe, Bauleistungen und Baufinanzierungen erhebliche Mittel in Gebäudeumbauten zu investieren, die nach der Umstrukturierung gegebenenfalls weniger Miete einbringen, als durch die vormalige Einzelhandelsnutzung in der Vergangenheit erzielt wurde. Dennoch sind bauliche Umstrukturierungen für Drittnutzungen unvermeidbar, wenn die wirtschaftliche Basis aus der Flächenvermietung in den Innenstadtzentren auch künftig gesichert werden soll. Da es ohne eine Anpassung des Gebäudebestands an die gegebenen Nutzungsveränderungen absehbar zu massiven Funktionsverlusten kommen könnte, haben Bund und Länder diverse Förderprogramme zur Erleichterung von Umnutzungen in den Innenstadtzentren aufgelegt.

Mit Blick auf die Entwicklung der Frequenzen in den Innenstadtzentren zeigen sich derzeit zwei gegenläufige Entwicklungen: Während viele Einzelhandelsbetriebe Frequenzverluste melden (vgl. HDE 2023b: 34), zeigen Frequenzmessungen, dass die Zahl der Innenstadtbesucherinnen und -besucher in den Haupteinkaufslagen der Großstädte wieder das vorpandemische Niveau erreicht hat (vgl. BBSR 2023: 5; Dashboard Deutschland 2023). Auch der jährlich durchgeführten Befragung *Vitale Innenstädte* zufolge ist der Einkauf nach wie vor Hauptgrund für den Besuch der Innenstädte (vgl. IFH 2023). Allerdings werden hier nur die Menschen befragt, die bereits ohnehin in den Innenstadtzentren unterwegs sind. Die zahlreichen Personen, die nicht (mehr) in die Innenstädte kommen, werden durch die Untersuchungsmethodik nicht erfasst. Diverse Studien deuten insbesondere darauf hin, dass die Bedeutung der Innenstadt als Einkaufsstandort gerade bei jüngeren Menschen deutlich nachlässt (vgl. BBSR 2023: 5).

Bild 48: Neue Ansätze für die Nachvermietung, Wien (2018); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Nutzungsvielfalt statt Monofunktionalität

Vierorts ist der Einzelhandel nur noch einer von mehreren Gründen für den Innenstadtbesuch. Denn immer mehr Menschen werden vom klassischen Einzelhandelsangebot gar nicht mehr erreicht – nicht nur, weil sie online shoppen, sondern oft auch weniger, nachhaltiger oder Second Hand.

Bildung und Kultur, vor allem aber auch Wohnungen und Arbeitsplätze ziehen auch Menschen in die Innenstädte, die dort nicht zum Einkaufen hinkommen. Sie beleben die Innenstadtzentren, schaffen neue Besuchsanreize für unterschiedliche Zielgruppen und Milieus und erzeugen auch über die üblichen Geschäftszeiten des Handels hinaus Vitalität und Frequenz. Wohnen, Bildung, Kultur und Gesundheitsdienstleistungen erfüllen Daseinsgrundfunktionen und können nur zum Teil durch digitale Tools und Plattformen ersetzt werden. Vierorts sind diese Funktionen gegenwärtig suboptimal untergebracht, auf diverse Standorte verteilt, in sanierungsbedürftigen Immobilien, auf zu kleiner Fläche oder in schlecht an den ÖPNV angebundenen Lagen. Der Rückzug des Einzelhandels aus der Fläche und das sich korrigierende Miet- und Kaufpreisgefüge in den Innenstädten bietet die Chance, dass diese Nutzungen in Bestandsimmobilien in den Innenstadtzentren Raum finden können (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022: 6).

Die Forderung nach lebendigen, nutzungsgemischten Zentren ist nicht neu, sie hat sich in den letzten Jahren jedoch deutlich verstärkt. Sie wurde bereits in der *Leipzig Charta* von 2007 sowie im *Weißbuch Innenstadt* von 2011 formuliert und in der von den Stadtentwicklungsministerien aller 27 EU-Mitgliedsstaaten unterzeichneten *Neuen Leipzig-Charta* von 2020 untermauert und auch in der *Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim Bundesbau-*

ressort von 2021 betont. Auch die Städtebauförderungsprogramme des Bundes *Aktive Stadt- und Ortsteilzentren* von 2008, seit 2020 *Lebendige Zentren*, sowie das Bundesprogramm *Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren* von 2022 sowie zahlreiche Förderprogramme der Länder zur Stärkung und Neuausrichtung der Innenstadtzentren zielen in diese Richtung.

Ausblick

Die beschriebenen Herausforderungen und strukturellen Veränderungen treffen grundsätzlich alle Kommunen. Durch ihre Stadtstruktur, ihr Nutzungsgefüge, ihr Einzugsgebiet und die dort handelnden Personen bestehen jedoch unterschiedliche Voraussetzungen und Möglichkeiten zur Reaktion und Anpassung an den Nutzungswandel.

Durch den Krieg in der Ukraine und die hohe Inflation, einhergehend mit stark gestiegenen Verbraucherpreisen und Energiekosten sowie sinkenden Realeinkommen, sind neue Unsicherheiten für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung entstanden. Es ist nicht absehbar, wie sich Preisentwicklungen, Materialknappheit und sinkende Kaufkraft auf den Nutzungswandel in den Zentren auswirken werden.

Bild 49: Autofreier Sommer, Rathaus-Quartier Hamburg (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



8.2 Transformationsbedarf für nicht mehr benötigte Bauten des Einzelhandels

Die Unsicherheiten über künftige Flächenbedarfe des Einzelhandels, aber auch Ungewissheiten mit Blick auf den künftigen Büroflächenbedarf stellen grundlegende Innenstadtnutzungen infrage. In der Krisenanfälligkeit der innerstädtischen Strukturen zeigt sich, dass der Schwerpunkt zu lange einseitig auf den gewerblichen Funktionen der Innenstadt lag und neue Lösungen und Konzepte gebraucht werden.

Die üblichen Bestandshalter in den Innenstadtzentren wie Pensionsfonds, Versicherungen etc. agieren als Anleger, sie sind in aller Regel keine Projektentwickler. Angesichts des schwierigen finanziellen Umfelds für die Immobilienprojektentwicklung ist das Transaktionsvolumen im Bereich Handelsimmobilien mit Beginn des Jahres 2023 deutlich eingebrochen (vgl. Hahn 2023: 122). Das führt dazu, dass sich Transaktionszeiträume verlängern und Einzelhandelsimmobilien, für die Bestandshalter einen Verkauf anstreben, deutlich länger leerstehen könnten.

Bild 50: Leerstand auch in guten Lagen, Neuer Wall Hamburg (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Es zeichnet sich ab, dass neben Kauf- und Warenhäusern auch Shopping Center, die durch zunehmende Leerstände gekennzeichnet sind, künftig einer Drittverwendung bedürfen. Die Nach- und Umnutzung von Einzelhandelsgroßimmobilien ist jedoch kein Selbstläufer. In der Vergangenheit hat es im Schnitt mehr als fünf Jahre gedauert, bis frühere Warenhäuser eine neue Nutzung gefunden haben (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022: 9).

Insbesondere in den oberen Geschossen von Handelsimmobilien zeichnen sich bereits seit einigen Jahren zunehmend einzelhandelsfremde Drittnutzungen ab (vgl. Hangebruch 2020: 37). War für einen rentierlichen Immobilienbetrieb oder eine rentierliche Immobilienprojektentwicklung – auch im Zuge von Redvelopments – lange Zeit vor allem die Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss, gegebenenfalls auch im Unter- und im ersten Obergeschoss maßgeblich und in aller Regel auch auskömmlich, werden einzelhandelsfremde Nutzungen in den Obergeschossen für die Wirtschaftlichkeit eines Objekts zunehmend unverzichtbar.

Angesichts der Zunahme vakanter Innenstadtimmobilieneinerseits und des wachsenden Bewusstseins für die (auch ökologische) Notwendigkeit des Bauens im Bestand verlagern sich Projektentwicklungen zunehmend vom Neubau auf Bestandsimmobilien. Damit gewinnen Einzelhandelsimmobilien, die ihre Funktion verloren haben und einer Transformation bedürfen, eine neue Bedeutung. Aber auch bei der Drittverwendung der Immobilien, verbunden mit Umbau und Sanierung, verstärken sich räumliche Konzentrationsprozesse hin zu attraktiven Lagen. Die Vorteile für eine Umnutzung im Bestand sind unter Nachhaltigkeitsaspekten offensichtlich: Denn bei einer ganzheitlichen Betrachtung muss neben dem Energieverbrauch während der Betriebsphase des Gebäudes auch die *Graue Energie* (mehr

dazu s. Seite 60) berücksichtigt werden. Hinzu kommt der Aufwand für den Gebäudeabbruch und die Entsorgung des Abbruchmaterials. Auch die knappe Rohstoffverfügbarkeit, steigende Baukosten, nationale Nachhaltigkeitsanforderungen, die EU-Taxonomieverordnung, steigende Energiekosten und die Verfügbarkeit von Fördermitteln begünstigen die Transformation von Bestandsgebäuden (vgl. Union Investment/Bulwien Gesa 2022: 35 f.).

Für die Transformation früherer Kauf- und Warenhäuser sprechen darüber hinaus die guten Lagequalitäten der Bestandsimmobilien in oftmals zentralen innerstädtischen Lagen, in denen es in aller Regel keine nennenswerten Neubaupotenziale gibt. Hinzu kommen die bereits in der Vergangenheit gestattete, intensive Ausnutzung der Grundstücke und zeitliche Vorteile für die Projektentwicklung und eine schnellere Vermarktung durch vorhande-

nes Baurecht. Durch eine grundlegende funktionale und bauliche Transformation kann die Nutzungsdauer der Immobilien erheblich verlängert werden. So können stadtbildprägende, emotional aufgeladene Gebäude erhalten und bestehende Ressourcen effizient weitergenutzt werden.

Werden Bestandsimmobilien wesentlich in ihrer Gebäude- und Nutzungsstruktur umgestaltet und umfassen die Veränderungen einen umgebauten Anteil von mindestens 30 % der Bruttogeschossfläche und eine Nutzungsänderung von mindestens 30 % der BGF wird von Transformationsimmobilien gesprochen (vgl. Union Investment/Bulwien Gesa 2022: 9 f.). Präferierte Umnutzungen bei Projektentwicklern sind frei finanzierte Wohnungen, nahversorgungsrelevanter Einzelhandel, Büro, Co-Working, Gastronomie und Service-Apartments (vgl. Union Investment/Bulwien Gesa 2022: 52).



Bild 51: Transformation von Karstadt zum Marktquartier, Recklinghausen (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

9 Aktuelles Schließungs- und Umnutzungsgeschehen: Momentaufnahme und Status quo

Infolge der anhaltenden Strukturveränderungen im Einzelhandel hat sich die Zahl der Warenhäuser in Deutschland seit 1994 auf rund ein Viertel Ende Januar 2024 reduziert (Hangebruch 2023: 46). Den Warenhausunternehmen ist es nicht gelungen, ihr Geschäftsmodell an die Bedürfnisse des Marktes anzupassen, sie finden mit ihrem breiten, unspezifischen Angebot insbesondere bei jüngeren Menschen keinen Zuspruch. Die frühere Stärke der Sortimentsvielfalt kann in Zeiten des Internet nicht länger überzeugen.

Warenhausschließungen sind regelmäßig wellenartig erfolgt, unter anderem im Zuge der ersten großen Marktberingung durch die Fusion von Karstadt und Hertie und Kaufhof und Horten Mitte der 1990er Jahre, durch die Ausgliederung und den Verkauf der kleineren Karstadt-Filialen an Dawnay Day und Hilco Mitte der 2000er Jahre und die Insolvenz des Unternehmens 2009, durch die Karstadt-Insolvenz 2010 und schließlich insbesondere durch die Insolvenzen des Galeria-Konzerns in den Jahren 2020 und 2022.

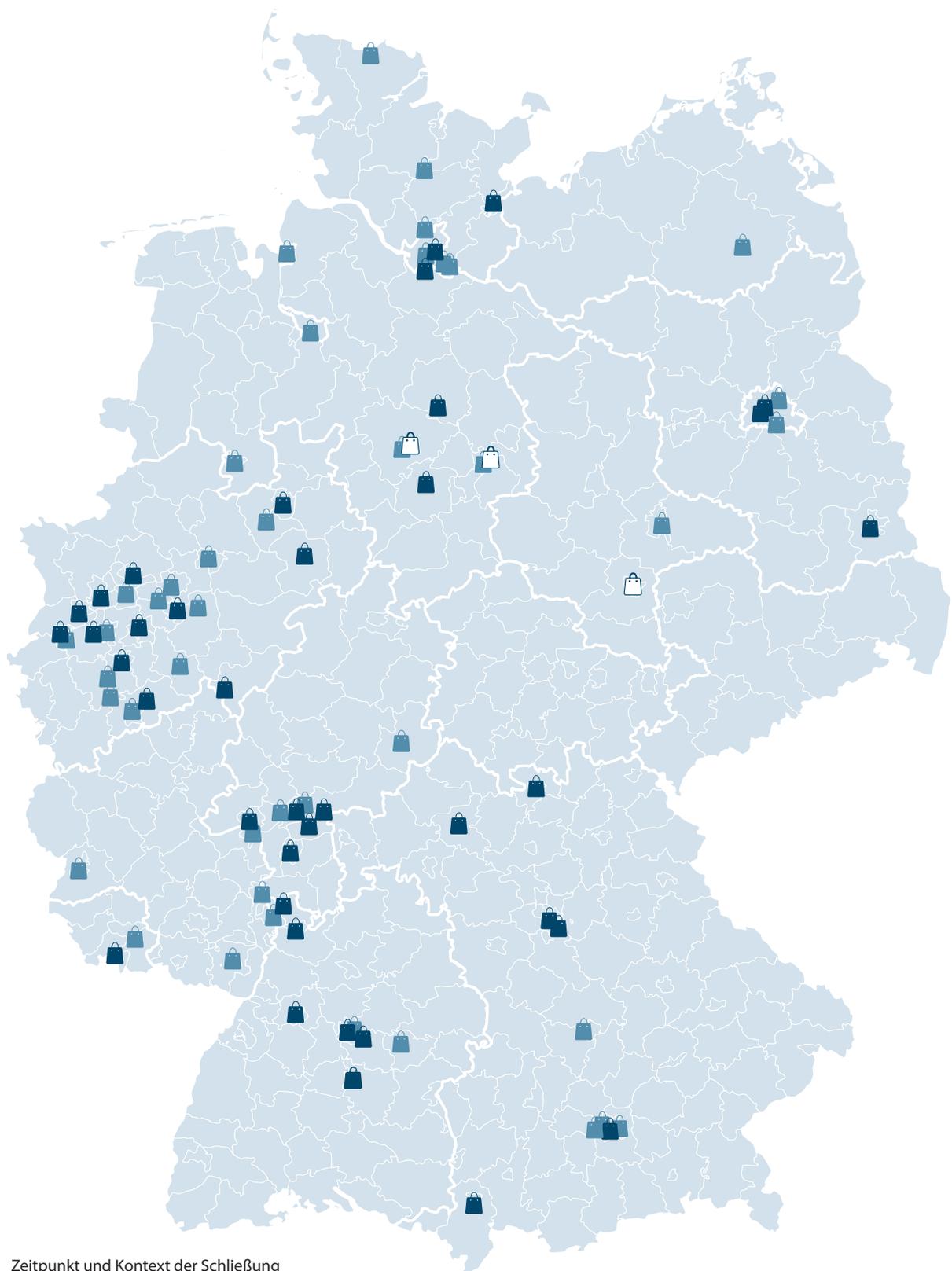
Mit Ausnahme der seit 2020 geschlossenen Warenhäuser wurde für fast alle Standorte bereits eine Nachnutzung gefunden und in den allermeisten Fällen auch realisiert (Hangebruch/Othengrafen 2022: 6). Mit wenigen Ausnahmen erfolgt eine erneute Nutzung durch Einzelhandel, die sich jedoch längst nicht immer auf das gesamte Gebäude erstreckt. Der vom Einzelhandel genutzte Flächenanteil wird hingegen zunehmend kleiner und durch vielfältige andere Nutzungen – wie Büro, Wohnen, Kultur, Bildung und öffentliche Verwaltung – ergänzt (Hangebruch 2020b: 144). Es ist davon auszugehen, dass sich Mixed-Use-Konzepte auch bei den gegenwärtig leer stehenden Warenhäusern sowie bei den im Kontext der dritten Insolvenz 2024 unlängst angekündigten Schließungsstandorten durchsetzen werden.

Die Kaufhausunternehmen sind bislang deutlich weniger von Krisen und Umbrüchen betroffen. Sie verfügen über ein spezialisierteres Sortiment und eine klarere Zielgruppenansprache, dennoch verlieren auch sie in den letzten Jahren Marktanteile, weil ihre Sortimente – vor allem Fashion & Accessoires und Consumer Electronics/Elektro – besonders hohen Zuspruch im Onlineeinkauf finden. Mit Blick auf das Schließungs- und Umnutzungsgeschehen liegen für Kaufhäuser keine ähnlich umfassenden Vorarbeiten vor, wie sie für Warenhäuser gegeben sind.

Während die Schließung und Umnutzung von Warenhäusern ein ausgeprägtes öffentliches Interesse findet, wird die Entwicklung der großen Mode- und Elektrokaufhäuser auch von der Stadtgesellschaft und den Medien mit weniger Aufmerksamkeit begleitet. Da die Gebäudetypologie und Lagequalität von Kaufhäusern denen der Warenhäuser sehr ähnlich sind, lassen sich die Bauten beider Betriebsformen hinsichtlich ihrer Transformationspotenziale und Nachnutzungsoptionen sehr gut vergleichen.

Bild 52: Früheres Kaufhof-Warenhaus, Duisburg (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv





Zeitpunkt und Kontext der Schließung

-  42 Schließungen 2020, nach Galeria-Insolvenz 2020
-  3 Schließungen 2021/2023, außerhalb der Insolvenz
-  38 Schließungen 2023-2024, nach Galeria-Insolvenz 2022

50 km

Abb. 7: Warenhausschließungen in Deutschland 10/2020-01/2024; Datenrecherche: Nina Hangebruch, Kartographie: Jutta Rönsch, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2021

9.1 Kauf- und Warenhausschließungen

Allein zwischen Ende 2020 und Anfang 2024 hat der Galeria-Konzern bundesweit 83 frühere Karstadt- und Kaufhof-Warenhäuser sowie 30 Karstadt-Sportkaufhäuser aufgegeben. Zur Bewältigung der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie hatte Galeria aus dem Wirtschaftsstabilisierungsfonds des Bundes in zwei Hilfsaktionen insgesamt 680 Mio. Euro erhalten (Zeit Online 2022). Die öffentlichen Gelder konnten den Fortbestand des Unternehmens jedoch nicht sichern, sodass Galeria Karstadt Kaufhof infolge der Insolvenz des Mutterkonzerns Signa im Januar 2024 erneut Insolvenz anmelden musste und das Filialnetz weiter ausgedünnt wird.

42 Warenhausschließungen gehen auf die Insolvenz im Jahr 2020 zurück, die nach Unternehmensangaben vor allem durch die pandemiebedingten Geschäftsschließungen ausgelöst wurde. Von den Schließungen waren zahlreiche Doppelstandorte betroffen, die früher zu Karstadt oder Kaufhof gehörten und die durch die Fusion der beiden Unternehmen zur Galeria-Gruppe zusammengeführt wurden. Nach einer Sanierung in Eigenverwaltung folgten in den Jahren 2021 bis 2022 drei weitere Warenhausschließungen. Im Rahmen des zweiten Insolvenzverfahrens in den Jahren 2022/2023 wurden bis einschließlich Januar 2024 38 weitere Warenhäuser – darunter zahlreiche Doppel- und Mehrfachstandorte – geschlossen. Zu Beginn des im Frühjahr 2024 eröffneten, dritten Insolvenzverfahrens betrieb Galeria Karstadt Kaufhof noch 92 Warenhäuser in Deutschland. Infolge der neuerlichen Insolvenzen sind weitere Schließungen angekündigt.

Neben Galeria hat auch Peek & Cloppenburg (Düsseldorf) 2023 Insolvenz angemeldet. Auch hier ist eine Sanierung in Eigenverantwortung erfolgt, im Zuge derer alle 76 Modekaufhäuser erhalten bleiben

konnten. Die rechtlich vom Düsseldorfer Unternehmen unabhängige Firma Peek & Cloppenburg (Hamburg) betreibt 26 Modekaufhäuser und konnte ihren Geschäftsbetrieb bislang ohne Zahlungsausfälle führen.

Beim Kaufhausunternehmen Appelrath & Cüpper, das bereits 2020 in Folge der Covid-19-Pandemie in die Insolvenz geriet, konnte der Geschäftsbetrieb durch eine Sanierung in Eigenverwaltung zunächst an sämtlichen 16 Standorten fortgesetzt werden. Allerdings wurden 2022 und 2024 zwei Modekaufhäuser in Hamburg (Mönckebergstraße) und Dortmund (Westenhellweg) geschlossen.

C&A hat entgegen des Markttrends im Geschäftsjahr 2021/2022 nominale Umsatzsteigerungen erzielt, die vor allem durch die Kompensation der Umsatzverluste aus dem maßgeblich durch die Covid-19-Pandemie geprägten Geschäftsjahr 2020/21 begründet sind (Bundesanzeiger 2023, Bundesanzeiger 2022). Das Unternehmen hat die Zahl seiner Filialen von rund 450 Standorten Anfang 2020 auf knapp 400 Ende 2023 reduziert, darunter auch Filialen in Mittelzentren mit für Kaufhäuser untypisch kleinen Gebäudekubaturen und Verkaufsflächen. Aktuelle Standortverlagerungen (siehe unter anderem Hamburg Mönckebergstraße und Dortmund) und Verkaufsflächenverkleinerungen (zum Beispiel Hannover Georgstraße) deuten darauf hin, dass sich das Unternehmen künftig auf Filialen mit max. 3.500 m² Verkaufsfläche beschränken wird.

Ein Blick auf die Kommunen zeigt, dass Städte unterschiedlicher Größenordnung und zentralörtlicher Versorgungsfunktion von Kauf- und Warenhausschließungen betroffen sind. Die aufgegebenen Verkaufsflächen liegen oftmals in zentralen Innenstadtlagen und stammen aus sämtlichen Epochen, vorrangig jedoch aus der Ersten und Zweiten Nachkriegsmoderne.

13 %

Umsatzanteil des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels (2022) (HDE 2023a: 10)

43 %

Umsatzanteil des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels in den Sortimentsbereichen Fashion & Accessoires (2022) (HDE 2023a: 14)

1,6 %

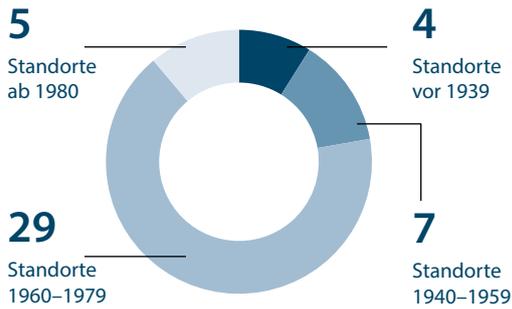
Marktanteil der Kauf- und Warenhäuser am Gesamtumsatz des Einzelhandels (2022) (HDE 2023b: 23)

18 %

realisierte Nachnutzungen bei den zwischen 2020 und 2022 geschlossenen Galeria-Warenhäusern

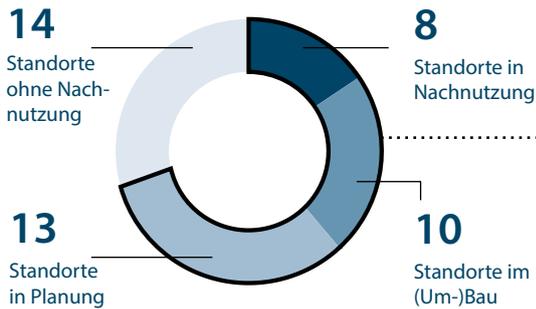
Abb. 8: Infografiken zum aktuellen Umnutzungs-geschehen; Datenrecherche: Nina Hangebruch, Grafik: Lisa Haag/Nina Hangebruch

Baujahr der aufgegebenen Immobilien



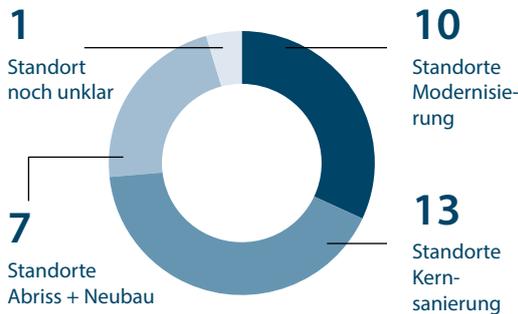
n = 45 | Galeria Karstadt Kaufhof, Schließungen 2020–2022

Stand der Nachnutzung



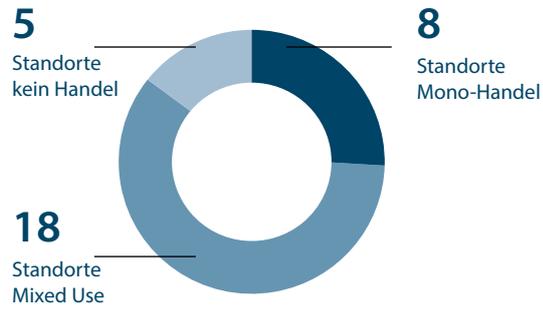
n = 45 | Galeria Karstadt Kaufhof, Schließungen 2020–2022

(Geplanter) Umgang mit dem Bestandsgebäude



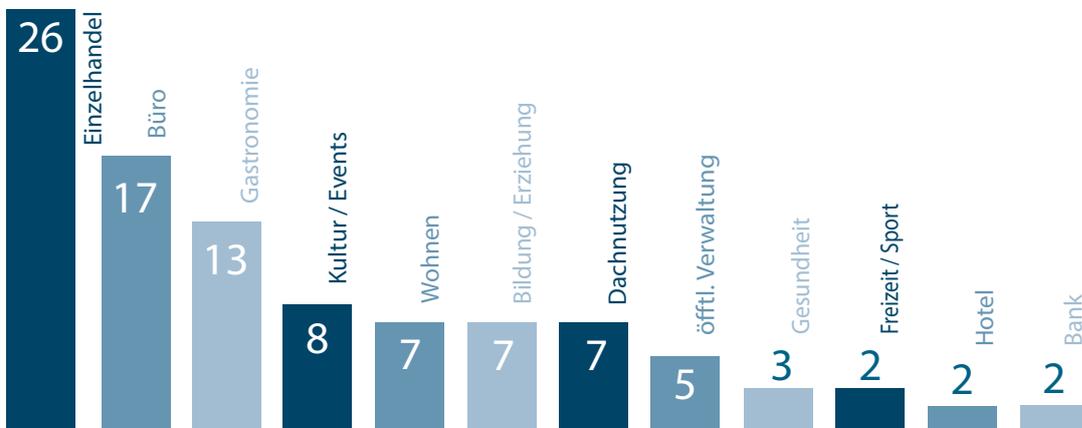
n = 31 | Galeria Karstadt Kaufhof, Schließungen 2020–2022

Vorgesehene Nachnutzung



n = 31 | Galeria Karstadt Kaufhof, Schließungen 2020–2022

31 Standorte in Nachnutzung, (Um-)Bau oder Planung



Nachnutzung (n = 31 | Galeria Karstadt Kaufhof, Schließungen 2020–2022, Mehrfachnennung durch Mixed Use)

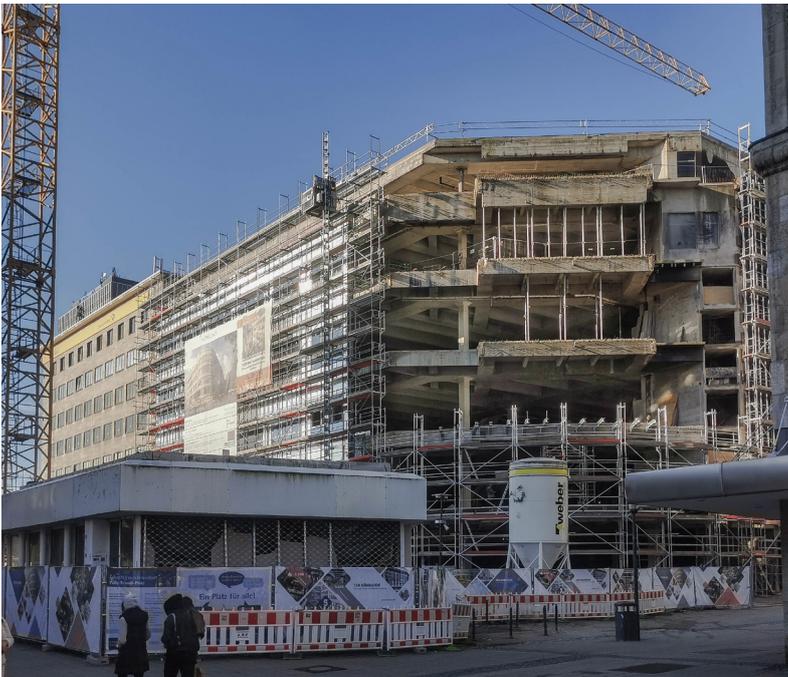
9.2 Transformation der Gebäude

Wie geschildert, ist die Immobilienprojektentwicklung derzeit durch schwierige Rahmenbedingungen gekennzeichnet: Die Grunderwerbspreise in den Innenstadtzentren sind nach wie vor hoch, die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in den Innenstadtzentren ist ebenso rückläufig wie die Büroflächennachfrage. Zudem stellt die EU-Taxonomieverordnung hohe Anforderungen an die Erfüllung der ESG-Ziele, während sich die Kosten für Baustoffe und Bauleistungen erheblich erhöht haben, gestiegene Zinsen die Fremdfinanzierung verteuern, Renditen für die Projektentwicklung rückläufig sind und Anlegerinnen und Anleger sich auf risikoärmere Anlageformen mit ähnlichen oder besseren Renditeaussichten umorientieren.

Stand der Dinge

Ein Blick auf die Folgenutzung der im Jahr 2020 geschlossenen 42 Warenhausstandorte sowie die in den Jahren 2021 und 2022 erfolgten drei weiteren Schließungen ergibt folgendes Bild:

Bild 53: Von Kaufhof zum Königshof, Umbau im Bestand, Essen (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Stand April 2024 sind acht Standorte nachgenutzt, zehn weitere Objekte befinden sich im (Um-)Bau. An 13 Standorten ist die Nachnutzung in konkreter Planung.

Werden die 31 Standorte fokussiert, für die eine Nachnutzung gefunden ist, so zeigt sich, dass die acht bereits nachgenutzten Gebäude auch weiterhin durch Einzelhandel genutzt werden. Die Nachnutzung erfolgt vielfach durch Kaufhausunternehmen (konkret Peek & Cloppenburg, Sinn, Bruno Kleine, Opti, Rusta), die große, zusammenhängende Verkaufsflächen benötigen. Mit Ausnahme des Neubaus in Bonn sind in den Gebäuden nur kleinere Modernisierungsmaßnahmen erfolgt, während eine grundlegende Transformation (bislang) ausblieb.

Die bereits durchgeführten und absehbar geplanten Baumaßnahmen für die Folgenutzungen zeigen, dass rund drei Viertel der Gebäude im Bestand nachgenutzt werden (sollen). Neben den zum Teil bereits erfolgten Modernisierungen und kleineren Gebäudeumbauten sind auch umfassende Kernsanierungen vorgesehen. Dabei werden die Gebäude teils bis auf das Tragwerk zurückgebaut, um die oft tiefen Verkaufsflächen umzustrukturieren und durch den Einschnitt von Atrien und die Öffnung von Fassaden mit Tageslicht zu versorgen. Im Rahmen der umfassenden Baumaßnahmen erfolgen an einzelnen Standorten auch Teilabbrüche und Neuaufbauten. Die bauliche Transformation der früheren Warenhäuser hat zuweilen schon begonnen, befindet sich aber oft auch noch im Stadium der Planung oder Genehmigung.

Im Zuge der Kernsanierungen und Ersatzneubauten ist ein breit gefächertes Nachnutzungsspektrum vorgesehen: Nach einer Momentaufnahme im April 2024 werden in 20 Gebäuden Büro- und Praxisflächen realisiert, an sieben Standorten Wohnungen (unter anderem Mikro-Apartments), in 17 Gebäuden unterschiedlichste Nut-

zungen im Bereich Kultur, Bildung, Freizeit sowie an fünf Standorten öffentliche Verwaltungseinrichtungen.

Drei Kommunen – Bremerhaven, Fulda und Neunkirchen – haben sich für den Erwerb ihrer früheren Karstadt- oder Kaufhof-Filiale entschieden. Zwei weitere Kommunen – Iserlohn und Mönchengladbach – hatten das Warenhausgebäude bereits vor einigen Jahren gekauft, in der Hoffnung, den Betrieb am Standort zu halten, aber auch, um im Falle einer Geschäftsaufgabe schnell handlungsfähig zu sein.

Übergang

An 14 Standorten liegen noch keine konkreten Planungen für eine Nachnutzung vor. Bereits in der Vergangenheit hat der Übergang von der vormaligen Warenhausnutzung bis zur Fertigstellung der Folgenutzung einen Zeitraum von durchschnittlich etwa fünf Jahren beansprucht (Hangebruch/Othengrafen 2022: 2). Da umfassende Transformationsvorhaben jedoch sowohl in der Planung als auch in der Umsetzung zeitaufwändig sind, zeichnet sich angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen für die Projektentwicklung ab, dass sich die Umnutzungszeiträume künftig weiter ausweiten könnten, zumal an vielen Standorten kein Potenzial für vergleichsweise unkomplizierte Kaufhausumnutzungen bestehen dürfte.

Zwischennutzungen sind vor diesem Hintergrund von großer Bedeutung, um anhaltende – sich teils gegenseitig verstärkende – Negativentwicklungen am Standort zu vermeiden (Hangebruch 2023: 47). An 21 der insgesamt 45 zwischen 2020 und 2022 aufgegebenen Warenhausstandorten wurden Zwischennutzungen gezählt. Dabei wurden neun Gebäude auf Teilflächen und oftmals auch nur temporär für einen Sonderverkauf zwischengemischt. In den ehemaligen Kaufhof-Filialen an der Hamburger Mönckebergstraße und der

Hannoveraner Seilwinderstraße fanden im Rahmen der kommerziellen Zwischennutzung Ausstellungen mit Reproduktionen und Fotografien von Werken des Künstlers *Banksy* statt, die große Aufmerksamkeit auf sich gezogen haben. Das Kaufhof-Gebäude in Hannover ist von der Stadt gegen Übernahme der Betriebskosten angemietet und wird gemeinsam mit den Hannoveraner Hochschulen bespielt. Damit folgt die Stadt Hannover Positivbeispielen aus Hamburg und Lübeck, wo die Zwischennutzung ehemaliger Karstadt-Sportkaufhäuser ebenfalls durch die Kommunen beziehungsweise kommunale Einrichtungen initiiert wurde. Die Hamburg Kreativ Gesellschaft, eine 100 %ige Tochter der Freien und Hansestadt Hamburg hat das frühere Karstadt-Sporthaus nach 18 Monaten Leerstand erstmals im Juni 2022 angemietet, um über das Programm *Freifläche* kulturelle und kreativwirtschaftliche Zwischennutzungen ins Gebäude zu bringen. Die Ausstellungen, Konzerte, Lesungen, Poetry-Slams, DJ-Sets und Rollschuhdiscos sowie der Verkauf von Kunsthandwerk und Accessoires war so erfolgreich, dass die Zwischennutzung ausgebaut, professionalisiert und bereits zweimal für die Jahre 2023 und 2024 verlängert wurde.

Bild 54: Zwischennutzung durch Kultur und Kreativwirtschaft im früheren Karstadt Sporthaus, jetzt Jupiter, Hamburg (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Ausblick

Mit Blick auf die im Zuge der zweiten Galeria-Insolvenz bis Ende Januar 2024 erfolgten Warenhausschließungen zeichnen sich Stand April 2024 erst an wenigen Standorten Entwicklungen ab: Die Stadt Hanau zum Beispiel hat das frühere Kaufhof-Warenhaus in ihrem Innenstadtzentrum erworben, um hier in einem iterativen Nachnutzungsprozess neue Nutzungen zu etablieren. Vorgesehen ist eine vorrangig öffentliche, publikumswirksame Umnutzung. Auch die ehemalige Karstadt-Filiale in Hamburg-Harburg geht in städtisches Eigentum über. Die Freie und Hansestadt Hamburg hat ihr Vorkaufsrecht genutzt, um die zentral zwischen der Harburger Innenstadt und dem Binnenhafen gelegene Fläche der Immobilienspekulation zu entziehen und eine Nachnutzung selbst zu steuern. In Siegen ist das frühere Karstadt-Gebäude bereits seit 2017 in städtischer Hand. Die Warenhausverkaufsfläche wurde bereits in der Vergangenheit reduziert, die Universi-

tät Siegen hat Teilflächen für Hörsäle und Seminarräume angemietet und wird ihre Flächen künftig erweitern, um unter anderem für die Musik-Fakultät neue Räumlichkeiten zu schaffen. Zudem sind neben Teilflächen für Einzelhandel, kulturelle und gastronomische Nutzungen vorgesehen, die die Erdgeschosse zum umgebenden Stadtraum, insbesondere zum Sieger Schlossplatz, öffnen. Darüber hinaus hat sich die Stadt Offenbach für den Erwerb des Kaufhof-Warenhauses in ihrem Innenstadtzentrum entschieden. Hier entsteht die Station Mitte, ein Lern-, Kultur- und Begegnungszentrum mit Stadtbibliothek, Teilen der Volkshochschule, Veranstaltungsräumen sowie Geschäften und Gastronomie.

Nachdem sich für verschiedene andere Standorte, etwa in Coburg, Cottbus, Leverkusen und Nürnberg-Langwasser zunächst eine Nachnutzung als Textilkaufhaus abgezeichnet hat, ist die Nachnutzung an diesen Standorten durch die Insolvenz des Modehauses *Aachener* wieder vakant.

Bild 55: Erwerb des früheren Karstadt-Warenhauses in Harburg durch die Freie und Hansestadt Hamburg, Hamburg, (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



10 Umnutzung und Umstrukturierung: Gute Praxis

Bundesweit wurden in den letzten knapp 30 Jahren mehr als 200 Warenhäuser nachgenutzt (Hangebruch/Othengrafen 2022: 9). Angesichts des tiefgreifenden, höchst dynamischen Nutzungswandels in den Innenstadtzentren sind als Vorbilder für die Umnutzung und Umstrukturierung vor allem Gebäude relevant, die seit den 2010er Jahren umgenutzt wurden. Mit Blick auf den Rückzug des stationären Einzelhandels aus den Innenstadtzentren und die rückläufige Flächennachfrage des innenstadtrelevanten Einzelhandels haben zudem vor allem Transformationsvorhaben, in denen der Großteil der Flächen einzelhandelsfremd genutzt wird, Vorbildfunktion für künftige Umnutzungen.

Da die Umnutzung der seit 2020 aufgegebenen Warenhäuser angesichts der aktuellen Marktlage bisher sehr zögerlich verläuft, wird auf 18, seit dem Jahr 2010 realisierte, Projekte zurückgegriffen, die für die Umnutzung von Kauf- und Warenhäusern aus den fünf zuvor herausgearbeiteten Bauepochen beispielhaft sind. Die ausgewählten Projekte fokussieren frühere Kauf- und Warenhäuser in Ost- und Westdeutschland sowie im europäischen Ausland. Sie umfassen größere und kleinere Gebäude in unterschiedlichen Stadt- und Raumtypen. Einige Objekte sind denkmalgeschützt, wieder andere schlichte Gebäude, die auf den ersten Blick wenig erhaltenswert wirken. Fast alle Bauten wiesen vor der Umnutzung einen hohen Sanierungsrückstau auf. Bei der Transformation der Gebäude wurden sehr unterschiedliche Ansätze verfolgt: Während einige Gebäude im Äußeren und Inneren kaum wiedererkennbar sind, wurde die Gebäudehülle in anderen Fällen behutsam saniert und lediglich das Gebäudeinnere umgestaltet.

Zwölf Projekte werden in Form 2-seitiger Steckbriefe vorgestellt, sechs weitere Pro-



jekte sind als vertiefende Fallbeispiele mit einem Umfang von sechs Seiten aufbereitet. Für die umfassenderen Betrachtungen wurden vor allem Transformationsvorhaben ausgewählt, deren Ursprungsbau besonders charakteristisch für die jeweilige Epoche ist, deren Umbau die baukulturellen Qualitäten der Bauten besonders würdigt und deren Umnutzung besonders vorbildlich ist.

Das realisierte Nachnutzungsspektrum ist sehr breit, es reicht von Gewerbe über Büros und Arztpraxen hin zu Wohnen, Kultur, Freizeit und Bildung. Zumeist wurden für die Nachnutzungen verschiedene Nutzungsbausteine kombiniert, sodass sogenannte Mixed-Use-Immobilien entstanden sind. Im Vorfeld der Transformation ist in der Mehrzahl der Fälle ein Eigentumswechsel erfolgt. Die Umnutzungen wurden vorrangig von regional agierenden Investoren und Projektentwicklern sowie der öffentlichen Hand realisiert.

10.1 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Belle Époque

Die noch vorhandenen (früheren) Kauf- und Warenhausgebäude aus der Belle Époque (bis 1919) sind inzwischen 100 Jahre und älter. Die Gebäude in zentralen

Bild 56: Darstellung als Steckbrief #19, Core Oldenburg (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

	Ursprungskonzern	Projektname	Baujahr	Eröffnung der Nachnutzung
Belle Époque	La Samaritaine, Paris (FR)	La Samaritaine	1883-1932	2021
	Brummer&Benjamin, Halle (Saale)	Intecta Kreativquartier	1902	2012
	Tietz, Plauen *	Landratsamt Vogtlandkreis	1913/1914	2016
Neues Bauen	Schocken, Crimmitschau		1928	2024
	Kaufhaus Jonaß, Berlin-Pankow	Soho House Berlin	1928/29	2010
Erste Nachkriegsmoderne	Schocken, Chemnitz *	Smac	1930	2014
	V&D, Bergen op Zoom (NL)	Anno '52	1952	2022
	Schneider, Karlsruhe		1956	2022
	Hertie, Oldenburg	Core	1959	2020
Zweite Nachkriegsmoderne	Kinderkaufhaus, Frankfurt (Oder) *	Blok O	1963	2018
	Horten, Mannheim	New 7	1968	2025
	BHS, Belfast (GB)	The Keep	1966, 1985	2024
	Hertie, Lünen	Wohn- und Geschäftshaus am Markt	1969	2016
	Quelle, Berlin-Neukölln	Kalle Neukölln	1970	2024
	Althoff, Herne *	Neue Höfe Herne	1963	2021
Post-moderne	Espace Lavandier, Esch-sur-Alzette (LU)*	Konschthal Esch	1979, 1999	2021
	Karstadt Sports, Lübeck	Übergangshaus (Haus d. Bildung)	1996	2023 (2028)
	Konsument, Berlin-Lichtenberg *	Fennpfehl-Carree	1985	2011

* Fallbeispiele

Innenstadtlagen, an Stadt- und Marktplätzen sind vielerorts stadtbildprägend und identitätsstiftend. Ihre Fassaden sind oft maßgeblich überformt, teils aber auch gut erhalten und denkmalgeschützt. Auch im Gebäudeinnern sind die Gebäude in aller Regel mehrfach grundlegend verändert worden. Um die Gebäude an modernere Handelsansprüche anzupassen, wurden unter anderem Lichthöfe geschlossen, Rolltreppen und Aufzüge eingebaut.

Eine Umnutzung der Gebäude ist in aller Regel mit hohem Sanierungsaufwand verbunden, weil die technische Gebäudeausrüstung oftmals völlig überaltert ist. Die offenen Fassaden und die vielerorts großen Fensterflächen erleichtern eine einzel-

handelsfremde Umnutzung hingegen sehr. Teilweise sind die Gebäude oder Gebäudehüllen denkmalgeschützt, sodass entsprechende Restriktionen zu beachten sind. Gerade aus baukultureller Sicht lohnt eine Sanierung jedoch sehr, um die zentren- und stadtbildprägenden Gebäude, die gerade in vielen weitgehend kriegszerstörten Innenstadtzentren zu den wenigen erhaltenen oder wiederaufgebauten Bauwerken gehören, für die Zukunft neu auszurichten.

Ausgewählte Projekte aus Plauen, Halle (Saale) und Paris (FR) zeigen beispielhaft, wie eine Transformation der Gebäude und eine Nachnutzung für öffentliche Verwaltung, Büros, Wohnungen und Hotel gelingen kann.

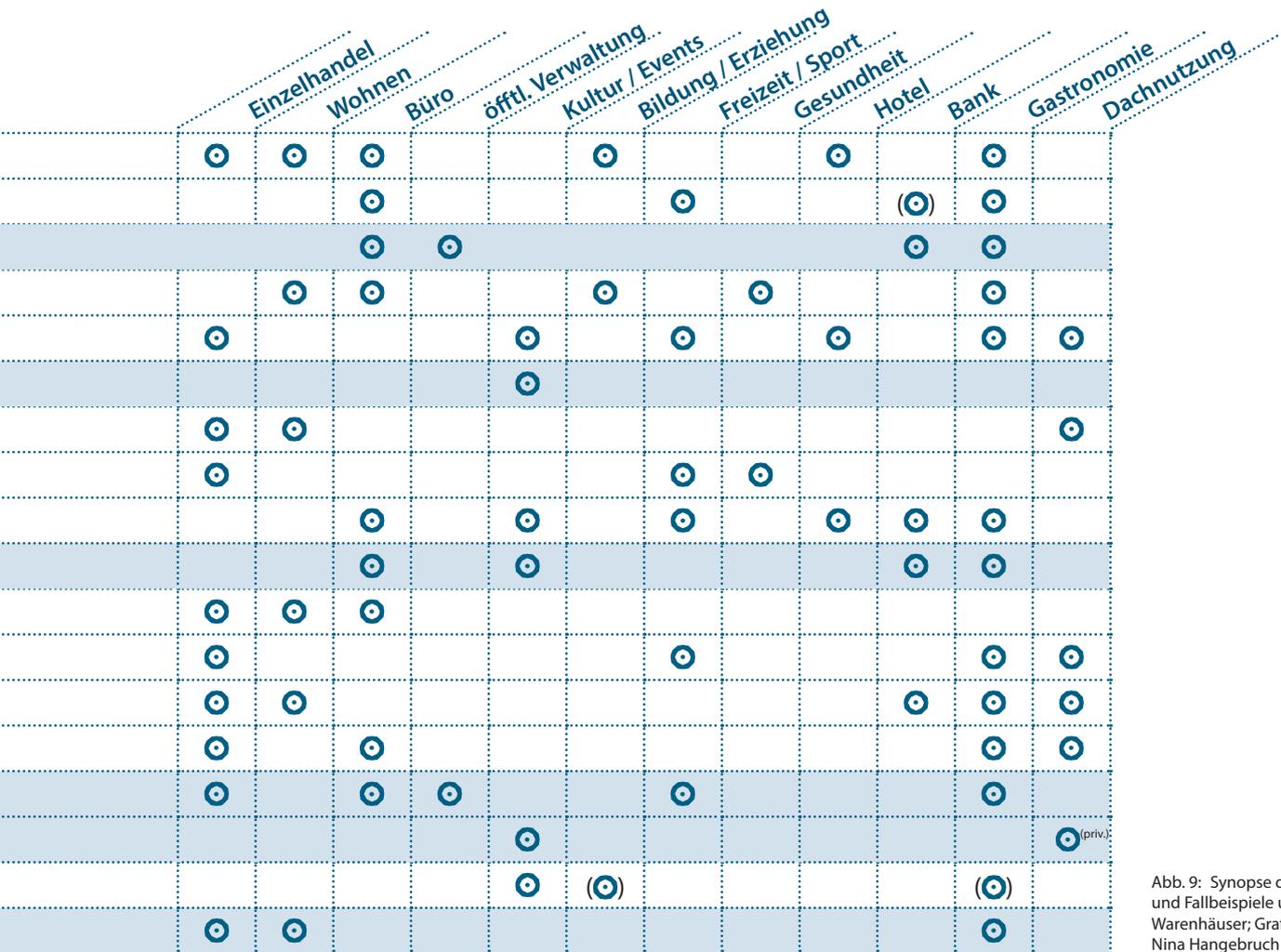


Abb. 9: Synopse der Steckbriefe und Fallbeispiele umgenutzter Warenhäuser; Grafik: Lisa Haag/ Nina Hangebruch

10.2 Transformation von Kauf- und Warenhäusern aus der Zeit des Neuen Bauens

Aus der Zeit des Neuen Bauens (1920 bis 1939) sind nur wenige Kauf- und Warenhausbauten erhalten, ihre funktionale, oftmals schlichte Gestaltung wurde lange Zeit nicht hinreichend wertgeschätzt. Dabei bieten die auf vielfältigen bautechnischen und architektonischen Innovationen basierenden Bauten gute Voraussetzungen für eine Umnutzung.

Transformationsvorhaben aus Chemnitz, Berlin-Mitte und Crimmitschau veranschaulichen beispielhaft eine Umnutzung in ein Museum, ein Hotel oder Boar-

dinghouse sowie in ein Wohn- und Geschäftshaus mit Stadtbücherei und Gastronomie. Alle drei Gebäude sind in ihrer äußeren Gestalt behutsam saniert worden und zeigen sich im Innern mit modernen Konzepten. In Chemnitz wurden im Zuge der denkmalgerechten Herrichtung des Gebäudes zwischenzeitlich vorgenommene Überformungen wieder zurückgenommen, sodass das Gebäude seine früheren architektonischen Qualitäten zurückgewonnen hat.

STECKBRIEF #13

Ursprungsnutzung
Warenhaus (La Samaritaine)

Standort
9 Rue de la Monnaie,
Paris

Bevölkerung
2.140.000 (2021)

Bauherr
Ernest und Marie-Louise
Cognacq-Ja

Architekturbüro
Frantz Jourdain, Henri Sauvage

Baujahr
1883 bis 1932

Epoche
Belle Époque, Neues Bauen

Geschäftsaufgabe
2005

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär /
vierseitige Öffnung

 **Gebäudehöhe**
Typ 3 – Hochhaus

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 2 – Tragende
Pfeilerfassade,
Außen- & Innenstützen

 **Dachform**
Typ 3 – Mansarddach

 **Parken**
Typ 1 – Keine
Stellplätze

 **Lichthof**
Typ 3 – mehrere
Lichthöfe

La Samaritaine, Paris

HEUTE: LA SAMARITAINE

Das traditionsreiche Pariser Warenhaus *La Samaritaine* wurde nach der Schließung aufwändig saniert. Seit der Fertigstellung 2021 befinden sich in dem in Gebäudekomplex neben reduzierten Warenhausflächen auch ein Nobelhotel, Büros und Wohnungen.

Entstehung eines Traditionswarenhouses

Das *La Samaritaine* gehört zu den bekannten Traditionskaufhäusern in Paris. Die insgesamt vier Gebäudekomplexe (*Magasins 1-4*) zwischen der Rue de Rivoli im Norden und dem Quai du Louvre im Süden gliedern sich als eigenständige Blöcke in die dichte Pariser Gebäudestruktur. Mit einer Schmalseite zur Seine gelegen, befindet sich das ehemalige Warenhaus in direkter Nähe zum Louvre und weiteren bedeutenden Sehenswürdigkeiten. Seine Geschichte lässt sich auf das Jahr 1870 zurückführen, als Ernest Coqnacq einen Eckladen an der Brücke Pont Neuf eröffnete (vgl. Cabestan/Lempereur 2015; Schultz 2021). Coqnacq und seine Frau Marie-Louise Jaÿ erweiterten ihr Geschäft nach und nach, indem sie angrenzende Flächen kauften und neue Gebäude errichteten (vgl. ebd.). So wurde bis 1910 ein von Frantz Jourdain entworfenes Jugendstilgebäude mit Stahlelementen und gläserner Kuppel hinzugefügt, der den nördlichen Teil des *Magasin 2* bildet (vgl. DFS



Abb. 10: Lageplan der Gebäude (Magasins 1-4); Grafik: Llsa Haag, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0



Bild 57: Historische Fassade von Henri Sauvage an der Seine, Paris (um 1900); Foto: gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France

Group Ltd. 2023; Baunetz 2021). Im Süden wurde dieser bis 1928 durch einen Art-Déco-Bau von Henri Sauvage ergänzt (vgl. ebd.). Die Erweiterungen des Warenhauses um die Gebäudekomplexe *Magasin 3* und *Magasin 4* erfolgte in den 1930er Jahren (vgl. Cabestan/Lempereur 2015).

Tradition im Wandel der Zeit

Im Jahr 2005 wurde das Traditionswarenhaus aufgrund baulicher Sicherheitsmängel geschlossen (vgl. Kessler/Haak o. J.). 2010 wurde die LVMH Moët Hennessy – Louis Vuitton SE als weltweit führendes Unternehmen der Luxusgüterindustrie Alleineigentümer des Gebäudekomplexes, mit dem Ziel, diesen umfassend zu sanieren und neuen Nutzungen zuzuführen (vgl. ebd.). Aufgrund vielfältiger Hindernisse, darunter Auseinandersetzungen zum Denkmalschutz, zog sich der Planungs- und Umbauprozess über 16 Jahre (vgl. Kühnlein 2021). Das neue *La Samaritaine* wurde 2021 eröffnet (vgl. Markert 2021).



Bild 58: Restaurierte Fassade des Joudain-Baus, rechts Südseite von *Magasin 1* (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Bild 59: Historischer Lichthof mit restauriertem Wandbild im Jourdain-Bau (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Bild 60: Fassade des SANAA-Baus an der Rue de Rivoli, im Hintergrund *Magasin 1* (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

Die Sanierung und Umnutzung fokussierte sich auf den westlichen Block (*Magasins 2 und 4*), während die östlichen Gebäudekomplexe (*Magasins 1 und 3*) an verschiedene Einzelhandelsunternehmen vermietet waren. Nach einem Konzept des Büros SANAA aus Tokio wurde der Komplex in vier Teilbereiche gegliedert. Der zur Seine ausgerichtete Henri Sauvage-Bau wurde zum 5-Sterne-Luxushotel *Le Cheval Blanc* umgebaut (vgl. Baunetz Wissen o. J.; Cabestan/Lempereur 2015). Jourdain's Jugendstilbau wurde im nördlichen Bereich um einen neuen Lichthof ergänzt (vgl. ebd.). Während alle Ebenen um den restaurierten historischen Lichthof weiterhin dem Warenhaus vorbehalten sind, gruppieren sich in den oberen sechs Geschossen um den neuen Lichthof Büros, Sozialwohnungen und eine Kita (vgl. ebd.). Im Norden (*Magasin 4*) wurde von SANAA ein Neubau mit modernen Büroräumen konzipiert (vgl. ebd.). Im Kontrast zur umsichtigen Restaurierung im Süden entstand hier eine moderne Fassade, bestehend aus einer gewellten Glashülle, welche die gegenüberliegenden Haussmannschen Gebäudefassaden spiegelt (vgl. Baunetz 2021, Kühnlein 2021).

Neues Einkaufen in Paris

Anknüpfend an die Historie, setzt das neue Warenhaus *La Samaritaine* auf Luxus und den Rückbezug zur Pariser Warenhaustradition, wodurch insbesondere auch Touristinnen und Touristen zu einem Besuch angeregt werden sollen. Im Zuge des Umbaus wurde das charakteristische Innere der Gebäude wiederhergestellt und mit modernen Elementen ergänzt. Gustave Eiffels berühmte Eisentreppe wurde original restauriert, die historische Lichtkuppel erneuert und ein umlaufendes Wandgemälde nach einer früheren Weißübermalung fachgerecht restauriert (vgl. Kühnlein 2021; Baunetz Wissen o. J.). Aufgearbeitete eiserne Laternen erinnern an eine historische Pariser Straßenbeleuchtung (vgl. Markert 2021). In dieser Atmosphäre werden heute auf 20.000 m² Verkaufsfläche 600 Marken im gehobenen Segment angeboten (vgl. Kessler/Haak o. J.). Im gemeinsamen Untergeschoss der Gebäude befindet sich die nach Aussage des Unternehmens größte europäische Schönheitsabteilung (vgl. ebd.). Ein gastronomisches Angebot mit 12 Restaurants und Bars ergänzt das Einkaufskonzept (vgl. ebd.).

Umnutzung

Bauherr

Grands Magasins de La Samaritaine, LVMH Hotel Management, DFS (alle Paris)

Architekturbüro

SANAA - Sejima And Nishizawa And Associates (Tokio), SRA Architectes, François Brugel Architectes Associés, Lagneau Architectes, Maison Edouard François (alle Paris), Peter Marino and OAL (New York)

Fertigstellung

2021

Neue Nutzung

Einzelhandel (Warenhaus), Gastronomie, Hotel, Büros, Wohnungen (Sozialwohnungen), Kita

STECKBRIEF #14

Ursprungsnutzung

Kaufhaus
(Brummer & Benjamin,
HO-Möbelhaus Intecta,
Designkaufhaus Intecta)

Standort

Große Ulrichstraße 23,
Halle (Saale)

Bevölkerung

244.000 (2022)

Bauherr

Brummer & Benjamin

Architekturbüro

Albert und Ernst Giese

Baujahr

1902

Epoche

Belle Époque

Geschäftsaufgabe

1989

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 2 – Eckbau /
zweiseitige Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 2 – Tragende
Pfeilerfassade,
Außen- & Innenstützen



Dachform
Typ 3 – Mansarddach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 3 – Außenliegend /
Ecken



Lichthof
Typ 1 – Zentraler
Lichthof

Kaufhaus Brummer & Benjamin, Halle

HEUTE: INTECTA KREATIVQUARTIER

Das als Konfektionskaufhaus errichtete und zu DDR-Zeiten als Möbelhaus genutzte Gebäude in Halle (Saale) wurde 2012 zu einem Kunst- und Designkaufhaus mit Atelier-, Büro- und Praxisflächen umgenutzt. Heute findet sich kein Handel mehr im Gebäude.

Jüdisches Kaufhaus und DDR-Möbelhaus

Im Jahr 1902 wurde das Jugendstil-Gebäude als Kaufhaus Brummer & Benjamin in der Hallenser Innenstadt erbaut (vgl. Jürgens 2007). Die Große Ulrichstraße, zu der sich der längliche Gebäudekörper mit der schmalen Seite öffnet, ist heute eine der Haupteinkaufsstraßen in Halle. Eine verkehrsberuhigte Stichstraße erschließt das Gebäude zusätzlich über eine Längsseite. Der viergeschossige Bau ist Teil einer dichten, gründerzeitlichen Blockstruktur mit verschiedenen Einzelhandels- und Gastronomienutzungen sowie Wohnen in den Obergeschossen.

Das in Skelettbauweise errichtete Gebäude der Architekten Albert und Ernst Giese verfügt über einen zentralen, von Säulen gerahmten Lichthof mit gläsernem Kuppeldach und großzügiger Treppenanlage im Stil französischer Warenhausbauten (vgl. ebd.; Pausch 2009). Mitte der 1930er Jahre wurde das jüdische Modekaufhaus im Zuge der Arierisierung zwangsenteignet und in das Eigentum der Firma Eichenauer & Co. überführt (vgl. Jürgens 2007). Später wurde es als Intecta Einrichtungshaus zum größten HO-Möbelhaus der DDR (vgl. Pausch 2009). In dieser Zeit wurde das Gebäude innen und außen überformt, dabei wurden unter anderem dekorative Jugendstilelemente entfernt und die historische Fassade mit hellem Trapezblech verkleidet, das noch 20 Jahre nach Auszug des Möbelhauses 1989 das äußere Erscheinungsbild des Gebäudes prägte (vgl. ebd.; Architektenkammer Sachsen-Anhalt 2013).



Bild 61: Fassade des ehem. HO-Möbelhauses Intecta, Halle (2007); Foto: © Sicherlich / CC BY-SA 3.0

Nach jahrzehntelangem Leerstand konnte das Gebäude 2009 an zwei Hallenser Unternehmer versteigert werden (vgl. Czerwonk 2009; Newave 2014a). In den Jahren bis zum Umbau wurde das Gebäude für verschiedene Projekte der Kunst- und Kulturszene genutzt, darunter als Schauplatz für Theaterstücke, Kleinoperetten und Konzerte sowie als Ausstellungsort des Medien-Kunstoffivals Werkleitz (vgl. Fietz 2009; Pausch 2010).

Mutige Revitalisierung

2011 bis 2012 wurde das Gebäude saniert und zum *Intecta Kreativquartier* umgewandelt. Das Konzept der Eigentümer umfasste die Entwicklung eines Designkaufhauses in Zusammenhang mit Coworking Spaces, Atelier- und Büroräumen in den oberen Geschossen für (angehende) Kreativschaffende, die ihre Produkte direkt im Kaufhaus anbieten konnten (vgl. Fietz 2009).

Durch den Umbau sollte die charakteristische Baustruktur des früheren Kaufhauses erlebbar gemacht und im Sinne der hochwertigen Nutzungen in Szene gesetzt werden. Die historische Glasfassade, die nach Abnahme der Verkleidung wieder sichtbar

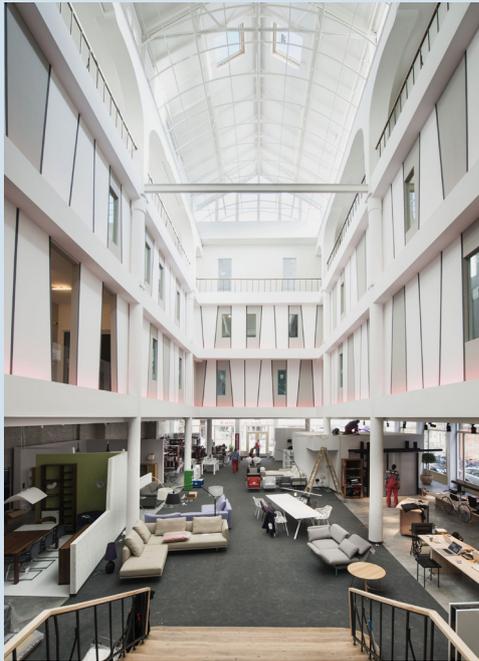


Bild 62: Lichthof nach der Sanierung (2012);
Foto: Janis Kapetsis



Bild 63: Außenansicht nach Fertigstellung (2012);
Foto: Janis Kapetsis

wurde, wurde detailgetreu restauriert (vgl. Falgowski 2011). Im Inneren blieb der Lichthof mit Treppenanlagen erhalten und wurde Teil des großzügigen Eingangsfoyers. Die Obergeschosse wurden durch das Einziehen neuer Wände zum Lichthof geschlossen und in kleinere Einheiten gegliedert. Nach Eröffnung des neuen Designkaufhauses im Oktober 2012 wurden in einem Shop-in-Shop-System verschiedene hochwertige Produkte angeboten, von Designmöbeln über High-tech-Fahrräder bis hin zu Swimmingpools (vgl. Falgowski 2012). In die oberen Etagen zogen Unternehmen aus der Kreativ-, Medien- und Gesundheitsbranche, darunter ein Trickfilmstudio, ein Architekturbüro und ein Rückenstudio (vgl. ebd.). Ergänzt wurde das Konzept durch gastronomische Angebote sowie vielfältige Kulturveranstaltungen wie Konzerte, Lesungen und Kunstausstellungen im modern gestalteten Foyer mit Lichthof (vgl. MZ 2013; Newave 2014b).

Wandelbares Konzept Kreativquartier

Das Konzept des Designkaufhauses stellte in einer Stadt mit mittlerer Kaufkraft von Beginn an eine mutige, aber auch risikoreiche

Vision dar. Trotz anfänglichem Erfolg konnte sich das Kaufhaus aufgrund mangelnder Nachfrage nicht langfristig etablieren (vgl. Färber 2018). Zusätzliche Herausforderungen, wie etwa neue konkurrierende Angebote für Kreativräume in der Stadt und der Auszug einzelner Nutzungen, führten zu mehrfachen Anpassungen des Konzeptes. Infolgedessen wurde das Erdgeschoss in zwei weiteren Umbauphasen zwischen 2015 und 2018 ebenfalls in kleinere Einheiten unterteilt und zu Praxis- und Büroflächen umgewandelt. In dem auf der Website als *Gesundheitszentrum und Kreativschmiede* bezeichneten Gebäude finden sich heute neben Kreativunternehmen verstärkt gesundheitsbezogene Nutzungen wie eine Physiotherapiepraxis und ein Gesundheitsstudio (vgl. Newave 2014a). Als Umnutzungsprojekt zeichnet sich das *Intecta Kreativquartier* durch Versuch und Anpassung aus. Obwohl das ursprüngliche Konzept gescheitert ist, konnte ein geschichtsträchtiges Kaufhaus mit einer hochwertigen Nachnutzung revitalisiert und nachhaltig in das Stadtgefüge reintegriert werden. Inzwischen wurde das Gebäude verkauft, neue Inhaberin ist die Saalesparkasse.

Umnutzung

Bauherr
Intecta Vermögensverwaltungs
KG (Halle)

Architekturbüro
Däschler Architekten & Ingenieure
GmbH (Halle)

Fertigstellung
2012

Neue Nutzung
Büro- und Praxisflächen, Ge-
sundheitsstudio, Gastronomie,
Bankautomat

FALLBEISPIEL #01

Ursprungsgebäude

Warenhaus
(Julius Tietz, Hertie, Haus Vogtland, Union, Einheit, Konsum, Konsument, Horten)

Standort

Postplatz 5,
Plauen

Bevölkerung

65.000 (2022)

Bauherr

Julius Tietz, Hermann Tietz

Architekturbüro

Emil Rösler (Plauen)

Baujahr

1913/1914 (Wiederaufbau und
Erweiterung 1949)

Epoche

Belle Époque

Geschäftsaufgabe

2000

Warenhaus Julius Tietz, Plauen

HEUTE: LANDRATSAMT VOGTLANDKREIS

Rund 100 Jahre nach Eröffnung des Warenhauses Julius Tietz im Jahr 1914 wurde das stadtbildprägende, denkmalgeschützte Gebäude kernsaniert und – nach Teilabbruch und Neubau im rückwärtigen Bereich – als Landratsamt Vogtlandkreis wiedereröffnet.

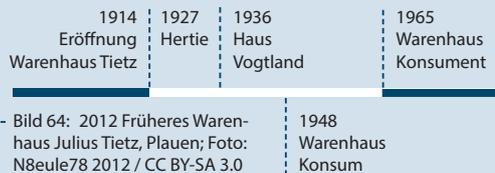
Zeugnis der Industrialisierung

Das Warenhaus Julius Tietz im Plauener Innenstadtzentrum war mit rd. 12.000 m² Verkaufsfläche als größtes Warenhaus im Vogtland Zeichen des Wohlstands der Stadt und hatte ein Einzugsgebiet weit über die Stadt hinaus.

Die Plauener Innenstadt ist bis heute durch zahlreiche, aufwändig sanierte, spätklassizistische Gebäude geprägt, die vom dynamischen Aufstieg Plauens während der Industrialisierung zeugen. Das weitläufige, nutzungsgemischte Hauptgeschäftszentrum (Bildung, Kultur, Verwaltung, Gesundheitsdienstleistungen) weist einen lockeren Einzelhandelsbesatz auf, der angesichts erheblicher Verkaufsflächenüberhänge durch zahlreiche strukturelle Leerstände geprägt ist. Der vom Postplatz entlang der Bahnhofstraße topographisch ansteigende, verkehrsberuhigte Haupteinkaufsbereich wird von der Straßenbahn durchfahren, die in der Nähe des ehemaligen Warenhausgebäudes hält.

Denkmalgeschütztes Gebäude

1910 beauftragte Julius Tietz den Plauener Architekten Emil Rösler mit einem Neubau für sein bereits 1897 eröffnetes Warenhaus



am Postplatz 5 (vgl. Landratsamt Vogtlandkreis o. J.). Julius Tietz starb 1911, blieb aber Namensgeber für das in den Jahren 1912 bis 1914 durch seinen Bruder Hermann Tietz fertiggestellte Warenhaus (vgl. ebd.). Durch die Erweiterung des Grundstücks auf die Nachbarparzellen wurde der in der Bauart stilprägender zeitgenössischer Kauf- und Warenhäuser errichtete Stahlskelettbau zum platzbeherrschenden Gebäude. Der halbrunde, repräsentative Bau verfügte über drei Geschosse plus Attikazone und Dachausbauten, jeweils gerahmt durch vier- bis fünfgeschossige Seitenrisalite mit Dreiecksgiebeln, mit einem mehrgeschossigen Mansardendach mit segmentbogigen Dachgauben, einem Lichthof mit Glaskuppel, einem Erfrischungsraum mit Balkon und Außenbeleuchtung und einer stilvollen Inneneinrichtung (vgl.



Umnutzung

Bauherr
Landratsamt Vogtlandkreis

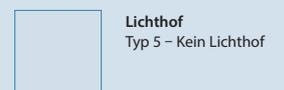
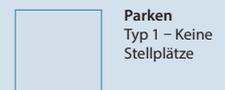
Architekturbüro
Bolwin Wulf Architekten
WTM Engineers
ZWP Ingenieur AG
(alle Berlin)

Fertigstellung
2016

Neue Nutzung
Landratsamt, ergänzend
Bäckerei, Versicherungsbüro,
Bank



Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung

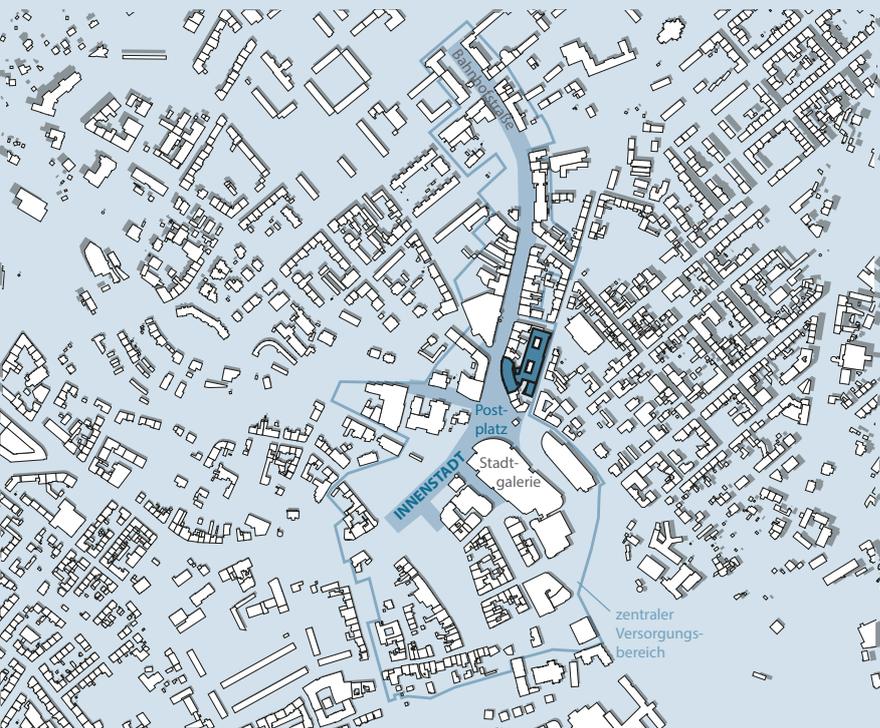


LfD Sachsen 2017). Mit seiner geschwungenen Schauffassade zum Postplatz, den von der Erdgeschosszone in die Obergeschosse reichenden Säulen und dem mit zwei Putti verzierten Relief ist das Gebäude angesichts seiner baugeschichtlichen und stadtbildprägenden Bedeutung seit 1994 als Kulturdenkmal der Stadt Plauen geschützt (vgl. ebd.). Das Warenhaus wurde 1913/1914 eröffnet, 1919 in das Unternehmen Hermann Tietz eingegliedert und 1927 in Hertie umfirmiert. 1935 erfolgte die Arisierung und Übernahme durch die Hertie-Beteiligungsgesellschaft Berlin, 1936 die Umbenennung in Haus Vogtland, 1937 eine weitere Denomination in Union Vereinigte Kaufstätten GmbH Plauen i. V. (vgl. Landratsamt Vogtlandkreis o. J.). Durch Bombenangriffe zum Ende des Zweiten Weltkriegs wurden die Dachkonstruktion

und der atriumartige Kernbereich des Gebäudes zerstört, der Rest des Baus blieb weitgehend unbeschädigt. Nach Kriegsende wurde das Haus in die Konsumgenossenschaft Einheit überführt, 1948 auf Basis von Röslers Plänen saniert und als Warenhaus Konsum fortgeführt (vgl. ebd.). Es folgte 1956 der Ausbau des Erdgeschosses, 1960 ein vollständiger Umbau mit Schließung des Lichthofs (vgl. ebd.). 1965 ging das Warenhaus in das Zentrale Handelsunternehmen Konsument über, das dem Verband der Konsumgenossenschaften der DDR (VdK) unterstand, und den Betrieb unter dem Namen Konsument weiterführte (vgl. ebd.). Bei einer weiteren Modernisierung 1970 wurden die großzügige Freitreppe abgebrochen und Rolltreppen montiert, Schaufensterfronten umgebaut und die zur Forststraße ausgerich-

FALLBEISPIEL #01

Abb. 11: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0



Baurecht: § 34 BauGB
Bauweise: geschlossen // integriert in Block
Erschließung: Hauptstraße
Umgebung: Dienstleistungen, Büros, Wohnen

tete Fassade umgestaltet.

Nach der Wiedervereinigung wurde das Warenhaus durch Horten-Konsument, ein 1990 gegründetes Joint Venture von VdK und Horten AG, weitergeführt, 1991 erfolgte die Umfirmierung in Horten. Im Zuge der Fusion von Kaufhof durch Horten übernahm Kaufhof den Warenhausbetrieb. Eine weitere Umfirmierung erfolgte nicht mehr, bis das Warenhaus im Jahr 2000 geschlossen wurde.

Vom Warenhaus zum Behördensitz

Das Gebäude stand anschließend mehrere Jahre leer und wurde ab 2004 im Erdgeschoss als Sonderverkaufsfläche zwischen genutzt. Durch das umfassende Verkaufsflächenangebot in Plauen und diverse neu eröffnete Shopping Center blieb eine Nachnutzung durch Einzelhandel aus. Nach der zweiten Kreisgebietsreform beschloss der

Kreistag des Vogtlandkreises im Jahr 2009, seine auf 19 Objekte an sechs Standorten verteilten Behörden mit rd. 600 Arbeitsplätzen in dem Gebäude zusammenzuführen.

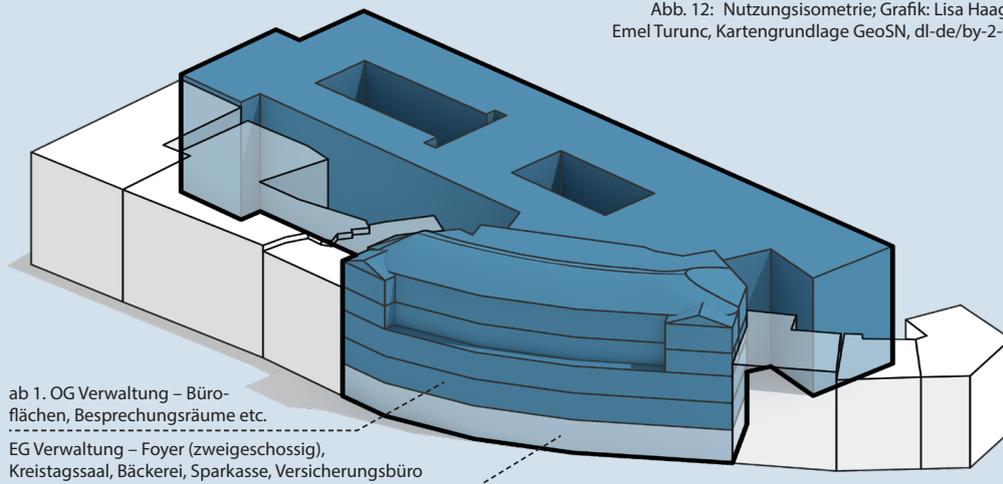
Interdisziplinärer Planungswettbewerb

Im Zuge eines im Jahr 2010 vom Vogtlandkreis ausgelobten, zweistufigen interdisziplinären Planungswettbewerbs (Architektur, Tragwerksplanung und technische Gebäudeausrüstung) wurde ein Konzept für die Umstrukturierung des in der Vergangenheit bereits baulich stark überformten Gebäudes entwickelt, das im Innern kaum noch historische Ausstattungsdetails aufwies (vgl. Wettbewerbe Aktuell 2010). Die Wettbewerbsauslobung schrieb vor, den Kopfbau des Gebäudes am Postplatz zu erhalten, darüber hinaus war es den Wettbewerbsteilnehmenden freigestellt, andere Teile des Bestandsbaus abzubauen (vgl. ebd.). Im Zuge der Transformation des Gebäudes sollten für moderne Verwaltungsabläufe optimierte, barrierefreie Büroflächen mit bestmöglichen Anfahr- und Parkmöglichkeiten geschaffen und neue technische Lösungen zum nachhaltigen Bauen (Nutzung erneuerbarer Energien, nachhaltige Gebäudebewirtschaftung, Wärmerückgewinnung) etabliert werden (vgl. ebd.). An dem vorgeschalteten Teilnahmewettbewerb beteiligten sich 74 Teams, von denen 19 aufgefordert wurden, einen Wettbewerbsbeitrag einzureichen. Das gemeinsam von Bolwin Wulf, WTM und ZWP entwickelte Konzept gewann den 1. Preis und wurde von der Jury vor allem für den ressourcenschonenden Umgang mit der vorhandenen Denkmalsubstanz und Baukultur gelobt (vgl. ebd.).

Kernsanierung, Teilabbruch und Neubau

Ende 2010 erfolgte die Entkernung des Bestandsgebäudes, 2011 der Teilabriss im rückwärtigen Bereich, bevor 2012 die Bestandsanierung und der Neubau begannen. Dabei wurde der große Gebäudekomplex geöffnet, um Licht, Luft und Orientierung ins Innere zu bringen (vgl. Bolwin Wulf o. J.). Die zum Postplatz ausgerichtete Fassade in Bauteil 1 wurde denkmalgerecht saniert und über die

Abb. 12: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage GeoSN, dl-de/by-2-0



ab 1. OG Verwaltung – Büroflächen, Besprechungsräume etc.

EG Verwaltung – Foyer (zweigeschossig), Kreistagsaal, Bäckerei, Sparkasse, Versicherungsbüro

drei mittigen Fassadenachsen geöffnet. Hier findet sich der Haupteingang zum Landratsamt. In den zunächst für Einzelhandel vorgesehenen Erdgeschossflächen des Altbaus am Postplatz befinden sich heute eine Bäckerei, eine Sparkassenfiliale und ein Versicherungsbüro. Eine kurze Passage leitet vom Postplatz in das zweigeschossige Foyer des Landratsamts. Die textilen Wandbespannungen im Eingangsbereich zeigen historische Aufnahmen des Warenhauses, überlagert mit Mustern Plauerer Spitze. Von hier geht es in den multifunktionalen Kreistagsaal mit wie-

dereröffnetem Lichthof im ebenfalls erhaltenen Bauteil 3 und in die Besprechungsräume und Büros in den Obergeschossen. Durch die Adaption der vorhandenen Bausubstanz und daran angepasste Neubauten hat sich das Gebäude im rückwärtigen Bereich entlang der Forstsstraße deutlich verändert. Die beidseitig an den kernsanierten Gebäudeteil angrenzenden, bereits in der Vergangenheit überformten Gebäudeteile wurden abgebrochen und durch Neubauten ersetzt (Bauteile 2 und 4), die den Rhythmus des Altbaus mit seinen ordnenden Stützen-



Bild 66: Wandbespannung im Foyer des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch



Bild 67: Blick in den Innenhof des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch

FALLBEISPIEL #01

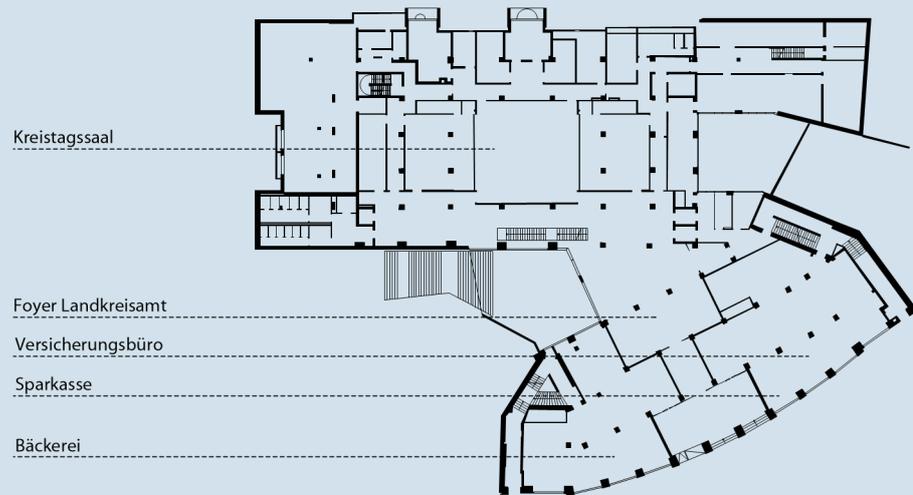


Abb. 13: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

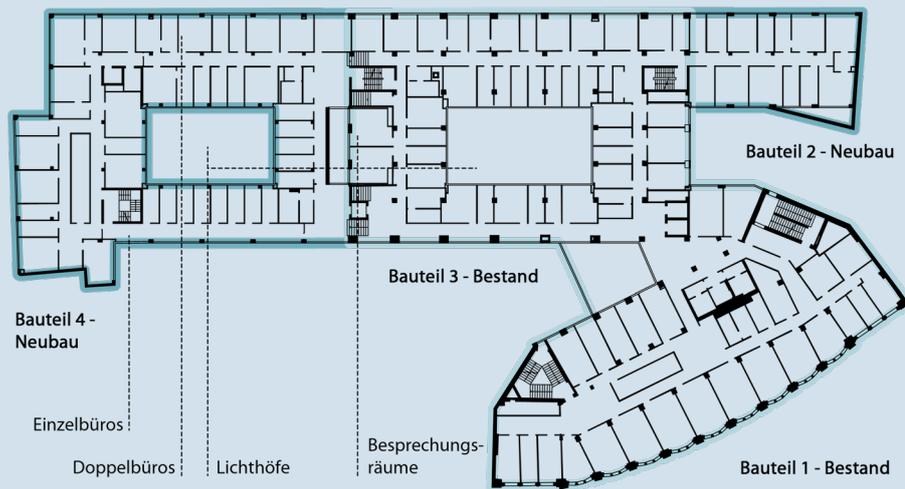


Abb. 14: Regelgrundriss nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

rastern und die Büroflächen belichtenden Innenhöfen aufgreifen. Verbindendes Element sind die verspringenden Außenwände, die die unterschiedliche Geschossigkeit des Gebäudes unterstreichen und der Fassade Spannung verleihen (vgl. Wulf 2023). Die Binnenstruktur ist klar gegliedert und die langen Flure sind gut rhythmisiert. Die einzelnen Gebäudeteile sind sowohl in der Baustruktur als auch im dezenten, farblichen Anstrich des Putzes an den Wänden ablesbar.

Als dekorative Baelemente aus der Erbauerzeit bleiben das dreiläufige Treppenhaus und die Stuckverzierungen im Deckenbereich in den Zimmern des Gebäudes am Postplatz (vgl. Wulf 2023).

Im Zuge der Transformation des Gebäudes wurden alle im Bestand befindlichen technischen Installationen komplett erneuert (vgl. Gruschwitz 2022). Zudem wurde an der Räderstraße ein dreigeschossiges Parkhaus mit sechs höhenversetzten Ebenen, Fahrradstell-



Bild 68: Foyer des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch

„Das Gebäude gewinnt seine Eigenheit aus dem spannenden Kombinieren und dem gegenseitigen Einbeziehen von Alt und Neu.“

– Hanns-Peter Wulf, Partner Bolwin Wulf Architekten (2023)

plätzen sowie zwei Ladesäulen für Elektrofahrzeuge errichtet.

Die Projektrealisierung war durch erhebliche Verzögerungen und Kostensteigerungen gekennzeichnet. Die Fertigstellung verschob sich durch die komplexe Bestandssanierung vom Frühjahr 2014 bis zum Einzug der ersten Ämter Ende 2016 und zur Fertigstellung der Außenanlagen 2017; die Kosten stiegen von ursprünglich 33 Mio. Euro auf 51 Mio. Euro (vgl. Cissek 2016). Da im Bestandsgebäude die in den ursprünglichen Plangrundlagen eingezeichneten Stahlträger fehlten und die Deckenfelder zu Warenhauszeiten deutlich höher als zulässig belastet wurden, mussten diese nachträglich ertüchtigt oder ersetzt werden (vgl. Wulf 2023). Zudem durch Fuchsbisse beschädigte Kabel wiederholt ausgetauscht werden (vgl. Gruschwitz 2022). Die Projektrealisierung wurde über die Programme *Städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahme* und *Städtebaulicher Denkmalschutz* gefördert. Dennoch war das Projekt in der Bevölkerung angesichts der Kosten sehr umstritten. Baustellenführungen haben dazu beigetragen, für die Komplexität

der Projektentwicklung und die hohen Kosten des Projekts zu sensibilisieren und Vorbehalte abzubauen.

Inwertsetzung von Baukultur

Die Transformation des Gebäudes zeigt einen respektvollen und ressourcenschonenden Umgang mit dem baukulturellen Erbe, ohne die Erfordernisse eines modernen Verwaltungsgebäudes zu vernachlässigen. Durch die Umnutzung als Landratsamt konnte ein historisch wertvolles, stadtbildprägendes Gebäude vor der Banalisierung und dem Verfall bewahrt bleiben und ein Beitrag zur Stärkung der Plauer Innenstadt geleistet werden. Es entstand ein zeitgemäßes, bürgernahes Verwaltungsgebäude mit modernen Arbeitsplätzen für die etwa 600 Mitarbeitenden und eine neue zentrale Anlaufstelle für die Bevölkerung. Durch die Zusammenführung der Behörden und eine nachhaltige Gebäudebewirtschaftung sind erhebliche Kosteneinsparungen gegenüber der bisherigen dezentralen Standortstruktur in überwiegend angemieteten, sanierungsbedürftigen Immobilien möglich.

STECKBRIEF #15

Ursprungsnutzung

Warenhaus
(Schocken, Merkur, Kontakt, Zack)

Standort

Am Mühlgraben/Badergasse,
Crimmitschau

Bevölkerung

18.500 (2022)

Bauherr

Schocken KG

Architekt

Bernhard Sturtzkopf

Baujahr

1928

Epoche

Neues Bauen

Geschäftsaufgabe

1999

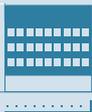
Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 2 – Zweiseitige
Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 3 – Tragende
Lochfassade, innen-
und außenliegende
Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend /
Mittig + Ecken



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Schocken, Crimmitschau

HEUTE: WOHN- UND GESCHÄFTSHAUS

Das ehemalige Schocken in Crimmitschau ist einer von drei erhaltenen Warenhausbauten der klassischen Moderne in Deutschland. Von einer privaten Investorengemeinschaft wird es in ein Wohn- und Geschäftshaus umgenutzt.

Ein Warenhaus im Bauhaus-Stil

Das im Jahr 1928 errichtete Eckgebäude markiert den nordöstlichen Eingang zur Crimmitschauer Innenstadt. In direkter Umgebung finden sich nebst mehrgeschossigen Wohnbauten insbesondere innerstädtische Gewerbenutzungen sowie soziale und öffentliche Nutzungen. Lange Zeit war das Gebäude Teil einer zur Fußgängerzone Badergasse hin geschlossenen Baustruktur. Im Zuge des Umbaus erfolgte jedoch der Rückbau von Anbauten aus der DDR-Zeit, wodurch das ehemalige Warenhaus in Zukunft als Solitär den Stadtraum prägt.

Das heute denkmalgeschützte Bauwerk wurde von dem Architekten Bernhard Sturtzkopf entworfen (vgl. Dietrich et al. 2020: 34). Es verfügt über eine innenliegende Stahlbetonkonstruktion, die große und offene Verkaufsräume ermöglichte (vgl. Kaufhaus Schocken Crimmitschau GbR o. J.a). Um eine allseitige natürliche Belichtung zu gewährleisten, wurde das Erdgeschoss mit großformatigen, quadratischen Schaufenstern ausgestattet und in den Obergeschossen durchlaufende Fensterbänder integriert (vgl. ebd.). Die so erzeugte vertikale Gliederung der Fassade wurde zur Platzierung der Warenhaus-Schriftzüge genutzt (vgl. ebd.). Der jüdische Schocken-Konzern wurde 1939 zwangsenteignet und das Warenhaus in Crimmitschau zunächst zum Warenhaus Merkur und nach abermaliger Enteignung 1948 zum Warenhaus Kontakt im Verband sächsischer Konsum-Genossenschaften (vgl. Dietrich et al. 2020: 62 f.). Nach der Wieder-

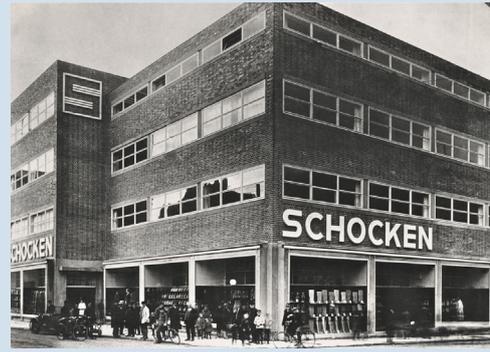


Bild 69: Das Schocken-Warenhaus im Ursprungszustand (um 1930); Foto: Schocken Archiv Tel Aviv, Racheli Edelmann

vereinigung erfolgte eine Rückführung in den Besitz der Schocken-Familie (vgl. ebd.). Bis zur Schließung im Oktober 1999 verlor das Warenhaus, seit 1993 unter dem Namen Zack geführt, stetig an Bedeutung und war in den Folgejahren von Leerstand und Verfall geprägt (vgl. Kaufhaus Schocken Crimmitschau GbR o. J.a).

Umnutzung mit nationaler Förderung

Das Projekt zur Revitalisierung des Kaufhauses Schocken wurde in intensiver Zusammenarbeit zwischen der Stadt Crimmitschau und den projektverantwortlichen PB Dietrich Architekten Ingenieure entwickelt. Die Architekten brachten aus dem Umbau des Schocken-Kaufhauses in Oelsnitz bereits spezifische Umbauerfahrungen sowie den Kontakt zur Erbegemeinschaft mit (vgl. ebd.). 2020 erfolgte ein Verkauf der Immobilie an die durch die Architekten gegründete Schocken Crimmitschau GbR, der Baubeginn war im Frühjahr 2021 (vgl. ebd.). Bereits 2019 wurde die Projektidee im Bundesprogramm *Nationale Projekte des Städtebaus* des BBSR zur Förderung angenommen. Die Investitionen tragen Bund, Stadt und GbR gemeinsam (vgl. BMI 2021: 95). Ziel des Projektes ist die denkmalgerechte energetische Sanierung und die Umnutzung in ein Wohn- und Geschäftshaus als Beitrag zur Wiederbelebung der Crimmitschauer Innenstadt (vgl. BMWSB o. J.). Im Erdgeschoss befinden sich Flächen für eine gastronomische Nutzung sowie die Stadtbibliothek, die künftig zur Frequentierung des Gebäudes beitra-



Bild 70: Das Schocken-Warenhaus im Umbau (2022);
Foto: Nina Hangebruch

gen soll (vgl. ebd.). Hier erfolgte unter anderem die Erneuerung des Eingangsportals zur Bibliothek und der Einsatz neuer Schau- fenster (vgl. Walther 2023). Das erste Oberge- schoss ist für flexible Büro- und Praxisräume vorgesehen, im zweiten und dritten Ober- geschoss wurden insgesamt sechs Wohnein- heiten geschaffen (vgl. ebd.). Der mittlere Gebäudebereich wird durch einen großzügigen Lichthof geprägt, der als Erschließungs- bereich die Nutzungseinheiten vertikal und horizontal verbindet (vgl. Dietrich et al. 2020: 67). Der Keller dient als Lagerfläche und auf der durch den Rückbau freiwerdenden Au- ßenfläche entstehen begrünte Stellplätze (vgl. Walther 2023).

Mixed-Use-Revitalisierung in einer schrumpfenden Kleinstadt

Als besondere Herausforderung für das Pro- jekt gelten die wirtschaftlichen und sozia- len Rahmenbedingungen in der schrump- fenden Kleinstadt Crimmitschau, deren Innenstadt bereits von Leerstand geprägt ist (vgl. BMWWSB o. J.). So konnte lange Zeit kein Investor gefunden werden (vgl. ebd.). Der Mixed-Use-Ansatz aus öffentlichen und gewerblichen Nutzungen mit mietpreisge- bundenem Wohnen soll als Zukunftskonzept erprobt werden und zur Belebung der Innen- stadt beitragen (vgl. ebd.; Riedel 2023). Das Projekt ist eingebettet in verschiedene weitere Maßnahmen zur Aufwertung der Innenstadt, darunter die Umgestaltung der erschließenden Badergasse seit November 2022 (vgl. Stadtverwaltung Crimmitschau



Bild 71: Visualisierung Außenansicht; Grafik: PB Dietrich
Architekten Ingenieure, Dipl.-Ing. Architektur Sophie Dietrich

2022). Auch wurde der Umbau von Beginn an durch öffentlichkeitswirksame Veranstal- tungen, wie etwa eine Ausstellung zur Ge- schichte von Konzern und Standort 2019 so- wie den Tag des offenen Denkmals, begleitet (vgl. Dietrich et al. 2020: 80). Auf diese Weise werden Geschichte und Zukunft des Gebäu- des im Gedächtnis der Bevölkerung veran- kert. Im Ergebnis eines nichtoffenen anony- men *Kunst am Bau*-Wettbewerbs erinnert zudem in Zukunft eine Lichtinstallation des Schocken-Schriftzugs an die bewegte Historie des Gebäudes (Kaufhaus Schocken Crimmitschau GbR o. J.b).

Umnutzung

Bauherr

Kaufhaus Schocken GbR
(Crimmitschau)

Architekturbüro

PB Dietrich Architekten
Ingenieure (Oelsnitz)

Fertigstellung

2024

Neue Nutzung

Wohn- und Geschäftshaus mit
Stadtbibliothek und Gastronomie



Bild 72: Visualisierung des Lichthofs; Grafik: PB Dietrich
Architekten Ingenieure, Dipl.-Ing. Architektur Sophie Dietrich

STECKBRIEF #16

Ursprungsnutzung
Kaufhaus
(Kaufhaus Jonaß)

Standort
Torstraße 1,
Berlin

Bevölkerung
Bezirk Pankow 420.800 (2022)

Bauherr
Hermann Golluber, Hugo Halle

Architekturbüro
Gustav Bauer, Siegfried Friedländer

Baujahr
1929

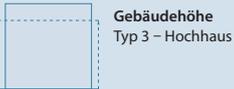
Epoche
Neues Bauen

Geschäftsaufgabe
1939

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung



Städtebauliche Integration
Typ 2 – Eckbau /
zweiseitige Öffnung



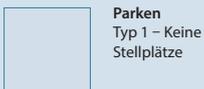
Gebäudehöhe
Typ 3 – Hochhaus



Fassadenkonstruktion
Typ 2 – Tragende
Pfeilerfassade,
Außen- & Innenstützen



Dachform
Typ 5 – Flachdach mit
zurückgesetztem
Geschoss



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



Lichthof
Typ 5 – kein Lichthof

Kaufhaus Jonaß & Co., Berlin-Pankow

HEUTE: SOHO HOUSE

Der ursprünglich als Kaufhaus Jonaß (auch „Jonass“) errichtete Gebäudekomplex in der Torstraße 1 war Schauplatz der bewegten Berliner Geschichte und ist heute ein Standort des britischen Privatclubs *Soho House*.

Gebaute Geschichte

Das teils achtgeschossige, denkmalgeschützte Gebäude formt die Ecke eines dichten Baublocks im Ortsteil Prenzlauer Berg, in direkter Nähe zum Alexanderplatz. Der Haupteingang öffnet sich zum großflächigen Kreuzungsbereich Tor-/Mollstraße und Prenzlauer Allee/Karl-Liebknecht-Straße. Während das direkte Umfeld durch überwiegend dichte Baustrukturen und gemischte Nutzungsstrukturen bestimmt wird, schließen im Osten die Freiflächen des Nikolai-Friedhofs an, die in der Verlängerung zum Volkspark Friedrichshain führen.

Im Jahr 1929 wurde das Gebäude der jüdischen Architekten Gustav Bauer und Siegfried Friedländer als Kaufhaus Jonaß eröffnet (vgl. Wasmuth 2022). Im Eisenbetonskelettbau errichtet, verfügt es über eine klar strukturierte Mauerwerkslochfassade, die beiden untersten Etagen sind mit Naturstein verkleidet (vgl. GBP Architekten GmbH o. J.). Die Hauptfassade wird von abgerundeten Ecktürmen gerahmt (vgl. ebd.). Von den jüdischen Geschäftsleuten Hermann Golluber und Hugo Haller als Kreditkaufhaus konzipiert, sollte es insbesondere der finanziell schwächeren Bevölkerung Berlins den Zugang zu Konsumartikeln erleichtern (vgl. BZ 2017; Wasmuth 2022).

Infolge der Machtübernahme der NSDAP wurden die jüdischen Eigentümer 1939 aus dem Unternehmen gedrängt und das Kaufhausgeschäft an den Alexanderplatz verlegt (vgl. Wasmuth 2022). Im Gebäude wurde der Verwaltungssitz der Reichsjugendführung



Bild 73: Haus der Reichsjugendführung (1933); Foto: Bundesarchiv, Bild 146-1993-021-16 / Klinke & Co. / CC-BY-SA 3.0

eingerrichtet (vgl. ebd.). Nach Kriegsende wurde das Gebäude verstaatlicht und unter dem Namen *Haus der Einheit* als Sitz des Zentralkomitees der sozialistischen Einheitspartei (SED) genutzt (vgl. ebd.). Ab 1959 zog das Institut für Marxismus-Leninismus als wissenschaftliche Einrichtung der SED in die Räumlichkeiten (vgl. ebd.). Die Kellerräume wurden zum Parteiarchiv (vgl. ebd.). Mit der Wende erfolgte die Rückführung in den Besitz der jüdischen Erbgemeinschaft. Nach jahrelangem Leerstand wurde das Gebäude im Jahr 2007 an die deutsch-britische Investorengemeinschaft Cresco Capital veräußert (vgl. ebd.; BZ 2017).

Exklusive Umnutzung zum Privatclub

Nach Ankauf wurde das Gebäude durch die Investorengemeinschaft bis 2009 denkmalgerecht saniert und zu einem britischen Club und Boutique-Hotel umgebaut (vgl. EiSat GmbH o. J.). Das *Soho House Berlin* eröffnete im Jahr 2010 als erster Standort der Clubkette auf dem europäischen Festland (vgl. Soho House 2023).

Seit dem Umbau ist das Gebäude in weiten Teilen nur für zahlende Mitglieder oder eingeladene Gäste zugänglich (vgl. ebd.). Die hochwertige Einrichtung der *Soho Houses* kombiniert traditionell-englisches Design mit modernen Designelementen. Neben Hotelzimmern in verschiedenen Größen stehen Apartments und Lofts für längere Aufenthalte zur Verfügung sowie flexible Arbeitsplätze und Konferenzräume (vgl. ebd.). Ergänzt wurden Flächen für Geschäfte, Restaurants



Bild 74: Das Haus der Einheit (1949); Foto: Bundesarchiv, Bild 183-S91405 / Heinz Funck / CC-BY-SA 3.0

und Bars sowie Veranstaltungsräume (vgl. ebd.). Die Kellerräume wurden im Zuge des Umbaus bis auf die Fundamente zurückgebaut, um ein Fitnessstudio, ein Spa und einen Kinosaal einzurichten (vgl. EiSat GmbH o. J.). Das Dach wurde mithilfe einer zusätzlichen Stahlverstärkung aufgestockt und eine Dachterrasse mit Pool angelegt (vgl. ebd.). Insgesamt steht nach dem Umbau eine Bruttogrundfläche von 18.500 m² zur Verfügung (vgl. GBP Architekten GmbH o. J.). Die Fassadensanierung erfolgte denkmalgerecht in Anlehnung an das historische Erscheinungsbild des Gebäudes (vgl. ebd.). So wurden straßenseitig Holzverbundfenster nach Originalvorbild eingesetzt und entsprechend der ursprünglichen Fassadengliederung eine neue Pfosten-Riegel-Fassade im Erdgeschoss gestaltet (vgl. ebd.).

Umstrittenes Erfolgskonzept

Trotz anfänglicher Zweifel und Kritik am Konzept des Private-Member-Clubs ist das *Soho House Berlin* eine beliebte Adresse und etablierte Eventlocation etwa für Konzerte, Parties und Modenschauen geworden (vgl. Kleeve 2018; Seidl 2022). Außenwirksam zählen vor allem Prominente aus der Film-, Musik- und Medienbranche aber auch der Politik zu den Mitgliedern des Clubs, der sich insbesondere an erfolgreiche oder aufstrebende Menschen in Kreativberufen richtet (vgl. Barkey 2023; Vergara 2023; Vorbringer/Vergara/Weingärtner 2022). Neue Mitglieder müssen vorgeschlagen und von einem Komitee angenommen werden. In Berlin sind jedoch Teile



Bild 75: Das Soho House Berlin (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

des Gebäudes mittlerweile auch öffentlich zugänglich, darunter der 2015 eröffnete Concept Store, das italienische Restaurant sowie das Spa im weitläufigen Untergeschoss (vgl. Röthing 2023). Auch die Geschichte des Gebäudes wird in Erinnerung behalten: Seit 2022 gibt es mit *Haus der Träume* eine Serie nach Romanvorlage, die sich den Anfängen des Gebäudes als Kaufhaus Jonaß widmet (vgl. Zander 2022).

Umnutzung

Bauherr
Cresco Capital Group (Berlin)

Architekturbüro
GBP Architekten (Berlin)

Fertigstellung
2010

Neue Nutzung
Club und Boutique-Hotel mit Fitnessstudio, Spa, Kino, Restaurants und Bars, Dachterrasse mit Pool, Veranstaltungsräumen, Concept Store



Bild 76: Eingangsbereich des Soho House Berlin (2018); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

FALLBEISPIEL #02

Ursprungsgebäude

Warenhaus
(Schocken, Merkur, Howa,
Centrum, Kaufhof)

Standort

Stefan-Heym-Platz 1,
Chemnitz

Bevölkerung

249.460 (2023)

Bauherr

Simon und Salman Schocken

Architekturbüro

Erich Mendelsohn

Baujahr

1930

Epoche

Neues Bauen

Geschäftsaufgabe

2001

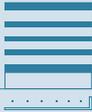
Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 1 – Einseitige
Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 3 – Hochhaus



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade
Innenliegende Stützen



Dachform
Typ 5 – Flachdach
mit zurückgesetztem
Geschoss



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 3 – Außenliegend /
Ecken



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Schocken, Chemnitz

HEUTE: SMAC

Das ehemalige Schocken-Warenhaus in Chemnitz hob sich als Gebäude der klassischen Moderne von zeitgenössischen Warenhäusern ab und wird heute als Museum genutzt.

Architektur-Ikone

Im Jahr 1930 eröffneten die jüdischen Brüder Simon und Salmon Schocken ein Warenhaus in der seinerzeit florierenden Industriestadt Chemnitz. Das Warenhaus entstand am Rande des Innenstadtzentrums in Sichtweite des 1910 nach den Plänen von Wilhelm Kreis eröffneten Warenhauses H. & C. Tietz. Das Baugrundstück hatte die Form eines Viertelkreises mit nur einer repräsentativen Schauseite am Kreisausschnitt (vgl. Borrmann/Wolfram 2015: 117).

Der Architekt Erich Mendelsohn schuf hier ein neugeschossiges Warenhaus in Stahlskelettbauweise mit vorkragendem Erker im 1.–5. Obergeschoss und drei Staffelgeschossen. Nach Planungen in Stuttgart und Nürnberg war dies sein dritter Warenhausbau für den Schocken-Konzern. Mit seiner gebogenen Natursteinfassade und den horizonta-

len Brüstungs- und Fensterbändern, die als Lichtbahnen in der Dunkelheit leuchteten, wies das Gebäude ein unverwechselbares Erscheinungsbild auf. Die Fassadengestaltung machte die einzelnen Ebenen klar ablesbar. Die großen Verkaufsflächen wurden nur durch das Traggerüst unterbrochen, einen Lichthof gab es nicht. An den äußeren Punkten des Gebäudes waren vier Treppenhäuser mit vertikal ausgestalteter Verglasung und drei Aufzügen platziert, hinzu kamen vier Rolltreppen im Innern (vgl. ebd.: 118). Die Wortmarke Schocken wurde – anders als bei anderen Warenhausbauten des Unternehmens üblich – nicht in großformatigen Lettern an der Fassade angebracht, sondern lediglich als kleiner Schriftzug über den vier Eingängen des Warenhauses, sodass die Architektur in den Vordergrund rückte. Seit 1980 steht das stadtbildprägende Gebäude als eines der bedeutendsten erhaltenen Bauwerke der klassischen Moderne und als einziges noch erhaltenes Warenhaus von Mendelsohn unter Denkmalschutz.

1938 Enteignung Schocken	1938–1946 Kaufhaus Merkur	1946 Enteignung Merkur AG	1952–1965 Warenhaus Howa
Bild 77: 1930 Eröffnung Kaufhaus Schocken; Foto: Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin		1946–1951 Nutzung Kaufhaus Merkur durch u. a. LVA, Konsumge- nossenschaft, Künstlerbund	



Warenhaus mit wechselnden Namen

Das Warenhaus wurde nur neun Jahre durch das Unternehmen Schocken geführt. Simon Schocken starb durch einen Unfall bereits vor der Eröffnung, Salman Schocken verlor

tion HO die Immobilie als Howa-Warenhaus. 1965 wurde das Warenhaus gemeinsam mit dem benachbarten Warenhaus Tietz von der volkseigenen Vereinigung Warenhaus Centrum übernommen (vgl. Borrmann/Wolfram



1965–1990
Warenhaus
Centrum

1990–2001
Warenhaus
Kaufhof

Bild 78: 2014
Eröffnung des smac (2022);
Foto: Nina Hangebruch

1984
Einbau Spiegel-
glasfenster

2001
Übernahme GGG;
Leerstand

das gesamte Warenhausunternehmen 1938 in Folge der Arisierung durch die Nationalsozialisten. Von 1939 bis 1945 wurde das Warenhaus, das den Zweiten Weltkrieg im Gegensatz zu weiten Teilen der Innenstadt größtenteils unbeschadet überstand, als Merkur Verkaufsstätte weitergeführt. Infolge der Teilung Deutschlands wurde das Gebäude in Volkseigentum überführt. Dabei wurde die Warenhausnutzung zunächst auf das Erdgeschoss begrenzt und in den Obergeschossen durch Büros, eine Tauschzentrale und Ausstellungsräume ergänzt (vgl. Borrmann/Wolfram 2015: 49). 1948 wurde das Warenhaus dem Verband Sächsischer Konsumgenossenschaften angeschlossen, 1952 übernahm die DDR-Handelsorganisa-

tion HO die Immobilie als Howa-Warenhaus. 1965 wurde das Warenhaus gemeinsam mit dem benachbarten Warenhaus Tietz von der volkseigenen Vereinigung Warenhaus Centrum übernommen (vgl. Borrmann/Wolfram 2015: 50). In dieser Zeit wurde die Fassade teils überformt. Das Gebäude blieb aber von der städtebaulichen Neuordnung der Innenstadt in den 1960er Jahren verschont, da das Erscheinungsbild des Gebäudes zum angestrebten Gesicht der Stadt als moderne, sozialistische Großstadt passte. Nach der Wiedervereinigung übernahm Kaufhof beide Warenhäuser. Die Gebäude wurden zunächst umgebaut und modernisiert, jedoch war der Betrieb zweier älterer Warenhausstandorte am Innenstadtrand unwirtschaftlich und gemeinsam mit der Stadt wurde ein Ersatzneubau im Haupteinkaufsbereich beschlossen. Die beiden Standorte wurden an die GGG Grundstücks- und Gebäudewirtschaftsgesellschaft, eine 100%ige

Umnutzung

Bauherr
GGG - Grundstücks- und Gebäudewirtschaftsgesellschaft mbH (Chemnitz)

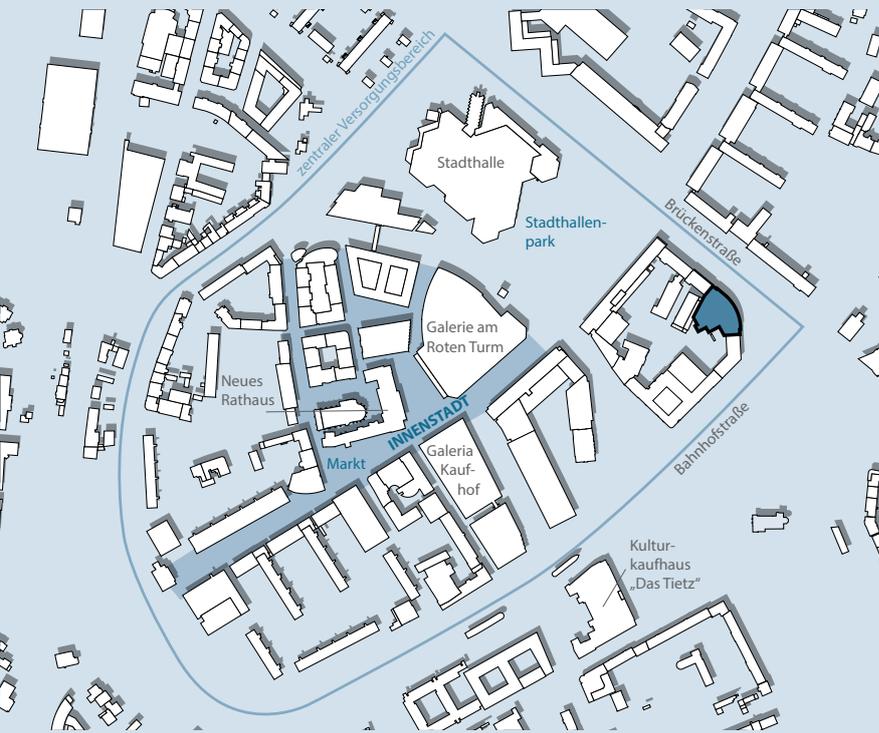
Architekturbüro
Auer Weber Assoziierte GmbH (Stuttgart); Knerer und Lang Architekten GmbH (Dresden)

Fertigstellung
2014

Neue Nutzung
Staatliches Museum für Archäologie Chemnitz (Smac)

FALLBEISPIEL #02

Abb. 15: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0



Baurecht: Kerngebiet MK (Änderung 2014)

Bauweise: geschlossen // integriert in Block

Erschließung: Hauptstraße

Umgebung: Dienstleistungen, Büros, Wohnen

Tochtergesellschaft der Stadt Chemnitz, veräußert. 2000/2001 folgte die Schließung beider Warenhäuser und die Neueröffnung von Galeria Kaufhof am Neumarkt.

Planung einer musealen Nachnutzung

Der öffentliche Diskurs um die Nachnutzung beider Warenhäuser war vor allem durch Fragen des Denkmalschutzes und der Stadtentwicklung geprägt (vgl. Haase 2016: 189). Für beide Warenhäuser wurde eine öffentliche kulturelle, nicht primär kommerzielle Nachnutzung konzipiert. Während das ehemalige Tietz-Warenhaus bereits seit 2004 unter dem Namen *Das Tietz* als Kulturstandort etabliert ist, ging der Umnutzung des Schocken-Gebäudes als Museum ein län-

gerer Findungsprozess zwischen der Stadt Chemnitz, dem Freistaat Sachsen und der Stadtgesellschaft voraus (vgl. Wolfram 2022). Basierend auf einer Machbarkeitsstudie für ein Ausstellungskonzept wurde im Jahr 2006 die Umnutzung als Ersatzstandort für das sanierungsbedürftige Landesmuseum für Vorgeschichte in Dresden beschlossen (vgl. ebd.). In einem Eckpunktepapier wurde unter anderem festgelegt, dass zwei Drittel der Mietfläche durch das Museum genutzt werden sollen, die GGG die Kosten für Umbau und Sanierung übernimmt und der Freistaat Sachsen das Museum einrichtet. 2009 folgte der Mietvertrag mit einer Laufzeit von 18 Jahren und einem Vorkaufsrecht durch das Land nach 15 Jahren (vgl. ebd.).

Gebäudesanierung und Museumskonzept

Von 2010 bis 2013 erfolgte die denkmalgerechte Sanierung nach Plänen der Architekturbüros Auer Weber (Stuttgart) und Knerer und Lang (Dresden). Im Fokus stand die Wiederherstellung der markanten Fassade nach dem ursprünglichen Entwurf. Zudem wurden viele originale Bauteile wiederentdeckt und vorhandene architektonische Motive aufgenommen und gestärkt (vgl. Auer Weber o. J.). Die Fensterprofile aus Holz wurden ebenso wie die Wortmarke Schocken in den historischen Proportionen nachgefertigt. Die beiden seitlichen Treppenhäuser blieben als Fluchttreppenhäuser erhalten.

Im Gebäudeinnern wurden erhebliche Umstrukturierungen vorgenommen, das Gebäude bis auf das Traggerüst entkernt und die gesamte technische Gebäudeausrüstung erneuert. Deckendurchbrüche sowie eine zentral gelegene Treppenrampe verbinden nun die drei Etagen der archäologischen Dauerausstellung. Um eine Verdunkelung der restaurierten Fensterbänder zu vermeiden, gleichzeitig aber optimale Lichtverhältnisse für die Ausstellung zu gewährleisten, wurden parallel zur Fensterfront Ausstellungswände errichtet, die in der Höhe unter dem Untergang des Bestandes bleiben und die Raumwirkung bewahren (vgl. ebd.). Zwischen diesen Wänden und der Außenfassade entstanden

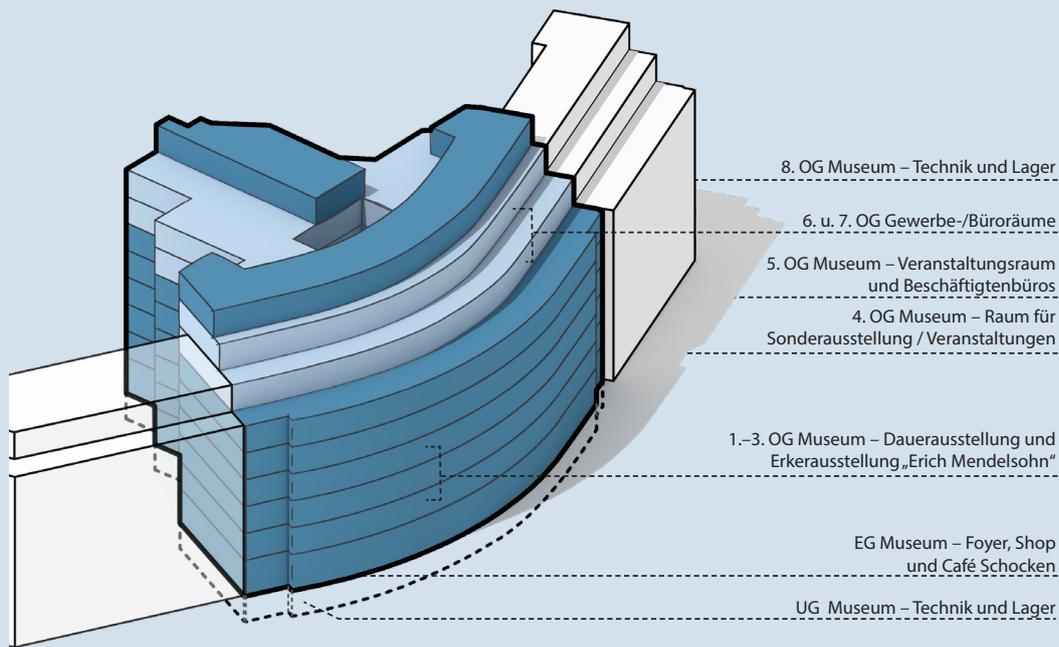


Abb. 16: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Kartengrundlage GeoSN, dl-de/by-2-0

tageslichtdurchflutete Erkergänge, die mit einer Dauerausstellung Erich Mendelsohn, dem Schocken-Konzern sowie dessen Gründer Salman Schocken und der Geschichte des Gebäudes gewidmet sind. Im Mai 2014 erfolgte die Wiedereröffnung des Gebäudes als *smac Staatliches Museum für Archäologie Chemnitz*. Das Museum verzeichnet jährlich rd. 60.000 Besucher, viele davon aus Chemnitz und Zwickau (vgl. Wolfram 2022). Es präsentiert mit mehr als 6.000 Exponaten auf 3.000 m² Ausstellungsfläche 300.000 Jahre Menschheitsgeschichte in Sachsen (vgl. ebd.). Die auf Basis eines Gestaltungswettbewerbs durch das Atelier Brücker (Stuttgart) konzipierte Ausstellung wurde, wie auch der Umbau des Gebäudes,

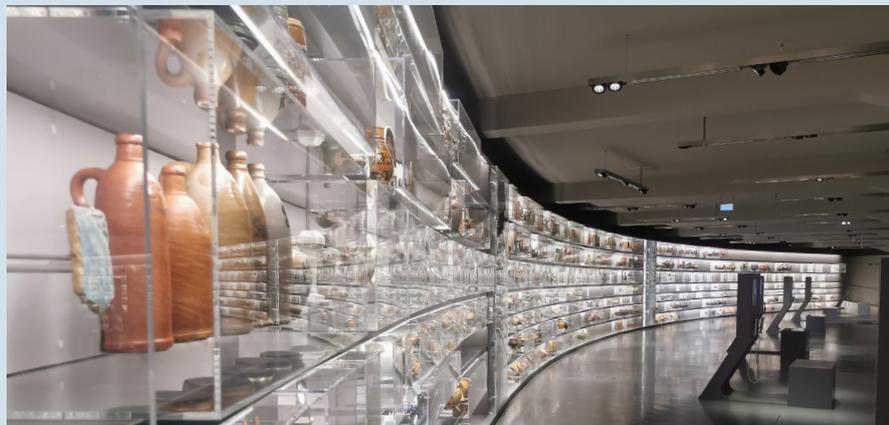


Bild 79: (oben) Atrium mit Blick ins erste OG (2022); Bild 80: (unten) Ausstellungsraum mit geschwungener Vitrine (2022); Foto: Nina Hangebruch

FALLBEISPIEL #02

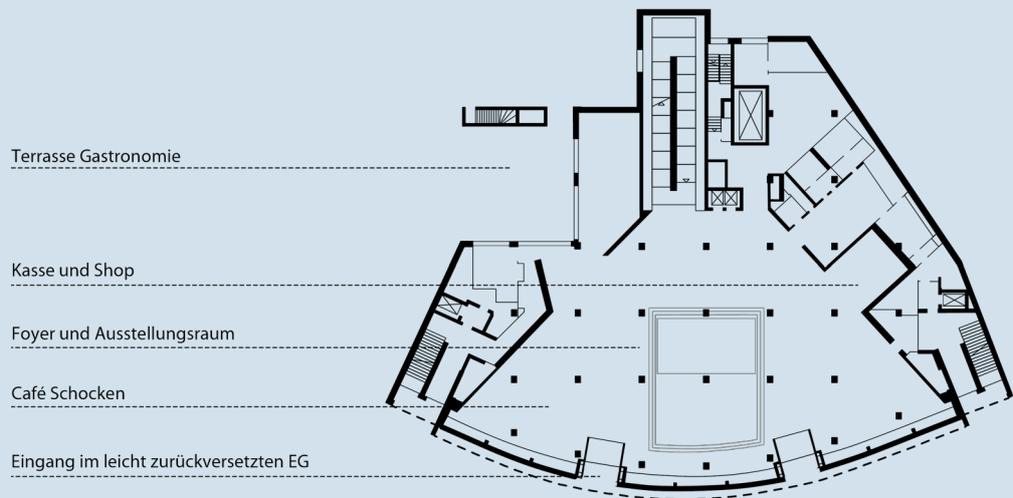


Abb. 17: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag

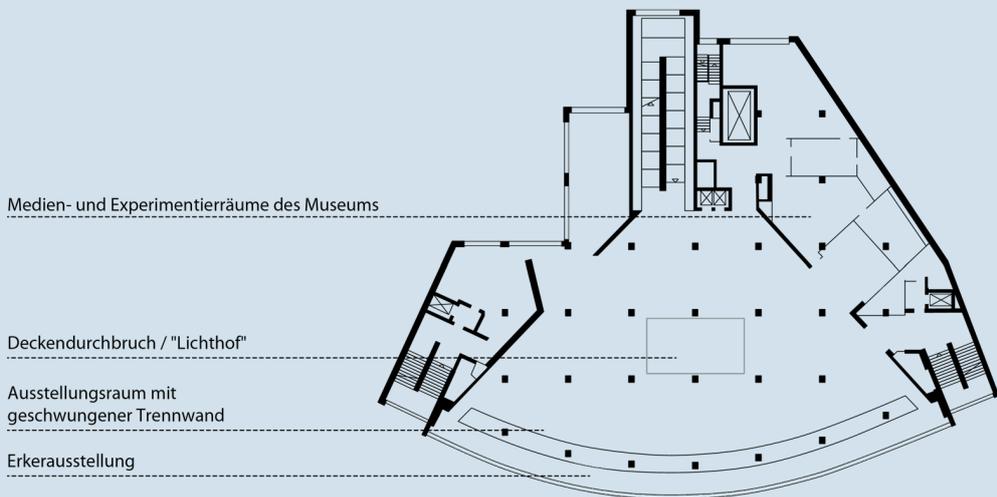


Abb. 18: Grundriss 1. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag

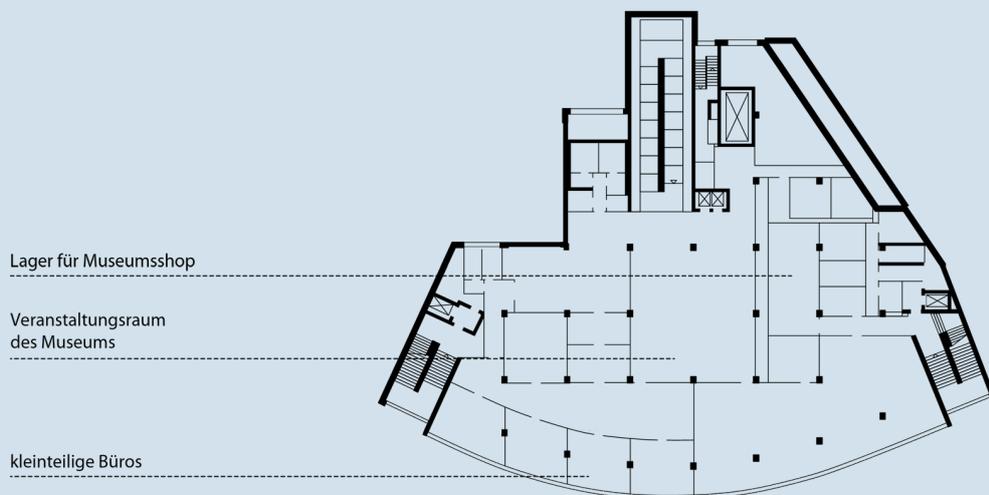


Abb. 19: Grundriss 5. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag



Bild 81: Erker-
ausstellung zur Geschichte des
Gebäudes (2022); Foto: Nina
Hangebruch

*„Als im 19. Jahrhundert das moderne Kauf- und Warenhaus aufkam, waren Anleihen bei Museen in der Warenpräsentation gang und gäbe, die Schauvitri-
ninen ähnelten sich stark. In Chemnitz ist nun aber aus einem Warenhaus ein Museum geworden.“*

– Interview Dr. Sabine Wolfram, Direktorin des smac (2022)

mehrfach prämiert (vgl. ebd). In den über der Ausstellung gelegenen Ebenen finden sich Büros für die Beschäftigten, Räume für die Ausstellungsvorbereitung und Lagerflächen des Museums (vgl. ebd). Die Flächen in den beiden unteren Staffelgeschossen sind für gewerbliche und behördliche Nutzungen untervermietet, das Dachgeschoss und das Untergeschoss werden für die Museumstechnik genutzt. Im leicht zurückspringenden, großflächig verglasten Erdgeschoss des Gebäudes liegt das Museumsfoyer mit Kassen, Garderobe, Schließfächern, Sanitärräumen sowie Museumshop und Café.

Sicherung und Erhalt von Baukultur
Trotz massiver Eingriffe in die Bausubstanz

und einer weitreichenden architektonischen Umgestaltung im Gebäudeinnern gelang der Erhalt und die zeitgemäße Umnutzung einer Ikone der modernen (Warenhaus-)Architektur. Damit wurde nicht nur einer der wenigen Vorkriegsbauten in Chemnitz, sondern auch ein architektur- und kulturgeschichtlich herausragendes, stadtbildprägendes Gebäude erhalten, das zugleich der letzte erhaltene Warenhausbau von Erich Mendelsohn in einer für die Entstehung und Expansion der Warenhäuser zentralen Region Deutschlands ist. Durch die fachliche Ausrichtung des Ausstellungskonzepts und die in den Erker- ausstellungen präsentierte Historie des Gebäudes fungiert das smac als zentraler „Kultur- botschafter“ (Haase 2016: 189) Sachsens.

10.3 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Ersten Nachkriegsmoderne

Die aus der Ersten Nachkriegsmoderne (1945-1959) erhaltenen Kauf- und Warenhäuser sind vielerorts noch heute in Betrieb. Sie entstanden in zentralen Innenstadtlagen, häufig am Standort zuvor kriegszerstörter Gebäude. Diese zentralen Lagequalitäten waren über Jahrzehnte zentrale Erfolgsfaktoren für die Warenhäuser. Später entstandene Warenhausstandorte mit schlechteren Lagequalitäten in Rand- und Nebenlagen oder kleineren Zentren haben sich in der Regel nicht als langfristig erfolgreich erwiesen, sie sind inzwischen häufig aufgegeben und umgenutzt.

Der Zustand der Gebäude aus der Ersten Nachkriegsmoderne ist genauso vielfältig wie ihre architektonische Gestaltung, die zwischen offenen und geschlossenen Fassaden variiert und die zunehmende Herausbildung der Corporate Identity der jeweiligen Warenhausunternehmen widerspiegelt. Noch heute sind beispielsweise Gebäude mit der Horten-Kachel von Egon Eiermann oder der charakteristischen grün-weißen Glasfassade von Hermann Wunderlich zu finden.

Dennoch erfahren die Gebäude in breiten Bevölkerungsschichten wenig Wertschätzung. Zur Anpassung an neue, funktionale und technische Anforderungen sind sie in der Vergangenheit mehrfach überformt worden. Nur wenige Gebäude aus der Ersten Nachkriegsmoderne sind denkmalgeschützt und im Falle einer Geschäftsaufgabe scheint ein Abriss und Neubau oft naheliegend. Dabei lassen sich die Gebäude sehr gut umnutzen.

Beispiele aus Karlsruhe, Oldenburg, Bergen op Zoom (NL) und Frankfurt (Oder) zeigen, wie die Transformation der Gebäude gelingen kann. Das in diesen Städten realisierte Nachnutzungsspektrum ist breit, es reicht von neuen Arbeitswelten und Coworking über Wohnen, eine Markthalle, Eventflächen, Gewerbe und Arztpraxen. Während einige Gebäude durch die Transformation komplett überformt wurden, zeigt das Fallbeispiel aus Frankfurt (Oder), wie ein nicht denkmalgeschütztes Gebäude mit hohem Sanierungsrückstau nach außen hin behutsam restauriert wurde und im Inneren eine moderne, zeitgemäße Umnutzung erfahren hat.

10.4 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Zweiten Nachkriegsmoderne

Von den in der Zweiten Nachkriegsmoderne (1960–1979) errichteten Kauf- und Warenhausbauten sind nur noch sehr wenige in der ursprünglichen Nutzung erhalten. Viele der in diesem Zeitraum eröffneten Standorte in Nebenlagen, Mittelzentren und Stadtteilzentren haben sich langfristig nicht am Markt bewährt. Sie sind an Standorten mit teils unzureichendem Nachfragepotenzial entstanden, die im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel besonders früh strukturelle Schwächen gezeigt haben. Auch die Insolvenz von Hertie beziehungsweise Dawnay Day im Jahr 2009 hat diese Standorte besonders

Bild 82: Vom Kinderkaufhaus zum BLOK O (2023); Foto: Nina Hangebruch



getroffen, weil die zuvor von Karstadt aufgegebenen kleinen Warenhäuser oftmals außerhalb der Innenstadtzentren der Metropolen lagen.

Ähnlich wie die Gebäude aus der dritten Epoche werden die Bauwerke dieser Baujahre oftmals nur wenig wertgeschätzt. Die häufig in rationalisierter Architektur entstandenen Gebäude mit ihren vielfach geschlossenen Fassaden weisen oft brutalistische Züge auf und werden in der Öffentlichkeit vorschnell als „Bausünden“ abgetan. Im Falle einer Geschäftsaufgabe wird auch hier oft der Ruf nach einem Abriss und Neubau laut.

Gleichzeitig bieten die Gebäude jedoch hervorragende Eigenschaften für eine Transformation. Die oftmals geschlossenen Vorhangfassaden lassen sich einfach neugestalten und die Gebäudestatik ist auf Traglasten ausgelegt, die ein breites Nutzungsspektrum ermöglichen. Atrien etc. zur Belichtung der großen, tiefen Verkaufsflächen können in aller Regel innerhalb des bestehenden Stützrasters realisiert werden. Diese Transformationspotenziale sollen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Umbau sehr aufwändig ist und zumeist eine umfassende Schadstoffsanierung erfordert. Darüber hinaus ist die Suche nach einer Nachnutzung angesichts der häufig eingeschränkten Lagequalitäten dieser Standorte zuweilen sehr zeitintensiv.

Projekte aus Mannheim, Lünen, Berlin-Neukölln, Belfast (UK), Herne und Esch-sur-Alzette (L) zeigen, wie die Transformation der Gebäude dennoch gelingen kann. In diesen Städten wurden Büros, Gewerbe, Wohnungen, Arztpraxen sowie eine Boulderhalle in ehemaligen Kauf- und Warenhäusern realisiert. Viele Gebäude sind dazu vollständig überformt worden und in ihrer früheren Gestalt kaum noch erkennbar. Das Fallbeispiel Herne zeigt jedoch, dass eine Transformation auch dann er-



folgreich durchgeführt werden kann, wenn das äußere Erscheinungsbild des Gebäudes bewahrt und sorgsam saniert wird.

Bild 83: Von Hertie zu den Neuen Höfen Herne (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

10.5 Transformation von Kauf- und Warenhäusern der Postmoderne

In der Postmoderne (ab 1980) ging die Zahl der Warenhausbauten deutlich zurück. Die wenigen neu errichteten Gebäude aus dieser Epoche sind vor allem durch Stahlbeton-Glas-Konstruktionen gekennzeichnet. Angesichts des jungen Baualters sind die Gebäude in aller Regel noch in sehr gutem Zustand, sie weisen im Vergleich mit den Gebäuden vorheriger Epochen wenig Schadstoffe auf und eignen sich sehr gut für eine Umnutzung. Diese wird nicht nur durch die gute Bausubstanz erleichtert, sondern auch durch die vorhandenen Lochfassaden. Aufgrund der geringen Zahl der Warenhausgebäude aus dieser Zeit sind einzelhandelsfremde Umnutzungen aus dieser Epoche relativ selten.

Beispiele aus Berlin-Lichtenberg und Lübeck zeigen zwei Transformationsvorhaben aus dieser Epoche. Während das Gebäude in Berlin heute als Wohn- und Geschäftshaus genutzt wird, soll in Lübeck ein Schul- und Bildungszentrum entstehen.

STECKBRIEF #17

Ursprungsnutzung
Warenhaus
(Vroom & Dreesmann)

Standort
Stationsstraat 1,
CA Bergen op Zoom, Niederlande

Bevölkerung
68.850 (2023)

Bauherr
Vroom & Dreesmann

Baujahr
1952

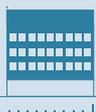
Epoche
Erste Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe
2016

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 4 – Dreiseitige Öffnung

 **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehr-geschossbau

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 4 – Nicht tragende Vorhangfassade, innenliegende Stützen

 **Dachform**
Typ 4 – Flachdach

 **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze

 **Vertikale Erschließung**
Typ 3 – Außenliegend / Ecken

 **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichthof

V&D, Bergen op Zoom

HEUTE: ANNO '52

Nach der Insolvenz der niederländischen Warenhauskette Vroom & Dreesmann (V&D) Ende des Jahres 2015, wurde die ehemalige Filiale in Bergen op Zoom in den Jahren 2019 bis 2022 in ein Wohn- und Geschäftshaus umgebaut.

Bedeutungswandel des Warenhauses

Das überwiegend dreigeschossige Gebäude wurde im Jahr 1952 im historischen Stadtzentrum der niederländischen Mittelstadt Bergen op Zoom erbaut (vgl. Grosfeld Bekkers van der Velde Architecten o. J.). Heute bildet es den östlichen Eingang zur Innenstadt, nur wenige Gehminuten vom Hauptbahnhof entfernt. Als Teil einer geschlossenen Blockstruktur, öffnet es sich an drei Seiten zur Straße hin, östlich zur viel befahrenen Wassenaarstraat und südlich und westlich zu autofreien Einkaufsstraßen. Die Umgebung prägen innerstädtische Gewerbenutzungen und Wohnen in überwiegend kleinteiligen, dichten Blockstrukturen mit teils historischer Bausubstanz.

Das robuste, sandfarbene Backsteingebäude verfügte über einen von geschosshohen Schaufenstern geprägten Sockel, der eine außenwirksame Präsentation der Waren ermöglichte. Die Obergeschosse mit Verkaufsräumen, Werkstatt und Büros wiesen eine funktionale, überwiegend geschlossene Fassade auf. Eine Ausnahme bildete ein größeres Fensterband an der prägenden südöstlichen Ecksituation, hinter dem sich das haus-eigene Restaurant befand (vgl. Keijzer 2023). Die Eröffnung des V&D-Warenhauses fiel in die Zeit eines wachsenden Optimismus und Fortschrittsglaubens nach dem kriegsbedingten Wiederaufbau. Wie auch in Deutschland, entwickelten sich die Warenhäuser über die Jahrzehnte zu einem festen Bestandteil der Innenstädte und die Schließungswelle der über 60 V&D-Filialen im Jahr 2016 löste vielfach nostalgische Debatten aus (vgl.



Bild 84: Leerstehendes V&D vor dem Umbau (2020); Foto: Peter de Brie 17-06-20

ebd.). Nicht nur in Bergen op Zoom folgte auf die Geschäftsaufgabe zunächst eine mehr-jährige Leerstandsphase (vgl. De Brie 2019).

Transformation eines Gebäudes mit kulturhistorischem Wert

Im Jahr 2018 entwickelte sich eine neue Perspektive für das charakteristische Gebäude. Die niederländische BVR Groep übernahm die Immobilie zur Umwandlung in ein Wohn- und Geschäftsgebäude (vgl. ebd.). Das Konzept des lokalen Büros Grosfeld Bekkers van der Velde Architecten setzte auf den Erhalt und die Würdigung des baulichen Bestandes, um der stadtbildprägenden und kulturhistorischen Bedeutung des Gebäudes Rechnung zu tragen. Um Wohnungen in den vorhandenen Strukturen umzusetzen, wurden strategische, teils radikale Eingriffe in die Bausubstanz vorgenommen, während die Kubatur erhalten und die Fassadengestaltung dem Original nachempfunden wurde (vgl. Grosfeld Bekkers van der Velde Architecten o. J.). Im Jahr 2020 erfolgte der Abriss eines Anbaus, des gesamten Dach- und zweiten Obergeschosses sowie der Einschnitt eines



Bild 85: Leerstehendes V&D, Blick von Nord-Osten (2019); Foto: Grosfeld Bekkers van der Velde Architecten

Innenhofes im ersten Obergeschoss (vgl. BVR Groep 2022). Das zweite Obergeschoss wurde mit einer Stahlkonstruktion wieder aufgebaut und ein drittes, von der Straße abgerücktes Geschoss, ergänzt (vgl. ebd.). Die straßenseitige Steinfassade wurde durch eine Fertigfassade mit etwa 3 mal 4 m großen Elementen ersetzt, welche die Sandsteinoptik nachbildet (vgl. Sto Isoned bv o. J.). Die durchgehenden horizontalen Fensterbänder werden dabei durch Ziegelpfeiler senkrecht gegliedert. Aus dem richtigen Blickwinkel ergibt sich hierdurch ein geschlossenes Fassadenbild, das an den introvertierten Charakter des Bestandsgebäudes erinnert.

Das Erdgeschoss ist als transparenter Sockel erhalten geblieben und bietet Raum für Gewerbeflächen sowie einen Fahrradschuppen, während im Untergeschoss Lagerräume und Stellplätze zur Verfügung stehen (vgl. BVR Groep 2022). Die Obergeschosse bieten mit 16 Garten-, 21 Stadt- und 8 Dachwohnungen zwischen 70 und 120 m² Wohnangebote für vielfältige Zielgruppen (vgl. ebd.). Die Erschließung erfolgt über Mittelflure oder die Dachfläche (vgl. Grosfeld Bekkers van der Velde Architecten o. J.). Der Innenhof, der über eine großzügige Treppenanlage von der Straße aus erreichbar ist, bildet als gemeinschaftlicher Dachgarten einen geschützten Rückzugsort in der dichten innerstädtischen Baustruktur. Im Innenausbau bleibt die ursprüngliche bauliche Konstruktion erhalten und erkennbar: Die 4 m hohen Räume werden durch Bestandsböden, rohe Betondecken, -balken und -säulen geprägt. Auf diese Weise sollen Alt und Neu „getrennt voneinander lesbar“ (ebd.) bleiben. Die Wohnungen wurden im ersten Quartal 2022 übergeben (vgl. BVR Groep 2022).

Zukunft Wohnen in der Innenstadt

Auch in den Niederlanden sind Innenstädte durch eine rückläufige Nachfrage von Einzelhandelsflächen geprägt. In der steigenden Nachfrage nach innerstädtischem Wohnraum sehen Entwickler und Städte daher zunehmend eine Chance, auch für die Revitalisierung ehemaliger Warenhausimmobi-



Bild 86: Außenansicht nach Umbau (2023); Foto: Lisa Haag

lien (vgl. Keijzer 2023). In Bergen op Zoom konnte bereits zu Entwicklungsbeginn ein Großteil der Wohnungen verkauft werden. Das große Interesse wurde unter anderem auf die besondere Anziehungskraft der baulichen Struktur und Geschichte des Gebäudes zurückgeführt (vgl. Peppelaar 2020). Zur Belegung der Innenstadt will die Stadt auch in Zukunft Verkaufsflächen reduzieren. Im ehemaligen V&D wurde die Einzelhandelsfläche von 8.500 m² auf etwa 2.000 m² verkleinert (vgl. Te Veele 2018).

Umnutzung

Bauherr

BVR Groep BV (Roosendaal)

Architekturbüro

Grosfeld Bekkers van der Velde Architects (Breda)

Fertigstellung

2022

Neue Nutzung

Wohnen, Gewerbe



Bild 87: Gemeinschaftlicher Hofgarten (2021); Foto: Paulien Korving



Bild 88: Innenansicht einer Wohnung (2021); Foto: René de Wit

STECKBRIEF #18

Ursprungsnutzung

Kaufhaus
(Schneider, Breuninger, Saturn)

Standort

Kaiserstraße 146-148,
Karlsruhe

Bevölkerung

300.000 (2022)

Bauherren

Wilhelm und Eugen Schneider

Baujahr

1956

Epoche

Erste Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe

2021

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



Städtebauliche Integration
Typ 4 – Dreiseitige
Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 3 – Hochhaus



Fassadenkonstruktion
Typ 1 – Glasfassade
ohne Tragfunktion,
innenliegende Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Schneider, Karlsruhe

HEUTE: MIXED USE

Das ehemalige Kaufhaus Schneider hat schon häufiger Nutzungswechsel erlebt. Bisher haben sich regelmäßig Kaufhausnutzungen abgewechselt. Angesichts der rückläufigen Flächennachfrage des Einzelhandels wurde nun eine Boulderhalle in dem Gebäude etabliert.

Zentral gelegenes Innenstadt-Kaufhaus

Das frühere Textilkaufhaus Schneider im Karlsruher Innenstadtzentrum liegt unmittelbar am Europaplatz gegenüber der Postgalerie, einem mächtigen Sandstein-Gebäude aus der Belle Époque, das seit 2001 als Shopping Center fungiert. Das Kaufhaus verfügt über eine direkte Straßenbahn- (oberirdisch) und S-Bahn-Anbindung (unterirdisch). Die angrenzenden Gebäude stammen überwiegend aus der Nachkriegszeit und werden als Kino, Einzelhandels- und Dienstleistungsflächen sowie als Parkhaus genutzt.

Der in der Gebäudehöhe und -tiefe gestaffelte Bau aus den 1950er Jahren entstand an der Stelle des 1938 eröffneten, im Krieg zerstörten und anschließend notdürftig wieder aufgebauten Vorgängerbaus von Kaufhaus Schneider. Das Gebäude mit insgesamt 15.000 m² BGF (vgl. ka-news 2008) war durch einen siebenstöckigen Turm mit einem aufgeständerten Flachdach geprägt, der sich aus einem ansonsten vierstöckigen Gebäude mit Staffelgeschoss heraushebt. Die zahlreichen, unterschiedlich großen Fensterflächen öffneten den Bau nach außen und nahmen ihm trotz des Volumens seine Mächtigkeit.

Wechselnde Nutzungen und Umbauten

Bei einem ersten größeren Umbau des Gebäudekomplexes im Jahr 1969 wurde die Fassade geschlossen und mit Metallpaneelen verkleidet (vgl. ka-news 2010b). 1993 wurde Kaufhaus Schneider durch Breuninger, ein expandierendes mittelständisches Textilkauf-



Bild 89: Kaufhaus Schneider (1970er Jahre); Foto: Stadtarchiv Karlsruhe 8/BA Schlesiger A14a/175/1/9

haus-Unternehmen mit Firmensitz und Filialschwerpunkt in Baden-Württemberg, übernommen (vgl. Bassler 2009). Nach Beendigung der eigentlichen Kaufhausnutzung im Jahr 2006 firmierte das Gebäude in red.box. um, ein Outlet-Konzept von Breuninger, das an diesem Standort bis 2009 geführt wurde (vgl. ka-news 2008; ka-news 2009). Im Zuge der darauf folgenden Umnutzung wurde das Gebäude entkernt, umgebaut und renoviert (vgl. ebd.; ka-news 2010a). Die Fassade wurde abermals erneuert und mit hellen Faserzementplatten verkleidet (vgl. Deal 2021). Von 2010 bis 2021 betrieb Saturn ein Elektrokaufhaus mit rd. 8.000 m² Verkaufsfläche vom Erdgeschoss bis 3. Obergeschoss. Weitere Mietparteien wie Woolworth, das Fitnessstudio Jonny M. und Phoenix Games Holding kamen im Laufe der Zeit hinzu.

Umbau und Umstrukturierung

Nach der Verlagerung der Saturn-Filiale im Jahr 2021 wurde die Fläche entkernt und für



Bild 90: Gebäude nach Umbau, u. a. mit Saturn; Foto: Monika Müller-Gmelin, Stadtverwaltung Karlsruhe

ein Mixed-Use-Konzept umstrukturiert (vgl. Karlsruhe Insider 2022; Deal 2021). In diesem Kontext wurde die Fassade wieder geöffnet und mit großformatigen Fensterflächen versehen (vgl. Oettinger 2021; Deal 2021). Die Flächen im Erdgeschoss und 1. Obergeschoss werden seit Herbst 2022 durch den Drogeriefachmarkt dm, die Bäckerei Katz und eine große Zahnarztpraxis genutzt (vgl. Diringer & Scheidel 2021; Mayer 2022). Weitere Teilflächen befinden sich noch in der Vermietung.

Boulderhalle

Größter Mieter ist eine im Herbst 2022 eröffnete Boulderhalle mit rd. 2.000 m² im 3. Obergeschoss (vgl. Boulderwelt 2023). Geklettert wird ohne Gurt und Seil mit einer Abfolge bestimmter Griffe und Tritte in einer Absprunghöhe von ca. 3 bis 4 m über dicken Weichbodenmatten (vgl. ebd.).

Die Boulder auf insgesamt 1.000 m² Wandfläche werden regelmäßig umgeschraubt, um immer wieder neue Besuchsanreize zu schaffen (vgl. Wurzer 2023). Geräte und Flächen zum Dehnen und Traversen, Kurse und Events sowie ein Kinderbereich und ein Café ergänzen das Angebot. Durch die großen Fenster kann das Treiben in der Innenstadt beobachtet werden.

Neue Besuchsanreize

Durch ihre Deckenhöhen und die großen zusammenhängenden Flächen sind Kauf- und Warenhäuser ohne großen Umbauaufwand als Boulderhalle nutzbar. Die zentrale innerstädtische Lage bildet gegenüber den sonst



Bild 91: Außenansicht des Gebäudes nach Umbau (2023); Foto: Sina Bundschuh

üblichen Gewerbegebietslagen Standortvorteile und erleichtert die Erreichbarkeit besonders für junge Menschen ohne Auto. Freizeitnutzungen wie Boulderhallen können das innerstädtische Nutzungsspektrum ergänzen und neue Zielgruppen anziehen.

Umnutzung

Bauherr

N.N.; Investorenvertretung: Kanzlei Wangler GmbH & Co. KG (Karlsruhe)

Architekturbüro

Volksbau Architekten (Karlsruhe)

Fertigstellung

2022

Neue Nutzung

Boulderhalle, Medizindienstleister, Einzelhandel



Bild 92: Klettern mit Blick über die Stadt; Foto: Boulderwelt Karlsruhe



Bild 93: Klettern auf rund 2.000 m²; Foto: Boulderwelt Karlsruhe

STECKBRIEF #19

Ursprungsnutzung

Warenhaus
(Hertie)

Standort

Heiligengeiststraße 6-8,
Oldenburg

Bevölkerung

174.000 (2022)

Bauherr

Hertie Waren- und Kaufhaus
GmbH

Baujahr

1959

Epoche

Erste Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe

1993

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung

**Städtebauliche
Integration**
Typ 3 – Durchgesteckt
/ zweiseitige Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade,
innenliegende Stützen



Dachform
Typ 5 – Flachdach mit
zurückgesetztem
Geschoss



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend
/ Mittig + Ecken



Lichtthof
Typ 5 – Kein Lichtthof

Hertie, Oldenburg

HEUTE: CORE

Das ehemalige Hertie-Warenhaus in Oldenburg wurde seit Aufgabe der Warenhausnutzung bereits mehrfach grundlegend transformiert.

Vom Warenhaus zum Shopping Center

Hertie eröffnete 1959 am Rande des Oldenburger Innenstadtzentrums ein Warenhaus mit ehemals 20.000 m² Verkaufsfläche. Die ursprüngliche Glasfassade des Gebäudes wurde zu Beginn der 1970er Jahre überformt und durch eine Vorhangfassade mit quadratischen Metallelementen ersetzt. Das bereits seit längerer Zeit wenig attraktive und defizitäre Hertie-Warenhaus wurde 1993 aufgegeben (vgl. TW 1993).

Es folgte noch im selben Jahr das Shopping Center City Center Oldenburg (CCO), zunächst mit dem Elektrokaufhaus Brinkmann, Toys 'R' Us, einem Lebensmitteldiscounter und einer kleinen Ladenpassage. In den Jahren 2003 bis 2005 wurde das Gebäude nach Plänen von HS Architekten umgebaut (vgl. bba 2006: 16). Im Zuge dieser Baumaßnahmen wurde das Gebäude bis auf den Rohbau entkernt und dem damaligen Stand der Technik entsprechend modernisiert (vgl. ebd.). Dabei wurde die Fassade komplett erneuert und mit setzkastenartig angeordneten Schaufenstern versehen, die die einzelnen Nutzungen im Gebäude ablesbar machten. Durch das Rahmenwerk aus kastenförmigen Aluminiumblechen wurden die großen Fassadenflächen in kleinere Einheiten unterteilt (vgl. ebd.). Die Gebäudenutzung wurde im 2. Obergeschoss und im darüberliegenden Staffelgeschoss um ein Hotel und ein Fitnessstudio ergänzt (vgl. ebd.).

Angesichts der Randlage im weitläufigen Oldenburger Innenstadtzentrum konnte



Bild 94: Hertie Warenhaus (1973); Foto: Stadtmuseum Oldenburg © Oldenburgische Landschaft

sich das Shopping Center nicht am Markt etablieren. Spätestens mit der Verlagerung des Ankermieters Saturn in das im Jahr 2011 neu eröffnete Shopping Center Schlosshöfe in der Oldenburger Innenstadt war die Immobilie nicht länger als Einzelhandelsstandort zu betreiben. Der sich anschließende Leerstand der Verkaufsflächen führte zu erheblichen Trading-Down-Effekten im Umfeld.

Mixed-Use-Redevelopment

2019 erwarb eine lokale Investorengruppe mit fünf mittelständischen Unternehmen um den Oldenburger Architekten und Projektentwickler Alexis Angelis die Immobilie (vgl. Kiefer 2019).

Das Gebäude wurde nach dessen Plänen erneut grundlegend umgebaut. Im Zuge des Mixed-Use-Redevelopments wurde das Bestandsgebäude im Innern bis auf den Rohbau entkernt, um den Grundriss neu zu



Bild 95: City Center Oldenburg (2013); Foto: Thomas Robbin, Architektur-Bildarchiv

strukturieren. Die in den 2000er Jahren erstellte Fassade blieb weitgehend erhalten und wurde mit neuen Fenstern und Zugängen ausgestattet.

Ein Teil des Gebäudes wurde an die Oldenburgische Landesbank OLB vermietet, die den Standort mit 250 Mitarbeitenden als Hauptgeschäftsstelle nutzt und im Erdgeschoss ein Kundencenter mit Gastronomie eingerichtet hat (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022). In dem anderen Gebäudeteil ist das CORE entstanden, ein Coworking Space mit 150 festen und flexiblen Arbeitsplätzen, abschließbaren Büroräumen, kleineren Eventflächen und Seminarräumen, das sich an freiberuflich Tätige, Start-ups und Studierende sowie an Unternehmen vor Ort richtet, die temporär Flächenbedarf haben.

Neue Anziehungspunkte

Im Erdgeschoss hat eine 670 m² große Markthalle mit Streetfood-Ständen, Bar und Eventflächen eröffnet. Hier finden Vorträge, Lesungen, Partys, Präsentationen, Kunstausstellungen, Kulturveranstaltungen, wechselnde DJ Sessions, Afterwork Specials, Kochkurse und Workshops statt (vgl. ebd.). Die multifunktionale Nutzung belebt die Fläche, sie schafft immer wieder neue Besuchsreize und zieht regelmäßig wechselnde Zielgruppen an. Hier finden auch kreative Einzelhandelsbetriebe, Showrooms und urbane Manufakturen Raum (vgl. ebd.).

Die neue Nutzung soll die überregionale Sichtbarkeit für den Standort Oldenburg



Bild 96: CORE Oldenburg (2022);
Foto: Nina Hangebruch, Archiv

stärken und die Kreativszene, die es sonst in Großstädte wie Hamburg oder Berlin zieht, in Oldenburg halten (vgl. ebd.). Das vielfältige Angebot und die verschiedenen Formen der Begegnung, Kreativität und Kollaboration erleichtern die Vernetzung der unterschiedlichen Nutzungen. Die identitätsstiftende Dimension des Projekts wird durch eine Crowdfunding-Kampagne unterstrichen, an der sich verschiedene zivilgesellschaftliche Initiativen und Privatpersonen aus Oldenburg beteiligt haben (vgl. ebd.).

Umnutzung

Bauherr

Neu_Fundland Projekte GmbH (Oldenburg)

Architekturbüro

Angelis & Partner Architekten mbH (Oldenburg)

Fertigstellung

2020

Neue Nutzung

Coworking, Events, Streetfood, Bank, Hotel & Fitnessstudio



Bild 97: Coworking im CORE (2023);
Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Bild 98: Veranstaltung im CORE (2023);
Foto: Nina Hangebruch, Archiv

FALLBEISPIEL #03

Ursprungsgebäude

Kaufhaus / Fachmarkt
(Kinderkaufhaus, Schuhfachmarkt, Modemarkt, Elektrofachmarkt)

Standort

Karl-Marx-Str. 182,
Frankfurt (Oder)

Bevölkerung

58.000 (2022)

Bauherr

Staatliches Unternehmen des
Einzelhandels HO

Fertigstellung

1963

Epoche

Erste Nachkriegsmoderne
(typisches Gebäude der 3.
Epoche, wenn auch erst in der 4.
Epoche fertiggestellt)

Geschäftsaufgabe

2000er Jahre

Umbaurelevante Merkmale

zum Zeitpunkt der Umnutzung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär /
vierseitige Öffnung

 **Gebäudehöhe**
Typ 1 – Flachbau,
ein bis zwei
Geschosse

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 2 – Tragende
Pfeilerfassade,
Außen- & Innenstützen

 **Dachform**
Typ 4 – Flachdach

 **Parken**
Typ 1 – Keine
Stellplätze

 **Vertikale Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend /
Mittig + Ecken

 **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichthof

Kinderkaufhaus, Frankfurt (Oder)

HEUTE: BLOK O

Durch die Umnutzung des markanten Kaufhausgebäudes ist eine unkonventionelle Nutzungsmischung von Bank und Coworking entstanden.

Kaufhausgebäude der ostdeutschen Nachkriegsmoderne

Das ab 1959 geplante und 1963 eröffnete Kaufhaus mit ehemals rd. 800 m² Verkaufsfläche auf zwei Ebenen liegt in exponierter Lage an der Karl-Marx-Straße in Frankfurt (Oder). Der im Stil der ostdeutschen Nachkriegsmoderne realisierte, mehrspurige Straßenzug mit der mittig fahrenden Straßenbahn bildet die Haupterschließungssachse durch die Innenstadt und wird angesichts seiner Breite, Linienführung und Gestaltung in der Stadtgesellschaft Magistrale genannt. Er ist Zeugnis des sozialistischen Städtebaus der späten 1950er Jahre, war Ort für Aufmärsche und Demonstrationen und ist als Flächendenkmal geschützt. Die Magistrale wird von mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern gesäumt, die im Erdgeschoss Flächen für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen bieten. Zwischen den Wohnblocks liegen deutlich niedrigere,

aus der Gebäudeflucht tretende Bauten für gewerbliche Nutzungen.

Besonders markant sind die drei ehemaligen Kaufhausgebäude im nördlichen Bereich des Zentrums, die nach dem im Jahr 1959 aufgestellten Bebauungsplan in den Baublöcken O, P und Q lagen. Von hier sind es rd. 2 km über die Oderbrücke in die polnische Nachbarstadt Slubice. Mit jeweils identischen Fassadenrastern, Dachformen und großen Fensterflächen bildeten die drei Kaufhäuser sowohl architektonisch und städtebaulich als auch funktional eine Einheit. Das kleinere, 5-achsige und auf der Westseite der Magistrale in Block O liegende Kaufhaus der zentralen Handelsorganisation HO vertrieb unter dem Namen „Alles für das Kind“ Kinderbekleidung, Spielwaren, Kindermöbel, Kinderwagen und Zubehör. Das Kaufhaus war seit den 1960er Jahren eine Institution in Frankfurt (Oder) und weit über die Stadt hinaus als Kinderkaufhaus bekannt. In den beiden gegenüberliegenden, größeren Kaufhäusern in den Blöcken P und Q befanden sich das Autohaus des Industrieverbands Fahrzeugbau

1959
Planung des Kaufhaus-Ensembles

Bild 99: 1963
Eröffnung Kinderkaufhaus;
Foto: Stadtarchiv Frankfurt
(Oder)



(IFA-Laden) sowie ein Geschäft für Elektro- groß- und -kleingeräte. Die Kaufhausgebäude bildeten den Einkaufsschwerpunkt am nördlichen Pol der Magistrale, die sich alleerartig bis zum südlich Richtung Bahnhof gelegenen Büro- und Geschäftshaus Oderturm, dem höchsten Gebäude der Stadt, und der gegenüberliegenden Kaufhalle erstreckte.

zug junger Menschen und die hohe Zahl an Auspendlern nach Berlin verzeichnet die Magistrale als Einzelhandelslage seit Jahren anhaltende Frequenzrückgänge. Die dadurch ausgelösten Funktionsverluste haben dazu geführt, dass alle drei Kaufhäuser ihre eigentliche Nutzung und frühere Magnetfunktion verloren haben.



1990er–2000er
Schuhfachmarkt, Modemarkt, Elektrofachmarkt

Bild 100: 2018
Eröffnung BLOKO; Foto:
Nina Hangebruch (2023)

2000er
Geschäftsaufgabe

Funktionsverluste nach der Wiedervereinigung

Das ehemalige Kinderkaufhaus wurde nach der Wende zunächst von einem Schuhfachmarkt und einem Modemarkt genutzt. Später wurden die Verkaufsflächen verkleinert und die beiden äußeren Gebäudeachsen an ein Reisebüro und ein Sonnenstudio vermietet. Auf den Schuhmarkt folgte ein Elektrofachmarkt, bevor die Verkaufsfläche angesichts des hohen Sanierungsbedarfs und der ausbleibenden Nachfrage nach Handelsflächen viele Jahre leer stand (vgl. Fuls 2023). Durch die Ausweitung des Einzelhandelsangebots im Bereich Oderturm/Kaufhalle und zahlreiche Neuentwicklung außerhalb des Innenstadtzentrums sowie den Fort-

Multifunktionale Flächennutzung

Die Umnutzung des Kaufhausgebäudes in *Block O* geht auf die Initiative der Sparda Bank Berlin e. G. zurück, die einen neuen Standort und ein neues Konzept für ihre Filiale in Frankfurt (Oder) suchte, um anhaltende Frequenzverluste aufzufangen, neue Zielgruppen zu gewinnen, die Vernetzung in der Region zu fördern und mit neuen Arbeitswelten zu experimentieren (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022). Das ehemalige Kinderkaufhaus war aufgrund seiner markanten Architektur, seiner exponierten Lage und des hohen Bekanntheitsgrads in der Stadt besonders interessant, allein für den Flächenbedarf der Bank jedoch zu groß, sodass nach einem Partner aus dem Dienstleistungsbereich ge-

Umnutzung

Bauherr

Nicolai Schwarzer, Schwarzer Haus- und Grundbesitzverwaltung
Sparda Bank Berlin e.G. (Innen- ausbau)

Architekturbüro

Code of Practice Architects, Berlin
Stanley Fuls, Sparda Bank Berlin e.G.

Fertigstellung

2018

Neue Nutzung

Bank, Coworking, Café, Event- flächen

FALLBEISPIEL #03

Abb. 20: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/LGB, dl-de/by-2-0, (Daten geändert)



Baurecht: § 34 BauGB

Bauweise: offen / freistehend

Erschließung: Hauptstraße

Umgebung: Dienstleistungen, Büros, Wohnen

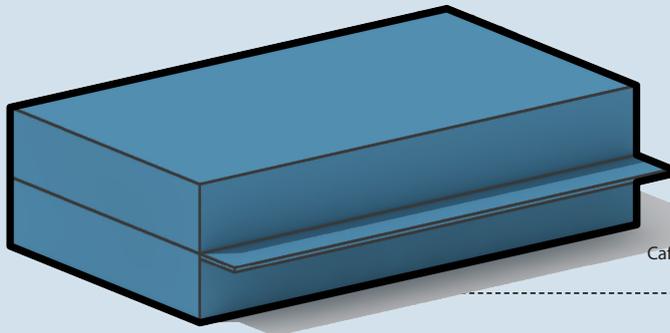
sucht wurde (vgl. ebd.). Gemeinsam mit dem Berliner Coworking-Anbieter St. Oberholz wurde ein Konzept zur Umnutzung mit einer Kombination aus Bank, Coworking, Café mit Außengastronomie und Eventflächen entwickelt und realisiert. Das 2018 realisierte Nutzungskonzept heißt *BLOK O*, analog zur Lagebezeichnung im ursprünglichen Bebauungsplan für das Stadtzentrum. Die polnische Schreibweise soll die enge räumlich-funktionale Verbindung der Städte Frankfurt (Oder) und Slubice betonen (vgl. ebd.). *BLOK O* kooperiert mit dem Start-up-Center der in Frankfurt (Oder) und Slubice ansässigen Europa-Universität Viadrina. Gründende werden mit vielfältigen Events angesprochen und können in der Immobilie Flächen für ihre Start-ups mieten. Adressiert werden zudem Freelancer und Berlin-Pendelnde sowie Firmen, die für einzelne Projektteams gezielt

alternative Flächen suchen (vgl. Borrasc 2022). Auch in der Region wohnende Angestellte der Sparda-Bank können hier tageweise arbeiten statt nach Berlin in die Zentrale zu fahren (vgl. Fuls 2023.).

Zusammenspiel der Nutzungen

Die Besonderheit des unkonventionellen Nutzungskonzepts ist die multifunktionale Flächennutzung und die consequente Verbindung der einzelnen Nutzungsbau- steine. Ein großer Teil der Flächen in der Immobilie wird gemeinschaftlich genutzt. Im Erdgeschoss befinden sich die offenen Coworking-Flächen und das Café. Ein Front-Desk-Manager, angestellt bei der Bank, übernimmt einfache Bankgeschäfte (wie Erstberatung, Sperren und Entsperrern von Bankkarten), er informiert über das Angebot an Coworking-Flächen, verkauft Tagestickets und fungiert gleichzeitig als Barista. Die Arbeits- und Besprechungsräume im Erdgeschoss und Obergeschoss können tage- und stundenweise von den Mitarbeitenden der Bank und den Coworkenden gebucht werden. Zudem bietet das Obergeschoss eine gemeinschaftlich nutzbare Lounge mit Teeküche sowie für alle nutzbare Drucker. Damit wird die Bank Teil der Community, ohne die für alle Geldinstitute geltenden Sicherheitsstandards zu vernachlässigen (vgl. Fuls 2023). Derzeit wird der Coworking Space noch von St. Oberholz betrieben, eine Übernahme durch die Sparda Bank wird diskutiert. Die Nutzungsmischung funktioniert heute im Praxisbetrieb sehr gut, brauchte aber eine Phase der Annäherung und Eingewöhnung und kleinere Nachjustierungen des Konzepts beziehungsweise Raumprogramms. Der Publikumsverkehr durch die ursprünglich unmittelbar in den Coworking-Space integrierten Geldautomaten und Selbstbedienungsterminals störte die Arbeitenden. Gleichzeitig bemängelte die Kundschaft der Bank einen Diskretions- und Seriositätsverlust durch die offene Raumgestaltung und die eingeschränkte Zugänglichkeit der Automaten, die sich an den Öffnungszeiten des Cafés orientierte. Als das benachbarte Sonnenstudio schloss, wur-

Abb. 21: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/LGB, dl-de/by-2-0, (Daten geändert)



1. OG – Coworking, Bank

EG Gewerbe – Front Destk, Coworking, Café, Reisebüro (links), SB-Zone Bank (rechts vorne), Besprechungsraum (rechts hinten)

den die freiwerdenden Flächen von der Sparda Bank angemietet, um mehr Platz für die Bedürfnisse der Bank zu schaffen: Ein separater SB-Bereich, der optisch, akustisch und mit Blick auf die Sicherungserfordernisse der Bank vom Rest des Erdgeschosses getrennt ist, schafft mehr Platz, Ruhe und Diskretion im Erdgeschoss. Durch einen separaten Zugang zur Karl-Marx-Straße haben Kundinnen und Kunden nun von 4 bis 24 Uhr Zutritt zu den Bankautomaten. Während der Öffnungszeiten von *BLOK O* verbindet eine Glastür die beiden Flächen zudem von innen miteinander. Das Café gewinnt durch den Umzug der SB-Fläche zehn weitere Arbeitsplätze fürs Coworking sowie Platz für Events bis 100 Personen. Die neue Fläche ist etwa 100 m² groß und verfügt zusätzlich über einen Konferenzraum mit 20 Sitzplätzen.

„Spagat“ zwischen Altbausubstanz und neuen Nutzeranforderungen

Der Umbau des als Stahlbetonskelettbau errichteten Gebäudes gestaltete sich als „Spagat“ zwischen der Wiederherstellung des Bestandsgebäudes, den Anforderungen der Nutzenden sowie den gesetzlichen Brandschutzbestimmungen (vgl. Fuls 2023). Da bereits ein großer Teil der Originalsubstanz zuvor verändert wurde, war die Sanierung des Gebäudes mit Blick auf die Anforderungen



Bild 101: (oben) Coworking-Plätze und Foyer im EG (2023); Foto: Nina Hangebruch

Bild 102: (unten) Coworking-Plätze im 1. OG (2023); Foto: Nina Hangebruch

FALLBEISPIEL #03

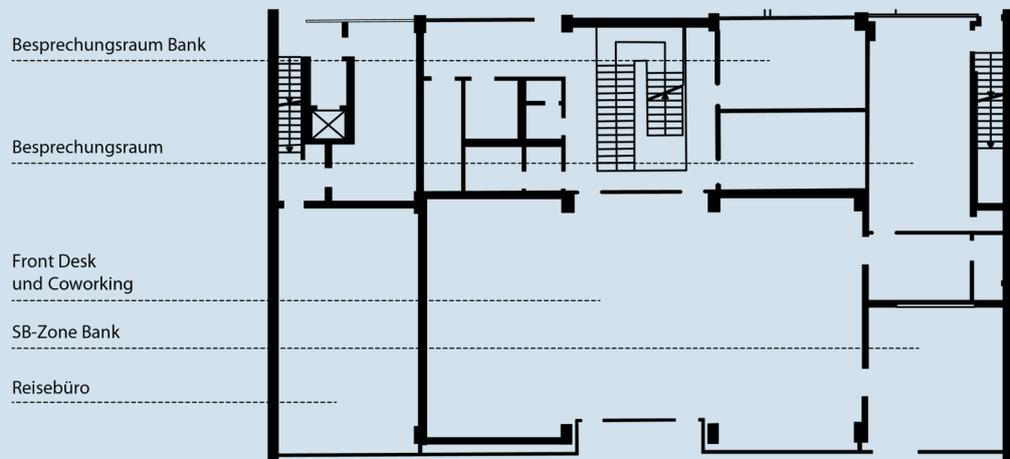


Abb. 22: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

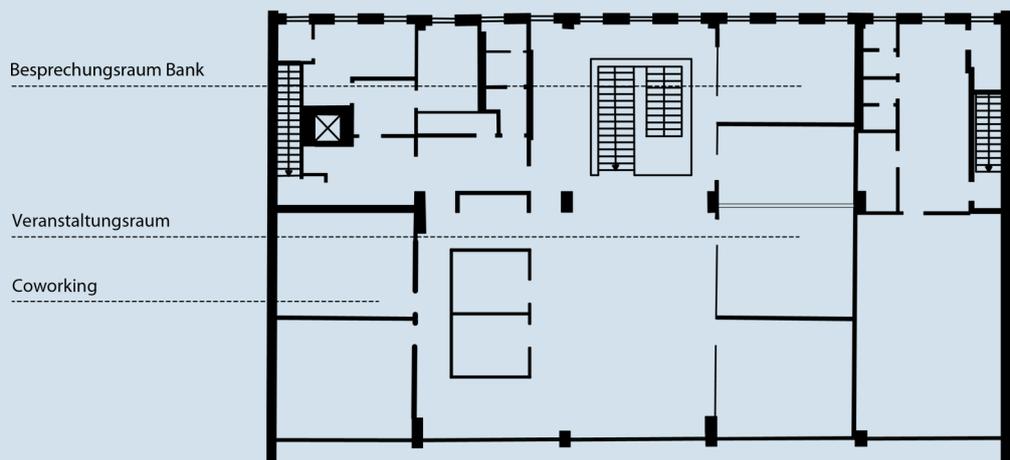


Abb. 23: Grundriss 1. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

des Denkmalschutzes unkompliziert. Gleichzeitig war es den Architekten wichtig, die Historie des Gebäudes sichtbar zu machen. Mit einem restauratorischen Farbgutachten ist es gelungen, die historische Farbgebung – insbesondere das identitätsstiftende Blau – sowohl bei der Erneuerung der Außenfassade als auch bei der Gestaltung und Möblierung der Innenräume aufzugreifen (vgl. Fuls

2023). Das Erdgeschoss schmücken zudem historische Fotos des Bestandsgebäudes und angrenzender liebevollener Bauten und Einrichtungen. Auf dem über das Erdgeschoss hinausragenden Vordach steht in großen Lettern in den Sparda-Farben „Hallo BLOK O“.

Für die neue Nutzung ist das Gebäude (mit Ausnahme des Reisebüros) komplett ent-



Bild 103: Welcome Desk und Barista im BLOK O (2023); Foto: Nina Hangebruch

„Kaufhäuser sind fast immer identitätsstiftende Gebäude im Stadtgefüge. Als wir in Frankfurt (Oder) mit den ersten Planungsideen an die Öffentlichkeit gingen, hörten wir oft: Ach, ihr geht ins ehemalige Kinderkaufhaus?“

– Interview Stanley Fuls, Corporate Architect, Sparda Bank Berlin-Brandenburg (2022)

kernt und mit neuer Gebäudetechnik ausgestattet worden. Größte Herausforderung beim Umbau war weniger die Altbausubstanz, als vielmehr ein in den 1990er Jahren eingebauter Stahlträger, der die Treppe vom Erdgeschoss ins 1. Obergeschoss trägt und die Trassierung der neuen Haustechnik störte (vgl. ebd.). Die Integration der unterschiedlichen Nutzungen ist architektonisch gut umgesetzt, die Flächen im Gebäude sind einladend und zeitgemäß gestaltet und hochwertig möbliert. Die lockere Atmosphäre und offene Gestaltung unterscheiden sich deutlich von den oftmals sehr konservativen Geschäftsräumen anderer Banken. Gleichzeitig ist das Gebäude auf künftige Nutzungsveränderungen ausgelegt: Wände sind in Trockenbauweise oder als Glastrennwände realisiert, einzelne Räume verfügen über verschieb-

bare Trennwände. Durch die nur teilweise mit Akustikdeckenplatten versehene offene Deckeninstallation haben die Räume an Höhe gewonnen.

Transformation der Magistrale

Mit *BLOK O* hat die Sparda-Bank eine wichtige Vorreiterrolle für die Attraktivitätssteigerung der Karl-Marx-Straße als zentrale Magistrale im Zentrum von Frankfurt (Oder) übernommen. Das Gebäude ist weit über die Präsenzzeiten der Bank hinaus belebt: Die Nutzenden des Coworking-Spaces haben 24/7 Zugang zur Immobilie, kulturelle Veranstaltungen wie Konzerte, Talkrunden oder Lesungen locken auch an den Abenden und Wochenenden ins *BLOK O*. Eine große Sonnenterrasse zur Karl-Marx-Straße öffnet das Gebäude zum öffentlichen Raum.

STECKBRIEF #20

Ursprungsnutzung
Warenhaus
(Horten, Galeria Kaufhof)

Standort
N7/Kunststraße,
Mannheim

Bevölkerung
326.000 (2022)

Bauherr
Horten AG

Baujahr
1968

Epoche
Erste Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe
2020

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



Städtebauliche Integration
Typ 2 – Eckbau /
zweiseitige Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 1 – Glasfassade
ohne Tragfunktion,
innenliegende Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



Vertikale Erschließung
Typ 2 – Außenliegend /
Mittig



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Horten, Mannheim

HEUTE: NEW 7

Im Zuge der Transformation des ehemaligen Horten-Warenhauses in Mannheim wurde das Bestandsgebäude bis auf das erste Obergeschoss abgebrochen. Der Neuaufbau des Gebäudes erfolgt als Holzhybrid-Bau.

Traditioneller Warenhausstandort in Innenstadttrandlage

Das frühere Warenhaus im Kreuzungsbereich N7/Kunststraße liegt im Südosten des Mannheimer Innenstadtzentrums. Der Standort weist den für eine innerstädtische Nebenlage typischen dünnen Handelsbesatz auf. Größter Einzelhandelsanbieter im unmittelbaren Umfeld war das direkt benachbarte, jedoch im Jahr 2022 innerhalb der Mannheimer Innenstadt verlagerte Saturn-Elektrokaufhaus, dessen Gebäude seitdem weitgehend leer steht. In den Erdgeschossen der angrenzenden Gebäude finden sich vor allem Dienstleistungen, Ladenhandwerk und Gastronomie, in den Obergeschossen in der Regel Wohnungen. Direkt gegenüber dem Warenhaus liegt ein Parkhaus.

Das frühere Horten-Haus ist eines der ehemals vier Warenhäuser von Karstadt, Kaufhof, Hertie und Horten in Mannheim. Es ging im Zuge der Übernahme von Horten durch Kaufhof 1994 an Kaufhof über und wurde anschließend umfirmiert. Nach der Fusion von Karstadt und Kaufhof zu Galeria im Jahr 2018 und der folgenden Insolvenz wurde der Standort im Jahr 2020 aufgegeben.

Horten kam später als die drei anderen Warenhausunternehmen nach Mannheim. Der 1968 eröffnete Neubau entstand am früheren Standort eines im Jahr 1927 nach den Plänen des jüdischen Architekten Fritz Nathan errichteten Gebäudekomplexes mit einem achtgeschossigen Turm, dem Kino Universum/Ufa Palast, dem Deutschen Beamten Warenhaus und dem auf Hüte spezialisierten Geschäfts- und Fabrikationshaus



Bild 104: Kaufhof-Warenhaus, Mannheim (2020);
Foto: Diringer & Scheidel / Johannes Vogt

Samt und Seide. Die Immobilie und das Unternehmen Samt und Seide gelangten 1936 im Zuge der Arisierung in den Besitz von Heinrich Vetter, der den Standort als Kaufhaus weiterführte und 1960 an die Horten AG verkaufte (vgl. Eberhardt 2013). Nach Abbruch und Neubau entstand an derselben Stelle ein Horten-Warenhaus mit 15.600 m² Verkaufsfläche auf sechs Etagen. Das Gebäude verfügte über die bei Horten seinerzeit typische Wabenfassade, die im Zuge der Fusion mit Kaufhof zunächst durch die für viele Galeria Kaufhof-Filialen charakteristische Glasfront an der Gebäudeecke über dem Haupteingang ergänzt wurde. Die Horten-Kacheln wurden im Rahmen einer Modernisierung des Gebäudes im Jahr 2008 entfernt und durch eine Vorhangfassade mit Keramikplatten ersetzt (vgl. Bühler 2020).

Teilrückbau und Neubau

Bereits kurz nach der Warenhausschließung zeichnete sich ein Konzept für die Umnutzung des Gebäudes für Wohnen und Gewerbe ab. Die Diringer & Scheidel Unternehmensgruppe erwarb das Gebäude von der Heinrich-Vetter-Stiftung und entwickelte mit dem Architekturbüro Blocher Partners ein Konzept für die baulich-funktionale Umstruk-

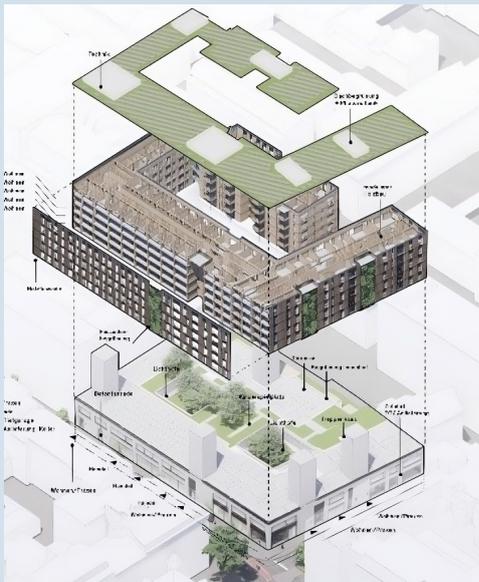


Bild 105: Aufbau des neuen, gemischtgenutzten Gebäudes; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau GmbH

turierung. Das in Anlehnung an die Adresse *New 7* genannte Projekt sieht einen radikalen Umgang mit dem Bestandsgebäude vor. Die fünf Obergeschosse des Gebäudes sind inzwischen abgebrochen, lediglich die aufgehenden Bauteile des 1. Obergeschosses und die beiden Untergeschosse blieben erhalten sowie vier Treppenhäuser bis ins 1. Obergeschoss. Da das Gebäude wegen des hohen Grundwasserspiegels in der Mannheimer Innenstadt aus statischen Gründen durch den Abbruch nicht zu leicht werden durfte, wurde temporär Recyclingmaterial aus Beton und Stahl in das 2. Untergeschoss eingebracht, damit das Gebäude nicht aufschwimmt. Es wird voraussichtlich bis zur Fertigstellung des Rohbaus entfernt. Auf dem Erdgeschoss des Bestandsgebäudes erfolgt ein eingeschossiger Stahlbetonaufbau – unter anderem mit Recyclingbeton –, auf den ein fünfgeschossiger Neubau in Holzhybridbauweise folgt. In Anlehnung an den 1968 abgebrochenen Vorgängerbau soll der Gebäudeabschluss an der Kreuzung N7/Kunststraße stärker betont werden, während das 1. Obergeschoss nicht länger hinausragt (vgl. Diringer & Scheidel 2022). Der Holzhybridbau erfolgt als offener Block, der einen gut belichteten Blockinnenbereich für



Bild 106: Geplanter Neubau in Holzhybridbauweise; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau GmbH

einen Garten mit Kinderspielplatz ausbildet (vgl. ebd.). Zur Verbesserung des Mikroklimas wird das Dach begrünt und als Retentionsfläche zur Regenwasserspeicherung genutzt (vgl. Partner 2022). Zudem erfolgt eine Fassadenbegrünung mit vertikal hängenden Pflanzen, die an einem Edelstahlnetz verankert sind (vgl. ebd.). Eine PV-Anlage wird einen Teil des Strombedarfs decken (vgl. ebd.). Damit soll das bis voraussichtlich 2025 realisierte Projekt neue ökologische Standards in der dicht bebauten Mannheimer Innenstadt setzen (vgl. ebd.).

Fokus Wohnen

Das Transformationskonzept sieht insgesamt 29.000 m² Nutzfläche vor (vgl. Lange 2022). Dabei soll lediglich im Erdgeschoss eine (teilweise) Einzelhandelsnutzung – darunter ein Supermarkt mit rd. 2.200 m² Verkaufsfläche – erfolgen, während im 1. Obergeschoss vor allem Büro- und Praxisflächen geplant sind (vgl. Kiefer 2022). Auf den neu entstehenden Flächen im 2. bis 6. Obergeschoss sollen 180 Wohnungen entstehen, davon 105 Mikro-Apartments (vgl. Partner 2022). Die Untergeschosse dienen der Warenanlieferung und umfassen zudem eine Tiefgarage sowie Technik- und Kellerräume (vgl. ebd.).

Umnutzung

Bauherr
Diringer & Scheidel Städtebau GmbH (Mannheim)

Architekturbüro
Blocher Partners (Stuttgart/Mannheim)

Fertigstellung
2025

Neue Nutzung
Wohnen, Büro, Einzelhandel

STECKBRIEF #21

Ursprungsnutzung
Warenhaus
(British Home Stores)

Standort
13-25 Castle Lane,
3-9 Corn Market &
6-18 Castle Arcade,
Belfast

Bevölkerung
643.000 (2023)

Bauherr
British Home Stores Ltd.

Baujahr
1966, 1985

Epoche
Zweite Nachkriegsmoderne,
Postmoderne

Geschäftsaufgabe
2016

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 4 – Dreieckige Öffnung

 **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehrgeschossbau

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 4 – Nicht tragende Vorhangsfassade, innenliegende Stützen

 **Dachform**
Typ 4 – Flachdach

 **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze

 **Vertikale Erschließung**
Typ 3 – Außenliegend / Ecken

 **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichthof

BHS, Belfast

HEUTE: THE KEEP

Die ehemalige Filiale der britischen Warenhauskette British Home Stores (BHS) in Belfast wird zu einem modernen Einzelhandels- und Freizeitstandort umgebaut, der neues Leben in die Innenstadt bringen soll.

50 Jahre BHS in Belfast

Der Gebäudekomplex des ehemaligen BHS befindet sich im heutigen Haupteinkaufsbereich von Belfast. Eingebunden in eine großflächige Blockstruktur, öffnet er sich an drei Seiten zum öffentlichen Raum. Er verfügt unter anderem über eine breite Front zur Castle Lane als eine der Haupteinkaufsstraßen sowie Zugänge zur teils überdachten Castle Arcade und zur Einkaufsstraße Corn Market. Im Umfeld finden sich überwiegend Einzelhandel und ergänzende innenstadttypische Gewerbenutzungen in hochverdichteten Blockstrukturen mit einer Mischung aus kleinteiligen, teils historischen und sehr großflächigen Baustrukturen wie etwa das nahe gelegene Victoria Square Einkaufszentrum.

Mit BHS in Belfast eröffnete 1966 die erste Filiale der Warenhauskette in Nordirland (vgl. Future Belfast 2022). Das dreigeschossige Gebäude in Skelettbauweise verfügte über eine überwiegend geschlossene Vorhangsfassade mit Stahlrahmen und Betonplatten und durchgehender Schaufensterfront im Erdgeschoss. Im Jahr 1985 entstand ein viergeschossiger Erweiterungsbau mit einer postmodernen Backsteinfassade zur Straße Corn Market. Ein zuvor am Standort befindliches Theater aus dem Jahr 1923, das Gaumont Theatre, wurde 1962 für den BHS-Neubau abgebrochen (vgl. ebd.). Als eine der letzten von 164 BHS-Häusern in Großbritannien wurde die Belfast Filiale im August 2016 geschlossen (vgl. BBC 2016). Nach mehreren Verlustjahren und einem Verkauf des Unternehmens zum symbolischen Wert von £1 an die Beteiligungsgesellschaft Retail Acquisi-



Bild 107: Die ehemalige BHS-Filiale (2016); Foto: William Murphy / CC-BY-SA 2.0 Deed

tions Ltd. im Jahr 2015, musste die Gesellschaft im April 2016 Insolvenz anmelden und alle noch bestehenden Filialen schließen (vgl. Monaghan 2016). In vielen Groß- und Mittelstädten Großbritanniens riss die Schließung von BHS schwerwiegende Lücken in die innerstädtische Einzelhandelsstruktur. Das Gebäude in Belfast wurde seit 2018 auf einer Teilfläche durch die Kaufhauskette Guineys genutzt, darüber hinaus stand das Gebäude leer (vgl. Carrigan 2018).

Neue Zukunft für das Gebäude

Bereits im Jahr 2017 stellte der damalige Eigentümer einen Bauantrag zur Sanierung und Umgestaltung des Gebäudes. Dieser wurde 2018 genehmigt, jedoch nicht umgesetzt. Mit dem Kauf der Immobilie durch die Immobilien- und Beteiligungsgesellschaft Altarity Investment wurden die Entwicklungspläne wieder aufgegriffen. Der Anfang 2022 eingereichte Bauantrag für den ca. 6.500 m² großen Einzelhandels- und Freizeitkomplex *The Keep* wurde im Juni des Jahres vom Planungsausschuss des Stadtrats Belfast mit Auflagen genehmigt (vgl. Belfast City Council 2022: 1 f.).

Die Planungen umfassen eine Umstrukturierung des Erdgeschosses zur Schaffung kleinerer, flexibel gestaltbarer Einzelhandels-

einheiten mit separaten Eingängen sowie leichte Umbauten und eine Nutzungsänderung in den drei Obergeschossen zur Umsetzung von Versammlungs- und Freizeitnutzungen (vgl. ebd.). Eine ebenenübergreifende Lobby als „Central Core“ schafft neue Zugänge und Sichtbeziehungen zu den oberen Geschossen. Ergänzt wird das Nutzungskonzept durch gastronomische Angebote, darunter ein Café oder Kiosk im Erdgeschoss sowie eine Rooftop-Bar, die die öffentliche Zugänglichkeit des Gebäudes erhöhen soll. Zu den Umbaumaßnahmen zählen der Rückbau innenliegender Treppenhäuser und Wände und eines Überbaus über der Castle Arcade sowie die Errichtung einer neuen Überdachung an der Kreuzung Castle Lane und Castle Arcade. Auch der öffentliche Raum der Castle Arcade soll im Zuge der Baumaßnahmen umgestaltet werden (vgl. ebd.). Für die Außenwirkung des Gebäudes wesentlich ist zudem die geplante Neuverkleidung der Gebäudeaußenseite. Der Entwurf von Like Architects greift in der Fassadengestaltung aus rotem Aluminium und Glas Elemente des ehemaligen Gaumont Theatre auf, wie etwa die prägende Eck-Eingangssituation, und sucht so lokale und historische Anknüpfungspunkte (vgl. ebd.: 22, 26). Die Ecke wird zusätzlich durch eine Aufstockung in dem Bereich betont. Da das Gebäude im Denkmalschutzgebiet Stadtzentrum (vgl. City Centre Conservation Area) liegt, wurde insbesondere der starke Eingriff in die Fassade im Planungsausschuss kritisch diskutiert, dem Antrag jedoch aufgrund der erwarteten positiven Wirkung auf das Umfeld letztendlich zugestimmt (vgl. ebd.).

Katalysator zur Zentren-Revitalisierung

Bereits im November 2022 wurde mit den Umbaumaßnahmen begonnen, die Fertigstellung ist für Anfang 2024 geplant (vgl. Gouveia 2023). Die Entwicklung stellt eine erhebliche Investition in das Stadtzentrum dar und geht mit großen Erwartungen hinsichtlich einer Wiederbelebung des innerstädtischen Umfeldes einher, die sowohl vom Investor als auch von der Stadt formuliert



Bild 108: Visualisierung der Außenansicht des *The Keep*;
Grafik: Digital Aspect, Entwurf von Like Architects

werden (vgl. Corscadden 2022). Seit Februar 2023 steht mit dem Schuheinzelhändler Deichmann der erste Mieter am Standort fest (vgl. Cartmill 2023). Seit September 2023 ist zudem bekannt, dass das Textilhandelsunternehmen H&M im *The Keep* seine dritte Filiale in Belfast eröffnen wird (vgl. Gouveia 2023).

Umnutzung

Bauherr
Alterity Investments (Belfast)

Architekturbüro
Like Architects (Belfast)

Fertigstellung
2024 (im Umbau,
Stand April 2024)

Neue Nutzung
Einzelhandel, Freizeit und
Dachnutzung mit Gastronomie
(Rooftop-Bar)



Bild 109: Visualisierung der Dachterrasse mit Gastronomie;
Grafik: Digital Aspect, Entwurf von Like Architects

STECKBRIEF #22

Ursprungsnutzung

Warenhaus
(Hertie, Karstadt, Hertie)

Standort

Willy-Brandt-Platz,
Lünen

Bevölkerung

88.850 (2022)

Bauherr

Hertie Waren- und Kaufhaus
GmbH

Baujahr

1969

Epoche

Zweite Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe

2009

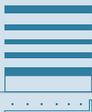
Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 5 – Solitär / vier-
seitige Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangsfassade,
innenliegende Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend /
Mittig + Ecken



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Hertie, Lünen

HEUTE: WOHN- UND GESCHÄFTSHAUS

Das ehemalige Hertie-Warenhaus in Lünen wurde durch den innovativen Umgang mit dem vorhandenen Gebäudebestand zu einem vielbeachteten Beispiel für die Umstrukturierung ehemaliger Warenhausimmobilien in Deutschland.

Bedeutungswandel des Warenhauses

Das 1969 eröffnete Hertie-Warenhaus in Lünen steht exemplarisch für die ab Ende der 1960er Jahre einsetzende Expansion der Warenhausunternehmen in die Mittelstädte und Stadtteilzentren. Das Warenhausgebäude entstand ebenso wie das benachbarte und im Jahr 1960 errichtete 14-stöckige Rathaus der Stadt Lünen im Zuge einer städtebaulichen Neuordnung. Die großmaßstäblichen Gebäude rahmen den auch als Marktplatz genutzten heutigen Willy-Brandt-Platz, der an der östlichen Platzseite unmittelbar an die dicht bebauten Einkaufsstraßen der Lüner Innenstadt mit ihrer überwiegend kleinmaßstäblichen Bebauung anschließt.

Der kompakte fünfgeschossige Stahlbetonskelettbau des Warenhauses verfügte über eine Nutzfläche von rd. 13.300 m² bei einer Verkaufsfläche von zuletzt nur noch rd. 7.500 m². Die übrigen Flächen des Gebäudes wurden als Lager- und Technikräume sowie für die Warenanlieferung genutzt oder standen leer. Die Immobilie hatte keine eigenen Stellplätze, das Untergeschoss diente ehemals auch als Verkaufsfläche.

Das Warenhaus entfaltete als größte Verkaufsstätte in der Lüner Innenstadt über Jahrzehnte hinweg eine erhebliche Magnetfunktion und zog Kundschaft über das eigene Stadtgebiet hinaus an. Angesichts zahlreicher neuer Einkaufsmöglichkeiten und eines erheblichen Sanierungsrückstaus konnte das Warenhaus die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden immer weniger de-



Bild 110: Hertie-Warenhaus Lünen (2009);
Foto: Nina Hangebruch, Archiv

cken und verlor nach und nach an Attraktivität. Gleichzeitig wurde der Warenhausbetrieb durch Umstrukturierungen und finanzielle Schwierigkeiten auf Betreiberseite beeinträchtigt. Im Zuge der Fusion von Hertie und Karstadt ging das Warenhaus 1994 zunächst in den Karstadt-Konzern über. Ebenso wie 73 weitere, kleinere Karstadt-Häuser wurde das Warenhaus 2004 ausgegliedert und 2005 an Dawnay Day 2005 verkauft. Insolvenzbedingt wurden 2009 sämtliche – seit 2007 (wieder) unter Hertie firmierende – Warenhäuser geschlossen. Es folgte Leerstand.

Neuausrichtung der Gebäudenutzung

Die Stadt Lünen ergriff frühzeitig die Initiative für eine Umnutzung des Gebäudes. Angesichts der rückläufigen Einzelhandelsfunktion der Innenstadt und eines erheblichen Verkaufsflächenüberhangs hatten der Willy-Brandt-Platz und die angrenzende Marktstraße an Bedeutung verloren, sodass das Warenhaus, das mit seiner Größe und Massivität nicht mehr dem heutigen Zeitgeist entsprach, einer neuen baulich-funktionalen Umstrukturierung zugeführt werden sollte. Aufbauend auf einer Expertenwerkstatt im Jahr 2009 wurde ein Vorschlag für eine grundlegende Umstrukturierung der Immobilie und einen Teilrückbau der Obergeschossflächen entwickelt (vgl. Landesinitiative Stadtbaukultur 2015). Mit einem Investorenbrief sprach die Stadt Lünen potenzielle Investoren und Projektentwickler an. 2013 erwarb der Bauverein zu Lünen, das



Bild 112: Umbau des Hertie-Warenhauses (2014);
Foto: Nina Hangebruch, Archiv

größte Wohnungsunternehmen vor Ort, die Immobilie. Gemeinsam mit der Uding Projektmanagement GmbH, einem örtlichen Projektentwickler, wurde das Warenhaus zu einem gemischt genutzten Gebäude umgebaut. Das 2016 fertiggestellte Redevlopment umfasst rd. 3.000 m² Wohnfläche in 24 barrierefreien und altersgerechten Wohnungen mit jeweils 50 bis 120 m² im 1. bis 3. Obergeschoss sowie 2.600 m² Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiefläche im Erdgeschoss (vgl. Hangebruch/Othengrafen 2022). Das Untergeschoss wurde zu einer Tiefgarage für die Mieterinnen und Mieter umgebaut.

Besonderheiten der Transformation

Zentral für die Transformation der Immobilie ist eine grüne Schneise, die sich von West nach Ost quer durch das kubische Gebäude zieht. Dazu wurde die Gebäudemitte bis auf das Dach des Erdgeschosses abgebrochen. Die Obergeschosse wurden auf der Südseite des Gebäudes bis auf das 2. Obergeschoss abgetragen, auf der zum Willy-Brandt-Platz ausgerichteten Nordseite bis auf das 3. Obergeschoss. Durch den Teilabbruch können die in den oberen Stockwerken geschaffenen Wohnungen von beiden Seiten belichtet und belüftet werden. Mit Blick auf eine energieeff-



Bild 113: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Blick vom Willy-Brandt-Platz (2017); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

ziente Wärmeverteilung und Warmwasserversorgung wurden dezentrale Wohnungsstationen realisiert.

Die Vernetzung zwischen dem Objekt und dem umgebenden Stadtraum wird durch gastronomische Angebote (inkl. Außenbestuhlung) und die gewerblichen Flächen im Erdgeschoss verbessert. Durch den Teilrückbau und die zeitgemäße Umgestaltung des Bestandsgebäudes wird eine neue architektonische Qualität geschaffen und die städtebauliche Einbindung des Gebäudes optimiert. Der unkonventionelle Umgang mit der bestehenden Gebäudestruktur und die zeitgemäße Umnutzung haben zur Stärkung der Resilienz des Stadtzentrums beigetragen und wurden mehrfach ausgezeichnet.

Umnutzung

Bauherr
Bauverein zu Lünen

Architekturbüro
Uding Projektmanagement GmbH (Lünen)

Fertigstellung
2016

Neue Nutzung
Wohnen, Bank, Gastronomie, Einzelhandel



Bild 111: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Blick vom Rathaus (2017); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

STECKBRIEF #23

Ursprungsnutzung

Warenhaus
(Quelle, SinnLeffers, Karstadt
Schnäppchen-Center)

Standort

Karl-Marx-Straße 101
Berlin

Bevölkerung

Bezirk Neukölln 329.500 (2022)

Bauherr

Quelle GmbH

Baujahr

1970

Epoche

Zweite Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe

2019

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 1 – Einseitige
Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade,
innenliegende Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Quelle, Berlin-Neukölln

HEUTE: KALLE NEUKÖLLN

Das Gebäude an der Karl-Marx-Straße 101 wurde nacheinander von Quelle, SinnLeffers und Karstadt als Kauf- oder Warenhaus genutzt. Mit der neuen Umnutzung endet die Warenhaus-Geschichte des Gebäudes, zusammen mit dem rückwärtig angrenzenden Parkhaus wird es zu einem modernen Multifunktionsgebäude umgewandelt.

Geschichte eines Kauf- und Warenhauses in Neukölln

Das ursprünglich als Quelle-Warenhaus errichtete Gebäude grenzt mit seiner Hauptfassade an die Karl-Marx-Straße, die Haupteinkaufsstraße des Berliner Bezirks Neukölln, und ist Teil eines gesamtstädtisch bedeutsamen Hauptzentrums. Der Gesamtgebäudekomplex, bestehend aus Warenhaus und angrenzender Hochgarage, ist eingebunden in einen dichten Berliner Gründerzeitblock. Das Parkhaus formt die Ecke des Blocks zur Ganghoferstraße und Donaustraße. Entsprechend der Zentrumsfunktion ist das Umfeld geprägt von Einzelhandel und Dienstleistungen und verfügt gleichzeitig über einen hohen Wohnanteil. Aufgrund einer starken Funktionsschwäche, nicht zuletzt infolge vielfacher Leerstände, wurde das Gebiet 2011 als städtebauliches Sanierungsgebiet ausgewiesen (vgl. Bezirksamt Neukölln 2018).



Bild 114: Neueröffnung des Quelle-Warenhauses (1971);
Foto: Museum Neukölln



Bild 115: Schnäppchen Center Karl-Marx-Straße (2016);
Foto: Schilp

Das sechsgeschossige Gebäude aus dem Jahr 1970 verfügte über eine geschlossene, weiß gekachelte Fassade mit rückversetztem Erdgeschoss und aufgeständertem Dachgeschoss. Nach der Schließung des Warenhauses im Jahr 1993 und Übernahme durch das Modehaus SinnLeffers, wurde das Gebäude äußerlich stark verändert. Es erfolgte unter anderem eine Öffnung der Fassade mit Fenstern in den Obergeschossen und die Ausformung eines überdachten Eingangsbereichs. Im Jahr 2005 befand sich zuletzt auf einer Teilfläche des Gebäudes nur noch das Schnäppchen-Center, in dem Restposten von Karstadt verkauft wurden (vgl. Dopferke 2005; Berliner Sparkasse 2019). Das untergenutzte Parkhaus wurde unter anderem für Streetart und Kulturfestivals zwischengenutzt (vgl. Van Kersavond 2019; Riedl 2019).

Multifunktionale Umnutzung auch im Parkhaus

Bereits 2015 wurde das Grundstück durch die österreichische S Immo AG übernommen, die Warenhaus und Parkhaus unter dem Projektnamen *101 Neukölln* umbauen wollte (vgl. Swantje 2016). Nach Scheitern des Vorhabens übernahm 2019 die Berliner MREI GmbH, erweiterte die Projektidee zunächst unter dem Namen *Markthalle 101* und später als *Kalle Neukölln*. Unter diesem Namen entsteht derzeit ein multifunktionaler Gebäude-

komplex, der neben einer reduzierten Einzelhandelsfläche von 4.000 m² (zu zuvor 22.000 m²) auch über 6.000 m² Gastronomie- und 26.000 m² Büroflächen verfügt. Zusätzlich soll auf einer 4.000 m² großen Dachfläche der größte Dachgarten Neuköllns entstehen. In der Tiefgarage stehen 70 Stellplätze zur Verfügung (vgl. K101 GmbH & Co. KG 2023). Die bestehenden Gebäudestrukturen beider Baukörper werden hierfür entkernt und bis auf die Rohbaukonstruktion zurückgebaut. Der Erhalt von Bestandselementen wie der Beton-Tragwerksstruktur trägt zur Ressourceneinsparung bei (vgl. ebd.). Drei neue Atrien, darunter eine große grüne Mitte als allseitig zugänglicher Treffpunkt, sorgen für eine bessere Belichtung und Belüftung (vgl. ebd.). Durch Durchbrüche in den Etagen entstehen neue Sicht- und Wegebeziehungen sowie vielseitige moderne Büroräume, die aufgrund der offenen Raumstruktur bedarfsspezifisch gestaltbar sind (vgl. ebd.). Der Konzeptentwurf stammt von MREI selbst, die Objektplanung liegt bei dem Architekturbüro Aukett + Heese. Die Fassaden der beiden Gebäude zeichnen sich durch unterschiedliche Architektursprachen aus, die von dem Berliner Architekturbüro Max Dudler entwickelt wurden. Das Interior Design der Teilbereiche übernahmen verschiedene Designbüros. Baubeginn war Ende 2019, die Fertigstellung ist für Ende 2024 geplant (vgl. ebd.). Erste Mieter konnten bereits im April 2024 einziehen.

Reintegration in die Nachbarschaft

Ein wesentlicher Anspruch von *Kalle Neukölln* war es von Anfang an, den lange durch Unternutzung geprägten Gebäudekomplex baulich und funktional in den Stadtbezirk zu reintegrieren. So soll das Gebäude durch den vielfältigen Nutzungsmix, darunter Einzelhandel im Untergeschoss, Food-Market und Fitness im Erdgeschoss sowie Flächen für Events und Dachgarten, in weiten Bereichen und jeden Tag öffentlich zugänglich sein. Als eine von 23 Schlüsselimmobilien für das Sanierungsgebiet ist das Projekt wesentlicher Bestandteil eines umfangreichen Erneue-



Bild 116: Visualisierung der Fassade zur Karl-Marx-Straße (2020); Grafik: MREI

rungsprozesses des Gebietes, das als „junges und buntes Hauptzentrum“ (Bezirksamt Neukölln 2018) gestärkt werden soll. Beim Polis Award 2021 wurde das Projekt bereits vor seiner Fertigstellung als „Pionierprojekt für die Revitalisierung von Warenhausstandorten und die Umnutzung innerstädtischer Parkhäuser“ (Müller + Busmann GmbH & Co. KG 2021) und mit dem 3. Platz der Kategorie „Reaktivierte Zentren“ ausgezeichnet.



Bild 117: Parkhaus an Ganghofer- und Donaustraße (2014); Foto: Jens Holzapfel



Bild 118: Visualisierung des umgebauten Parkhauses (2020); Grafik: MREI

Umnutzung

Bauherr

Maruhn Real Estate Investment GmbH (Berlin)

Architekturbüro

Max Dudler GmbH, Aukett + Heese GmbH, Reallace Architekten (Berlin)

Fertigstellung

2024 (im Umbau, Stand April 2024)

Neue Nutzung

Flexible Büroflächen, Flächen für die Kreativwirtschaft, Gastronomie (Food-Market), Dachgarten, Einzelhandel

FALLBEISPIEL #04

Ursprungsgebäude

Warenhaus
(Althoff, Karstadt, Hertie DD)

Standort

Bahnhofstr. 65-71,
Herne

Bevölkerung

157.000 (2022)

Bauherr

Karstadt Warenhaus AG

Architekturbüro

Emil Fahrenkamp (Düsseldorf)

Baujahr

1961

Epoche

Zweite Nachkriegsmoderne

Geschäftsaufgabe

2009

Warenhaus Althoff, Herne

HEUTE: NEUE HÖFE

Durch die behutsame Transformation des früheren Althoff-Hauses in Herne gelang die multifunktionale Umnutzung eines denkmalgeschützten Warenhausgebäudes.

Magnet am nördlichen Pol der Innenstadt

Das rd. 400 m südlich des Hauptbahnhofs errichtete Warenhaus liegt auf einem Eckgrundstück zwischen Von-der-Heydt-Straße, Robert-Brauner-Platz und Bahnhofstraße im Norden des Herner Innenstadtzentrums. Neben dem Gebäude befinden sich ein Parkhaus mit etwa 530 Stellplätzen sowie die U-Bahn-Station Herne-Mitte.

Die von Bäumen, Sitz- und Spielgelegenheiten, Cafés, Bäckereien und Geschäften gesäumte, vielfrequentierte Fußgängerzone Bahnhofstraße verfügt über eine ansprechende Gestaltung und Verweilqualität, die jedoch am Robert-Brauner-Platz nachlässt. Die baulichen Strukturen reichen von klein- bis zu großmaßstäbigen Gebäuden, von

Häusern aus der Gründerzeit bis zu Bauten aus den 1990er Jahren. Die meisten Handlungsnutzungen erstrecken sich lediglich auf das Erdgeschoss, während in den Obergeschossen neben Wohnungen auch Praxen, Kanzleien etc. liegen. Das ausgedehnte Innenstadtzentrum zeigt im nördlichen und südlichen Bereich erhebliche Funktionsschwächen im Einzelhandelsbesatz. Hier sind durch den Leerstand des Warenhauses und den Funktionsverlust des City Centers die einstigen Pole des Zentrums weggebrochen.

Traditioneller Warenhausstandort

Das Warenhaus entstand am Standort des früheren Kaufhaus Kaufmann, einem viergeschossigen Gebäude mit gerundeter Eckfassade, Flugdach, Atrium und lichtdurchfluteten Verkaufsflächen (vgl. Körner 2020). Kaufmann wurde 1936 arisiert und nach Rückübertragung und zeitweisem Betrieb unter wechselnden Namen von den Rechtsnachfolgern der Gebrüder Kaufmann 1951 an den Karstadt-Konzern, zu dem seit 1920

1961	1963	2004
Bau des Gebäudes	Umbenennung in Karstadt	Ausgliederung Warenhaus

Bild 119: Althoff-Warenhaus (1960er); Foto: fotografiert von Stadtarchiv Herne durch Sebastian Becker/Baukultur NRW

1995
Stellung unter Denkmalschutz

auch Althoff gehörte, vermietet (vgl. ebd.). Althoff verlagerte daraufhin sein seit Beginn der 1900er Jahre gegenüber von Kaufmann betriebenes Warenhaus in das Gebäude (vgl. ebd.). Das Haus wurde grundlegend renoviert, 1960 aber zusammen mit sieben angrenzenden Gebäuden abgebrochen, um Platz für einen größeren, moderneren Neubau zu machen, der den großstädtischen Ambitionen der wachsenden Stadt Herne gerecht wurde (vgl. ebd.). Der bis 1961 nach den Plänen von Emil Fahrenkamp errichtete fünfgeschossige Neubau ist zur Von-der-Heydt-Straße treppenartig gestuft, während er sich geradlinig entlang der Bahnhofsstraße erstreckt. Der Stahlbe-



tonskelettbau mit zwei Tiefgeschossen verfügt über 16.000 m² BGF und knapp 8.000 m² Verkaufsfläche bei einem Stützraster von 8 m. Besonderheiten des Gebäudes sind die dem Ursprungsbau nachempfundene, abgerundete und über die Schaufensterfassade und den Eingangsbereich auskragende

teröffnungen, die kaum Licht in die Verkaufsflächen in den Obergeschossen ließen, komplett geschlossen. Einzig das Staffelgeschoss verfügte über großzügige Fensteröffnungen. Die das Gebäude charakterisierenden 12 m hohen Lamellen – eine gestalterische Referenz an die strengen Vertikalstrukturen



2005 Verkauf an Dawnay Day & Hilco	2007 Umbenennung in Hertie	2009 Insolvenz Hertie	2009–2014 Leerstand	2014 Immobilienwerb durch Stadt Herne	2016 Immobilienwerb durch Landmarken	2018–2021 Transformation in Büro- & Geschäftshaus	Bild 120: 2021 Neue Höfe Herne; Foto: Nina Hangebruch, Archiv
--	----------------------------------	-----------------------------	------------------------	---	--	---	---

Überdachung sowie das sich über das Staffelgeschoss erhebende Flugdach. Das Gebäude ist straßenseitig mit einer Lamellenkonstruktion und hellen Keramikfliesen verkleidet und im hinteren Bereich verputzt. Das 1963 in Karstadt umbenannte Warenhaus bot ein umfassendes, damals in vielen Bereichen neues und einzigartiges Angebot einschließlich Lebensmittel-Selbstbedienungsabteilung, Erfrischungsraum, Kinderstube etc. (vgl. ebd.). Zum Robert-Brauner-Platz gab es eine im Boden versenkbare Vitrine mit Verkaufsautomaten, die den Eingangsbereich außerhalb der Öffnungszeiten verschloss (vgl. ebd.). Die Fassade hinter den Lamellen war mit Ausnahme schmaler Fens-

klassischer Kaufhausbauten – wurden 1990 bei der Renovierung des Gebäudes mit Blech verkleidet und die bei Nacht eindrucksvolle Hinterleuchtung der Lamellen aufgegeben. Gleichzeitig wurden die an der Fassade über dem Seiteneingang zur Bahnhofstraße angebrachten, wie Lichtpunkte wirkenden, Punktstrahler entfernt. Das Gebäude steht seit 1995 unter Denkmalschutz. Geschützt sind das konstruktive Gerüst und die Außenhaut, unter anderem Vordach, Flugdach, Wandscheiben, Lamellen und Geländer.

Insolvenzbedingte Schließung

Im Zuge der Karstadt-Krise 2004 wurde das Warenhaus – wie 73 weitere Filialen mit we-

Umnutzung

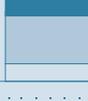
Bauherr
Landmarken AG (Aachen)

Architekturbüro
HPP Architekten (Düsseldorf)

Fertigstellung
2021

Neue Nutzung
Büro, Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Fitness

Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung

-  **Städtebauliche Integration**
Typ 2 – Eckbau / zweiseitige Öffnung
-  **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehrgeschossbau
-  **Fassadenkonstruktion**
Typ 1 – Glasfassade ohne Tragfunktion, innenliegende Stützen
-  **Dachform**
Typ 4 – Flachdach
-  **Parken**
Typ 2 – Parkhaus - Anbau oder als externer Baukörper
-  **Vertikale Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend / Mittig + Ecken
-  **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichtof

FALLBEISPIEL #04

Abb. 24: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GEOportal NRW / Hausumringe, dl-zero-de/2.0



Baurecht: Kerngebiet MK (1991)

Bauweise: geschlossen // integriert in Block

Erschließung: Hauptstraße

Umgebung: Dienstleistungen, Büros, Wohnen

niger als 8.000 m² Verkaufsfläche – ausgegliedert und 2005 an die britischen Finanzinvestoren Dawney Day und Hilco verkauft, die die Filialen 2007 in Hertie umbenannten. Durch die finanzielle Notlage von Dawney Day geriet Hertie 2009 in die Insolvenz und schloss sämtliche Filialen.

In Herne entstand – abgesehen von einer kurzen Zwischennutzung durch einen Sonderpostenmarkt – ein langjähriger Leerstand. Durch den Verlust des Magnetbetriebs gingen die Passantenfrequenzen zurück, die Lagequalität am nördlichen Ende der Bahnhofstraße und das städtebauliche Erscheinungsbild verschlechterten sich. Verschiedene Einbrüche, ein Brand und die mangelnde Gebäudeunterhaltung führten zu erheblichen Schäden. Eine Nachnutzung war ohne umfangreiche Investitionen nicht möglich.

Kommunaler Zwischenerwerb

Die Preisvorstellungen des Insolvenzverwalters und schwierige Finanzierungsbedingungen nach der Finanzkrise einerseits und der hohe Modernisierungsbedarf, Einschränkungen durch den Denkmalschutz sowie das dichte Wettbewerbsumfeld mit nahegelegenen Ober- und Mittelzentren, Shopping Centern und Fachmarkttagglomerationen andererseits führten dazu, dass das Interesse von Projektentwicklern und Investoren für eine Nachnutzung der Immobilie ausblieb.

2014 erwarb die Stadt Herne bzw. ihre Tochter, die SEG Stadtentwicklungsgesellschaft Herne, das Gebäude, um die weitere Entwicklung aktiv zu steuern. Nach einem Investorenauswahlverfahren 2015 erhielt die Landmarken AG als einer von elf Bewerbern den Zuschlag für die Projektentwicklung.

Multifunktionale Umnutzung

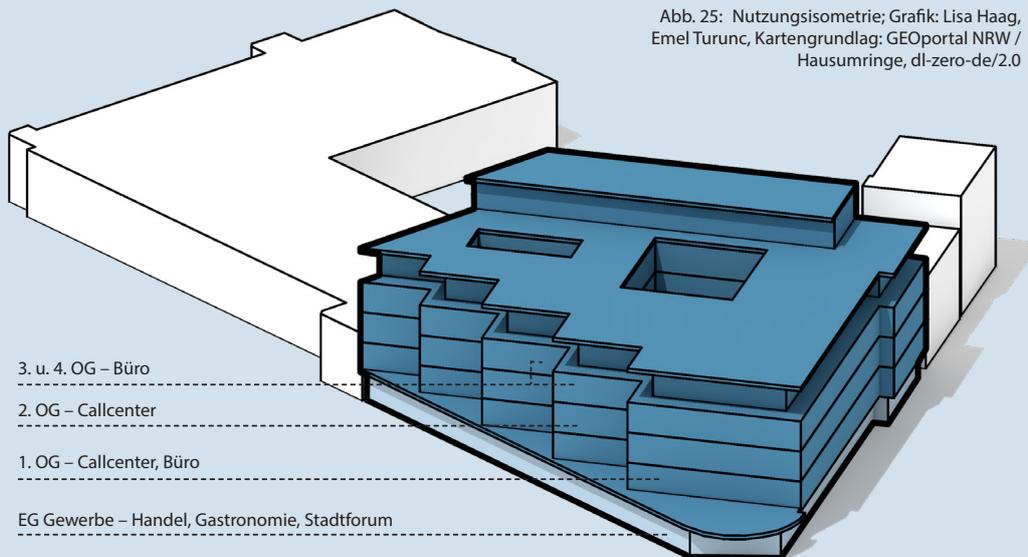
2016 erfolgte der Immobilienerwerb durch Landmarken. Die ursprünglichen Vorstellungen von Stadt und Investor für eine Mischnutzung mit Einzelhandel, Gastronomie, Arztpraxen, Fitness und Wohnen waren nicht realisierbar. Ein denkmalgerechter Umbau des Gebäudes stand im Widerspruch zu den Tageslichtanforderungen für eine Wohnnutzung und die stockende Mieterakquise für die gewerblichen Einheiten führte zu wiederholten Umplanungen.

Schließlich wurde die Handelsnutzung auf zwei Non Food-Discounter im Erdgeschoss reduziert. Die übrigen Mieteinheiten im Erdgeschoss sind an zwei Gastronomieanbieter



Bild 121: Blick in eines der beiden Atrien (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

Abb. 25: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlag: GEOportal NRW / Hausumringe, dl-zero-de/2.0



– darunter einer mit Außenbestuhlung zum Robert-Brauner-Platz – und das Stadtforum, ein Gemeinschaftsprojekt der SEG und der IHK Mittleres Ruhrgebiet mit publikumsorientierten Dienstleistungen und Veranstaltungen, vermietet.

Im 1. bis 4. Obergeschoss erfolgt eine Büronutzung durch ein großes Lüftungs- und Klimatechnikunternehmen aus der Region sowie ein Callcenter. Das 1. Untergeschoss ist langfristig an ein Fitnessstudio mit überörtlichem Einzugsbereich vermietet. Im 2. Untergeschoss befinden sich Räume für Haustechnik und Materiallager, die bei Bedarf ausgebaut werden können. Um für die Vermietung der gewerblichen Flächen hinreichend Stellplätze anzubieten, hat Landmarken im Zuge der Projektentwicklung auch das angrenzende Parkhaus erworben.

Denkmalgerechter Umbau des Gebäudes

Der langjährige Instandhaltungsrückstau hatte das Gebäude stark beschädigt. Im Tiefkeller stand ca. 20 cm hoch Wasser, unter den abgehängten Decken war das Traggerüst beschädigt. Die Außenwände waren durch Risse im Putz, in den Fliesen und im Mauerwerk durchfeuchtet, die Fliesenfassade war nicht mehr standsicher und wasserdicht und mit Absperrungen rund um das Gebäude, später auch mit Netzen gesichert. Angesichts

der Vielzahl loser und bereits abgefallener Fliesen und teils unzureichend ersetzter Kacheln war eine Sanierung der Fassade zwar möglich, aber finanziell und technisch sehr aufwändig. Der Eingriff in die Fassade machte zudem eine Wärmedämmung erforderlich. Darüber hinaus war bei der Erneuerung der denkmalgeschützten Fliesenfläche eine Belegfläche von 150 m² zu erhalten.

Die von HPP Architekten geplante, von 2018 bis 2021 realisierte Transformation des Gebäudes in ein Büro- und Geschäftshaus erfolgte in enger Abstimmung mit den Denkmalschutzbehörden. Unzureichende Planunterlagen führten zu zahlreichen mit dem Umbau verbundenen Unwägbarkeiten und erschwerten die Kalkulation der Projektentwicklungskosten.

Nach der Schadstoffsanierung erfolgte ein Rückbau bis auf das Stahlbetonskelett. Zur Belichtung der Büroflächen wurden zwei Atrien – die heute namensgebend für das Projekt Neue Höfe sind – in das Bestandsgebäude geschnitten. Die Öffnung der Decken für die Lichthöfe – der größere reicht bis auf das Dach des Erdgeschosses – orientiert sich am Stützraster des Bestandsgebäudes. Zur Ertüchtigung der Decken wurden die Unterzüge verstärkt und Betonsanierungen an historischen Stützen und Balken vorgenommen. Die vertikale Erschließung erfolgt über zwei

FALLBEISPIEL #04

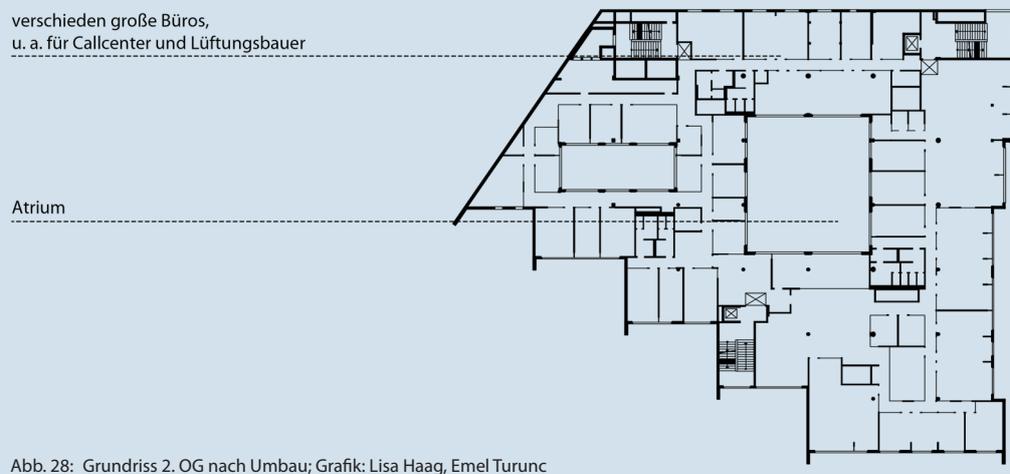
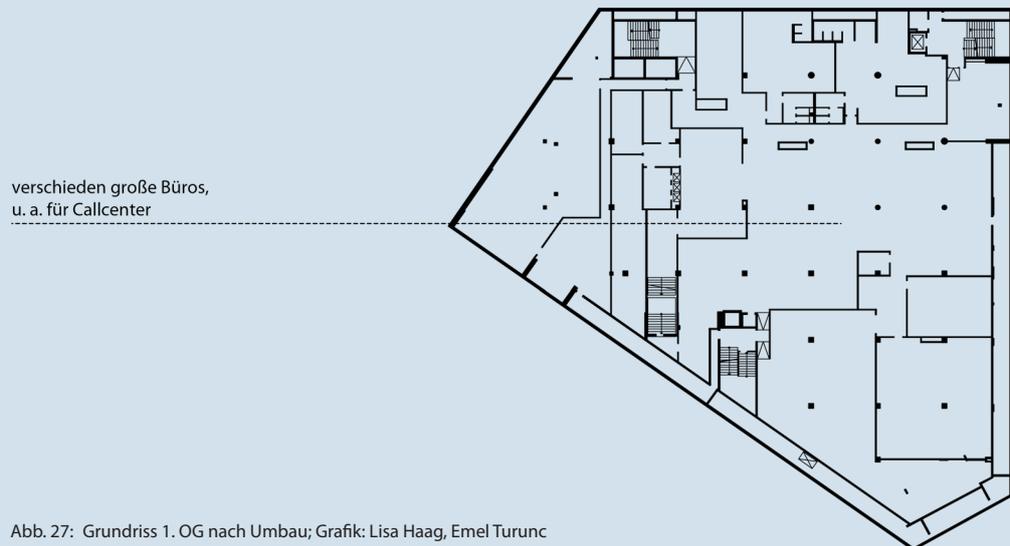
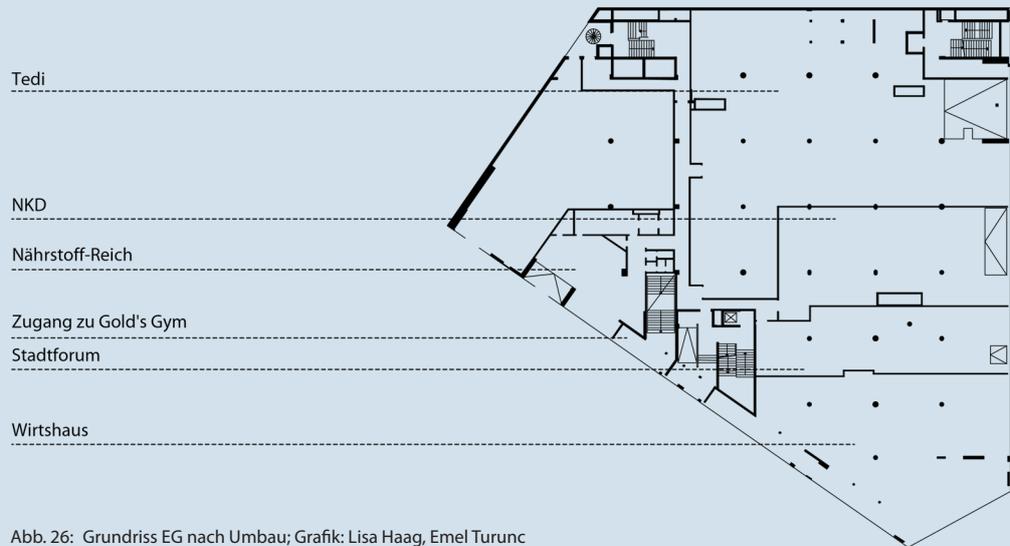




Bild 122: Blick aus der Von-der-Heydt-Straße auf das Gebäude (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

„Projekte in der Innenstadt sind komplex und in Zukunft ist es noch wichtiger, auf Mixed-Use und Drittverwendbarkeit zu achten. Das Denken in einzelnen Assetklassen führt zu keinen guten Lösungen.“

– Thomas Binsfeld, Mitglied der Geschäftsleitung/Prokurist Landmarken AG (2023)

vorhandene Treppen- und Aufzugsanlagen, ein dritter Zugang könnte reaktiviert werden. Die stark beschädigten Fliesen an der Fassade wurden entfernt und nach Dämmung der Gebäudewände durch noch immer am Markt verfügbare Originalkacheln ersetzt. Um den Tageslichteinfall zu erhöhen, wurden die ursprünglich 90 cm tiefen Lamellen in einer 45 cm tiefen Ausführung nachgebaut. Diese Veränderung verbessert die Sicht aus den Fenstern, ist aber von außen kaum wahrnehmbar. Zudem wurden auf drei Gebäudeseiten zusätzliche Fenster eingebaut. Aus Denkmalschutzgründen blieben nur die Glaselemente an der Nordseite des Gebäudes erhalten.

Die Transformation des Gebäudes ging mit einer Erneuerung der kompletten technischen Gebäudeausrüstung einher. Sie war nicht nur mit Blick auf den Denkmalschutz, sondern auch angesichts der Brand- und Schallschutzanforderungen sehr anspruchsvoll (vgl. Binsfeld 2023). Zudem begrenzten eingeschränkte Traglasten und die schwierige Andienung die Nachnutzungsoptionen,

zum Beispiel für einen Supermarkt im Erdgeschoss (vgl. ebd.). Ferner wurden Nutzungen, die aufwändige technische Installationen und Anlagen erfordern, angesichts des kostspieligen Umbaus und der in Herne vergleichsweise geringen Angebotsmieten von vornherein ausgeschlossen (vgl. ebd.).

Stadtwert

Durch den konstruktiven Dialog mit den Denkmalbehörden wurden gute Lösungen für den Umbau des Gebäudes gefunden, die sensibel mit der geschützten Bausubstanz umgehen und gleichzeitig notwendige Anpassungen ermöglichten (vgl. ebd.). Die Transformation des Gebäudes wurde mehrfach ausgezeichnet und schaffte 500 innerstädtische Arbeitsplätze (vgl. ebd.). Die Sanierung und ganztägige, multifunktionale Nutzung des Gebäudes belebt das Umfeld und hat private Folgeinvestitionen in die Modernisierung angrenzender Gebäude ausgelöst. In den nächsten Jahren erfolgt nun noch die städtebauliche Aufwertung des Robert-Brauner-Platzes.

FALLBEISPIEL #05

Ursprungsgebäude
Kaufhaus
(Espace Lavandier)

Standort
29 Bd Prince Henri,
Esch-sur-Alzette, Luxemburg

Bevölkerung
36.000 (2023)

Bauherr
Adolphe Lavandier

Architekturbüro
Paul Muller, AS Architecture
(Esch-sur-Alzette)

Baujahr
1979, 1999

Epoche
Zweite Nachkriegsmoderne,
Postmoderne

Geschäftsaufgabe
2020

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung



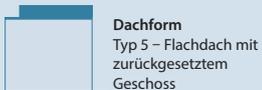
Städtebauliche Integration
Typ 1 – Einseitige
Öffnung



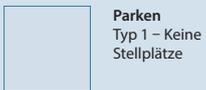
Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade,
innenliegende Stützen



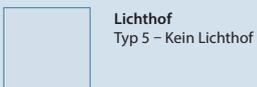
Dachform
Typ 5 – Flachdach mit
zurückgesetztem
Geschoss



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



Vertikale Erschließung
Typ 4 – Innen- und
Außenliegend



Lichthof
Typ 5 – Kein Lichthof

Espace Lavandier, Esch-sur-Alzette

HEUTE: KONSCHTHAL ESCH

Im Rahmen der „Kulturhauptstadt 2022“ wurde das familiengeführte Möbelhaus Espace Lavandier von der Stadt angekauft und in wenigen Monaten zur Kunsthalle umgewandelt.

Möbelhaus in Industriestadt

Am südwestlichen Innenstadtrand der luxemburgischen Mittelstadt Esch-sur-Alzette fügt sich das ehemalige Möbelhaus Espace Lavandier in den abgerundeten Rand eines dichten Baublocks. Die kleinteilige Blockrandbebauung im Umfeld, aufgelockert durch Kirchen, Schulen, Theater und Museen, beherbergt Wohnnutzungen sowie Gewerbe, Dienstleistung und Gastronomie in den Erdgeschossen. In Richtung Westen wird der Block von Verkehrsinfrastruktur begrenzt, mit mehreren parallel verlaufenden Straßenzügen sowie einer Hochbahntrasse. Jenseits befinden sich Industrieflächen und die Grenze zu Frankreich. In nördlicher Richtung öffnet sich der Block zur Rue de l'Alzette, die als wichtigste Einkaufsstraße entlang der kana-

Bild 123: Kongschthal vor dem Umbau, mit Schriftzug des Möbelhauses Espace Lavandier (2021); Foto: © Emile Hengen

lisierten Alzette das Zentrum durchzieht. Mit ihrer Dichte an historischer Architektur verschiedenster Epochen ist die Straße Abbild der bewegten Stadtgeschichte, die durch die Stahlproduktion in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zu Wohlstand gelangte (vgl. Buchler et al., 2021: 396). Heute lassen sich hier anhand leerstehender Ladenlokale die Probleme des innerstädtischen Einzelhandels ablesen (vgl. Michel 2022).

Der Bau des ersten Espace Lavandier fällt in das Jahr 1979 (vgl. Buchler et al., 2021: 400). Nach Entwürfen des Architekten Paul Muller wurde auf der Fläche der familiengeführten Schreinerei am Blvd. Prince Henri ein Möbelhaus in Stahlskelettkonstruktion errichtet. Stahlträger in unterschiedlicher Form und Größe deuten auf die Nutzung von Restposten für den Bau infolge der Stahlkrise hin. 1995 wurden die beiden angrenzenden Grundstücke erworben und das Gebäude erweitert (vgl. ebd.). Die Pläne des Escher Architekturbüros AS Architecture, die bis 1999 umgesetzt wurden, integrierten als Betonkonstruktion neben dem bestehenden Möbelhaus

1958
Eintritt Sohn Pit Lavandier, Schwerpunktverlagerung auf Möbelvertrieb

1948
Umbau eines Bierdepots
von 1920 zur Schreinerei
Lavandier auf Parzelle 35



auch die Werkstätten der Nachbargrundstücke, darunter das Atelier des bekannten luxemburgischen Bildhauers Aurelio Sabbatini (vgl. ebd.). Die Gebäudeteile wurden mit der noch heute bestehenden, charakteristischen Vorhangfassade aus Aluminium und Sichtbeton verkleidet (vgl. ebd.: 401).

seit Oktober 2020 wiesen zudem Ausstellungen in den Schaufenstern auf die zukünftige Nutzung hin (vgl. Korschthal Esch 2021a). Der Kunsthistoriker Christian Mosar, zu dem Zeitpunkt künstlerischer Leiter der Kulturhauptstadt Esch, übernahm die dauerhafte künstlerische Leitung der Korschthal Esch.

Umnutzung

Bauherr
Stadt Esch-sur-Alzette,
Abteilung Architektur

Architekturbüro
Beng Architectes Associés
(Esch-sur-Alzette)

Fertigstellung
2021 (vorläufig)

Neue Nutzung
Kunsthalle für zeitgenössische Kunst



1979
Bau erstes Möbelhaus auf Parzelle 35

Mai/Juni 2020
Geschäftsaufgabe und Ankauf Stadt

Bild 124: Oktober 2021
Eröffnung der Korschthal Esch (2023); Foto: Lisa Haag

1995–1999
Anbau auf anliegenden Parzellen, Errichtung gemeinsamer Fassade

März–September 2021: Räumung und erster Umbau

2022, 2024, 2026 ...
Schritt-für-Schritt-Umbauten zur Weiterentwicklung der Kunsthalle

Geschäftsaufgabe und neue Bestimmung

Mit den Jahren wurde das familiengeführte Unternehmen zum Traditionshaus für Möbel im gehobenen Segment in der Stadt, bis der Eigentümer im Jahr 2019 die Geschäftsaufgabe beschloss (vgl. Hansen 2020). Als sich der Titel der Kulturhauptstadt für Esch-sur-Alzette ankündigte und die Idee einer neuen Kunsthalle im Raum stand, reagierte die Stadt schnell und kaufte das Möbelhaus im Juni 2020 an (vgl. Goetz 2021). Um die Kunsthalle pünktlich zum Kulturhauptstadtjahr 2022 eröffnen zu können, erfolgte ein Umbau in kürzester Zeit – zwischen der Räumung im März 2021 und der Eröffnung als Kunsthalle im Oktober 2021 vergingen lediglich sechs Monate (vgl. Mosar 2023). Bereits

Inkrementeller Umbau

Der Umbau nach Plänen des Escher Architekturbüros Beng Architectes Associés setzt auf minimale und gezielte Eingriffe in die vorhandene Bausubstanz, um sie schrittweise an die Bedarfe der Kunsthalle anzupassen (vgl. Chebli 2023). Der erste Umbau im Jahr 2021 wurde im Wesentlichen dem Entfernen dekorativer Einrichtungselemente, abgehängter Decken und Teppichböden gewidmet. Trotz zusätzlicher Herausforderungen wie Lieferengpässe während der Covid-19-Pandemie, konnte durch die pragmatische Herangehensweise der knappe Zeitplan eingehalten werden. Die Ersteröffnung erfolgte mit kaum getrockneten Betonböden und wurde beinahe durch fehlende Geländer an den

FALLBEISPIEL #05

Abb. 29: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: openstreetmap.org/copyright



Galerien verhindert – diese konnten erst kurz zuvor geliefert und eingebaut werden (vgl. Mosar 2023).

Seit der Eröffnung fanden weitere Umbauten unter Teilschließung der Ausstellungsflächen statt und auch für die nächsten Jahre sind immer wieder Bauphasen etwa zur Erschließung weiterer Räume geplant. Wesentliche Maßnahmen im und am Gebäude sind im Rahmen gestiegener Sicherheitsanforderungen notwendig, für die von einem maximalen Publikumsverkehr von 1.000 Menschen ausgegangen wird (vgl. Chebli 2023). Der anfängliche Betrieb konnte nur unter Ausnahmeregelungen mit erhöhtem Sicherheitspersonal stattfinden, da die Umbauten noch nicht abgeschlossen waren (vgl. ebd.). An beiden Gebäudeseiten entstehen neue Fluchttreppenhäuser, die Stahlträger wer-

den brandschutztechnisch aufbereitet, neue Wände eingezogen und Brandschutztüren installiert (vgl. ebd.). Das Oberlicht wurde durch einen automatischen Rauchabzug ersetzt (vgl. Mosar 2023). Die vorhandenen, großen Aufzüge werden in naher Zukunft durch rollstuhlgerechte Modelle ersetzt und die Zwischenebene durch einen neuen Fahrstuhl barrierefrei erschlossen (vgl. ebd.). Zur energetischen Sanierung muss zudem ein Großteil der Fenster sowie auch die hohe Glasfront ersetzt werden (vgl. ebd.).

Die Kunsthalle / Korschthal

Heute befinden sich auf insgesamt 2.400 m², verteilt auf vier Ebenen mit Zwischengeschoss, Ausstellungsräume für zeitgenössische Kunst. Auf den ehemaligen Verkaufsflächen des Möbelhauses stellen heute lokale und internationale, junge und etablierte Künstlerinnen und Künstler ihre aktuellen Werke aus. Nach knapp zwei Jahren waren bereits 13 Ausstellungen verschiedenster Kunstformen zu sehen (vgl. Mosar 2023). Das neue Erscheinungsbild der Räume prägen freigelegte Stahlträger und rohe Betonsäulen und -böden, wodurch die Architektur des Gebäudes sichtbar und zu einem prägenden Merkmal der Ausstellungsräume wird. Die vielfältigen Räumlichkeiten bieten als Kunsthalle besondere Rahmenbedingungen und Potenziale. Insbesondere die hohen und offenen Räume der zentralen Galerien eröffnen vielseitige Spielräume für eine künstlerische Nutzung. Im Sommer 2022 etwa bespielte der Künstler Jeppe Hein die offenen Ebenen mit seiner interaktiven Installation „Distance“ zur „Erkundung der architektonischen und szenografischen Möglichkeiten des ehemaligen Möbelhauses“ (Korschthal Esch 2021b).

Durch das Freilegen des Rohbaus sind zudem die verschiedenen, teils historischen Baustrukturen zum Vorschein gekommen. Im Erdgeschoss lässt sich anhand eckiger neben den sonst runden Betonsäulen das ehemalige Bildhauer-Atelier erkennen. In einem rückwärtigen Gebäudeteil findet sich zudem die ehemalige Schreinerei Lavandier, de-

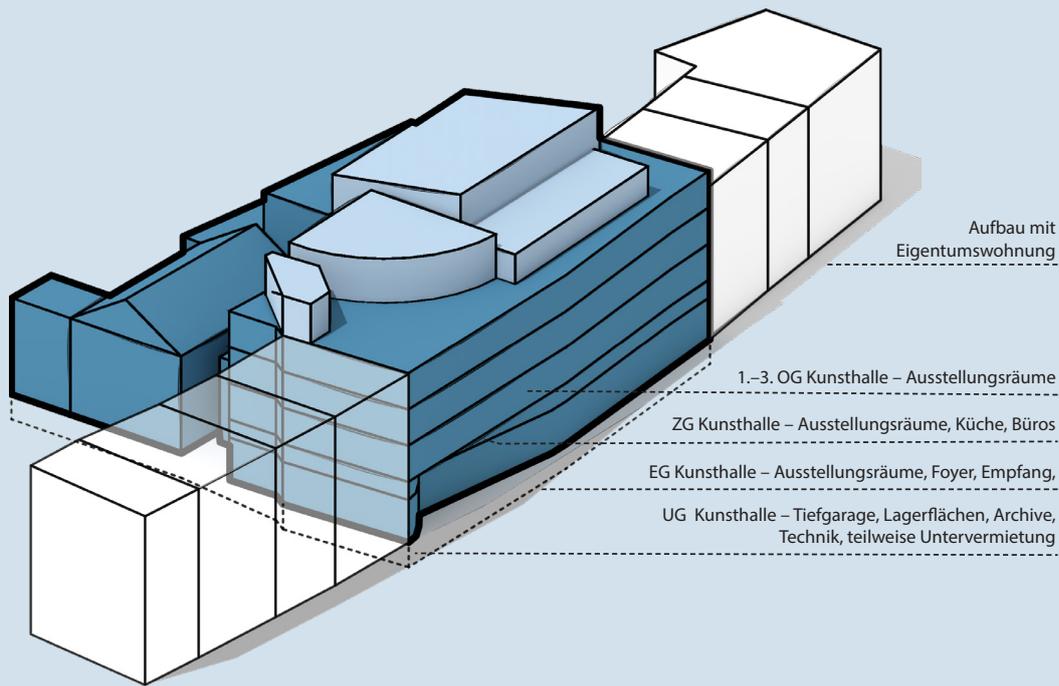


Abb. 30: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: [openstreetmap.org/copyright](https://openstreetmap.org/)

ren frühere Außenfassade in den Strukturen noch sichtbar ist. Diese soll in einem nächsten Schritt als hoher, zwei Ebenen umfassender Ausstellungsraum ausgebaut werden und das Repertoire an besonderen Räumen der Kunschthal ergänzen (vgl. Chebli 2023). Die Kunsthalle nutzt bisher etwa die Hälfte der zur Verfügung stehenden Fläche des Gebäudes als Ausstellungsfläche. Im Zwischengeschoss werden derzeit zusätzliche Büroräume für die Angestellten hergerichtet, sowie eine Küche mit Zugang zum rückwärtig gelegenen Balkon, um das gastronomische Angebot bei Veranstaltungen auszuweiten (vgl. Mosar 2023). Die verschiedenen Keller des Gebäudes sind teilweise extern vermietet oder werden als Lagerräume genutzt. Die angrenzende Tiefgarage dient der Anlieferung, Stellplätze für Besucherinnen und Besucher stehen hier nicht zur Verfügung (vgl. ebd.). Über der Kunsthalle wohnt auf zwei Etagen der ehemalige Eigentümer des Möbelhauses.



Bild 126: (oben) Kunschthal, Ausstellung Distance von Jeppe Hein (2022); Foto: © Christof Weber

Bild 125: (unten): Niedriger Ausstellungsraum mit Stahlträgern (2022); Foto: Lisa Haag

FALLBEISPIEL #05

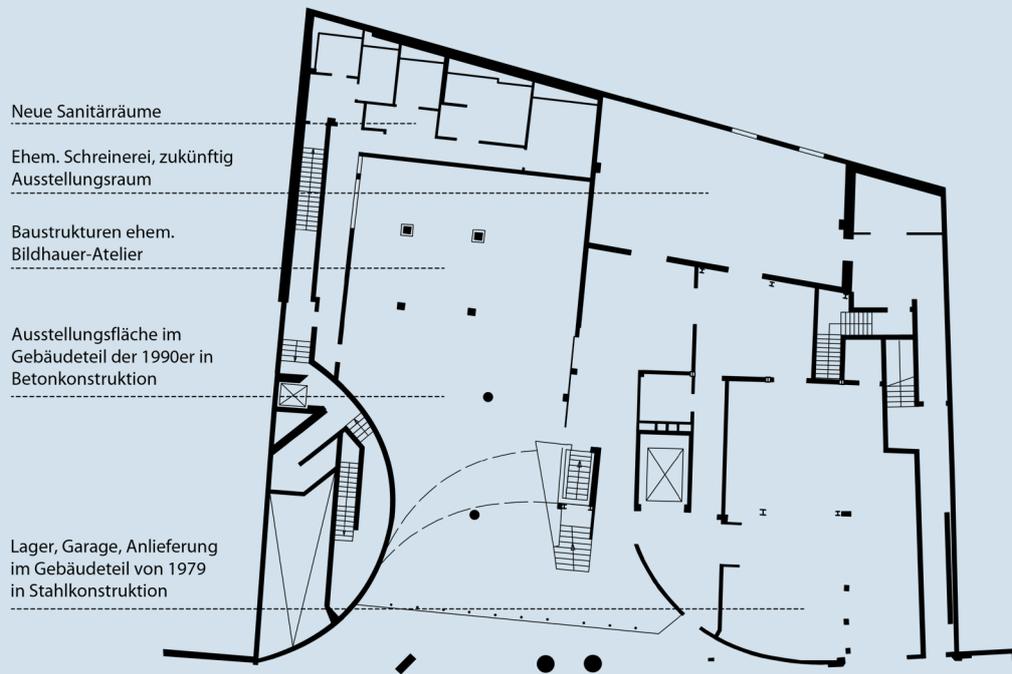


Abb. 31: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

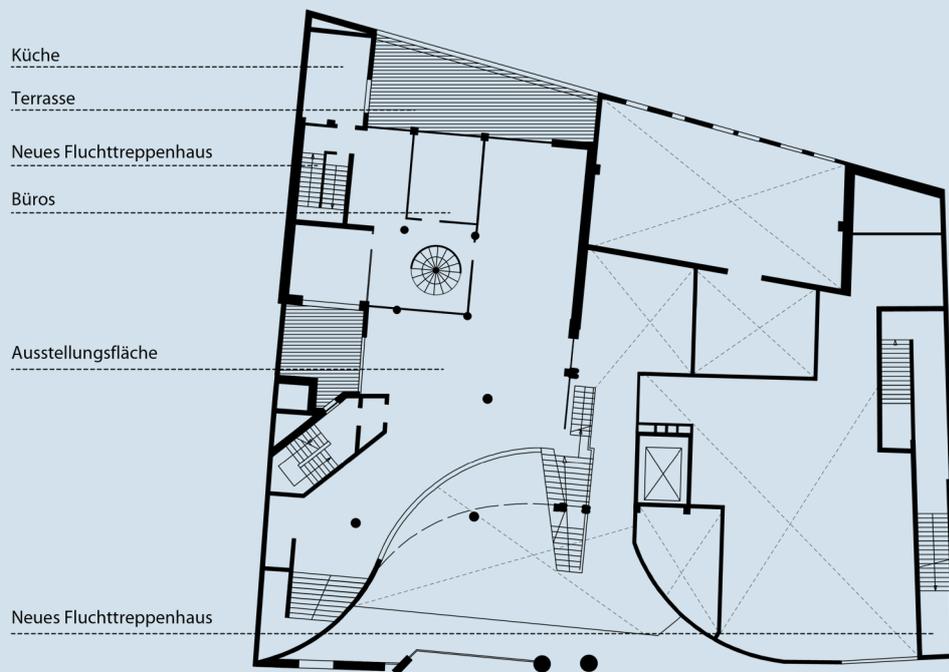


Abb. 32: Grundriss Zwischengeschoss nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc



Bild 127: Korschthal Galerien als Ausstellungsfläche, Ausstellung Flying Mercury von Tina Gillen (2022); Foto: © Christof Weber

„Hätten wir zuerst gebaut, hätten wir noch immer nicht geöffnet.“

– Interview Christian Mosar, künstlerischer Leiter der Korschthal Esch (2023)

Neuer Impuls für die Stadt

Die im Rahmen der „Kulturhauptstadt Europas“ neu geschaffenen Kulturorte, zu denen die Korschthal Esch gehört, sollen die Vielfalt des kulturellen Erbes Europas repräsentieren und eine Vermittlerfunktion für die europäische Gemeinschaft einnehmen (vgl. Esch2022 2023; Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2022). Insgesamt hat das Programm *Esch2022* eine halbe Million Menschen in die Region gezogen, die Kunsthalle zählt bislang etwa 13.000 Besucherinnen und Besucher, eine Vielzahl davon insbesondere aus dem französischen Ausland (vgl. Esch2022 2023; Mosar 2023).

Entsprechend der städtischen Kulturstrategie setzt die Kunsthalle auf Zugänglichkeit und Dialog. Der Einlass ist dauerhaft gratis, zudem gibt es ein großes pädagogisches und öffentlichkeitswirksames Rahmenprogramm

mit zahlreichen Workshops und Veranstaltungen. Derzeit wird im Rahmen der „Groovy Thursdays“ in wöchentlichen Events der Ausstellungsbesuch mit einem musikalischen Rahmenprogramm und Verköstigungen aufgewertet (vgl. Korschthal 2021c). Mittelfristig sollen Flächen der Kunsthalle für kulturelle und künstlerische Zwecke auch extern vermietet werden (vgl. Mosar 2023).

Auf diese Weise wächst die Bedeutung der Korschthal Esch – und mit ihr die Kunsthalle selbst. Der betreibende Verein besteht heute neben dem Initiator und künstlerischen Leiter Christian Mosar aus etwa zehn festen und weiteren freien Mitarbeitenden. In naher Zukunft werden diese und damit der Betrieb der Kunsthalle in die städtische Verwaltung integriert (vgl. ebd.). Spätestens damit wird die *Korschthal Esch* zum festen Bestandteil des kulturellen Lebens in Esch-sur-Alzette.

STECKBRIEF #24

Ursprungsnutzung
Kaufhaus (Karstadt Sports)

Standort
Königstraße 54-65,
Lübeck

Bevölkerung
221.000 (Stand 2022)

Bauherr
Karstadt Warenhaus AG

Architekturbüro
Harald Deilmann (Münster)

Baujahr
1987-1996

Epoche
Postmoderne

Geschäftsaufgabe
2020

Umbaurelevante Merkmale
zum Zeitpunkt der Umnutzung

 **Städtebauliche Integration**
Typ 5 – Solitär / vier-seitige Öffnung

 **Gebäudehöhe**
Typ 2 – Mehr-geschossbau

 **Fassadenkonstruktion**
Typ 2 – Tragende Pfeilerfassade, Außen- & Innenstützen

 **Dachform**
Typ 4 – Flachdach

 **Parken**
Typ 1 – Keine Stellplätze

 **Vertikale Erschließung**
Typ 2/3 – Außenliegend / Mittig + Ecken

 **Lichthof**
Typ 5 – Kein Lichthof

Karstadt Sports, Lübeck

HEUTE: ÜBERGANGSHAUS (ZWISCHENNUTZUNG)

Vor der Transformation des früheren Karstadt-Sporthauses in ein Haus für Bildung und Wissenschaft steht eine mehrjährige Zwischennutzung, mit der bereits Teile der geplanten Umnutzung erprobt werden.

Markantes Gebäudeensemble

Nach den Plänen von Harald Deilmann entstand von 1987 bis 1996 ein zweiteiliges Gebäudeensemble für ein Karstadt-Warenhaus (Haus A mit rd. 21.000 m² Verkaufsfläche) und ein Sportkaufhaus (Haus B mit rd. 6.000 m² Verkaufsfläche) im Lübecker Innenstadtzentrum. Die Lübecker Altstadt ist mit ihrer beeindruckenden Backsteinarchitektur und zahlreichen, in der Gründungszeit der Stadt ab 1143 entstandenen, denkmalgeschützten Bürgerhäusern, Kirchen und Stiftshöfen seit 1987 UNESCO-Welterbe der Menschheit.

Die in unmittelbarer Nachbarschaft zur Kirche St. Marien (13. Jh.) und dem Kanzleigebäude (15. Jh.) gelegenen Karstadt-Häuser erstrecken sich von der als Fußgängerzone ausgebauten Haupteinkaufsstraße Breite Straße bis zur Königstraße beidseitig entlang der vielfach als Veranstaltungsfäche genutzten, platzartigen Straße Schragen.

Die großformatigen Karstadt-Gebäude bedingen einen offensichtlichen (Maßstabs-) Bruch zu der ansonsten dicht bebauten, überwiegend kleinmaßstäbigen und komplett vom Flusslauf der Trave und des Trave-Kanals umschlossenen Altstadtbebauung. Die in derselben Architektursprache ausgeführten, sechsgeschossigen Bauten sind unterirdisch miteinander verbunden und verfügen über eine gemeinsame Tiefgarage.

Immobilienwerb durch die Stadt Lübeck

Nach Schließung des Sporthauses 2020 gab



Bild 128: Ehemaliges Karstadt-Sporthaus Lübeck (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

Galeria Anfang 2024 auch den bundesweit zweitältesten Karstadt-Standort (seit 1884 in Lübeck) auf. Bereits 2022 hat die Hansestadt Lübeck das Sporthaus erworben, um das Gebäude mit einem Mixed-Use-Konzept mit Fokus auf Bildung und Wissenschaft umzunutzen. Derzeit läuft im Sinne einer Planungsphase 0 ein Beteiligungsprozess zur Abstimmung der künftigen Nutzungsbedarfe und zur Entwicklung von Raumprogramm, Funktionskonzept und Betreibermodell.

Zwischennutzung

Das *Übergangshaus* ist eine aus dem Programm *Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren* (ZIZ) des Bundesbauministeriums geförderte, nicht-kommerzielle Zwischennutzung im Rahmen des Gesamtprojekts *Übergangsweise*. Durch das Projekt sollen neue Impulse für die Innenstadt erzeugt und ihre Innovationskraft gefördert werden. Hierzu sind unter anderem Aktionen zur Erhöhung der Aufenthalts- und Verweilqualität im öffentlichen Raum, die Belegung von Leerständen und neue Mixed-Use-Konzepte geplant. Das im Sommer 2023 eröffnete *Übergangshaus* soll Ankerpunkt und Interaktionsraum für die Öffentlichkeit werden und bis zum Umbaubeginn für Veranstaltungen und Kommunikationsformate, künstlerische Interventionen und als Reallabor zur Erprobung neuer Mixed-Use-Formate dienen (vgl. Hansestadt Lübeck 2023). Dies umfasst einen Veranstaltungsbereich für kulturelle Angebo-



Bild 129: Information über den Transformationsprozess *Übergangsweise* im Übergangshaus (2023); Foto: LTM



Bild 130: Konzert im Übergangshaus (2023); Foto: LTM

te sowie Aktionen mit Kindern und Jugendlichen, eine Cateringstation, einen Science-floor sowie einen Digital Learning Campus mit diversen (Bildungs-)Angeboten (vgl. Hansestadt Lübeck 2023). Vielseitige Veranstaltungsformate – finanziert über das Innenstadtprogramm Schleswig-Holstein – sollen das *Übergangshaus* als konsumfreien Begegnungs- und Aufenthaltsort ins öffentliche Bewusstsein rücken.

Die Zwischennutzung erstreckt sich voraussichtlich bis Ende des Jahres 2025, da aufgrund der technischen Abhängigkeit des Gebäudes vom benachbarten Warenhaus ein autarker Gebäudebetrieb noch nicht möglich ist (vgl. Brons-Schnell/Friedrich 2024). Im Zuge der baulichen Herrichtung des Gebäudes für die Zwischennutzung werden die Eingriffe in die vorhandene Gebäudestruktur und Gebäudetechnik auf das Nötigste beschränkt. Für die Bespielung werden die Flächen mit modularen Einbauten ausgestattet, die in einem Mixed-Use-Konzept perspektivisch auch andernorts eingesetzt werden können. Für die Zwischennutzung bedurfte es einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung durch die Umwidmung in eine temporäre Sondernutzung (vgl. Brons-Schnell/Friedrich 2024).

Langfristige Umnutzung

Das Gebäude soll langfristig zu einem Innovationszentrum mit Schwerpunkt Bildung umgenutzt werden und dabei den erweiter-

ten Raumbedarf der vier Lübecker Altstadtgymnasien decken. Zusätzlich sollen Räume und Bildungsangebote der bisher in der Innenstadt kaum präsenten Hochschulen (Musikhochschule, Technische Hochschule, Universität) entstehen und eine Anlaufstelle des Offenen Kanals als städtischem Radiosender geschaffen werden. Die bisher für die Gebäudetechnik genutzte Dachfläche soll zugänglich gemacht und 24/7 nutzbar sein. Im Sinne einer vielfältigen, zeitlich ausgedehnten Belegung soll zudem Raum für Veranstaltungen und Kultur sowie Gastronomie geschaffen werden. Der Umbau des Gebäudes startet voraussichtlich 2026.

Inkubatorfunktion

Die Transformation des Sport-Kaufhauses soll als Inkubator für den Nutzungswandel fungieren und Bildung und Wissenschaft (zurück) ins Innenstadtzentrum bringen. So sollen Menschen erreicht werden, die von den bisherigen Innenstadtangeboten nicht angesprochen werden.

Mit der Vision, aus einem Kaufhaus ein städtisches Haus der Bildung zu machen, übernimmt Lübeck eine Modellfunktion. Die Zwischennutzung bietet die Chance, neue Formate für die langfristig angelegte, programmatische Umnutzung des Gebäudes zu testen. Wie das Anfang 2024 geschlossene, benachbarte Karstadt-Warenhaus umgenutzt wird, ist im Winter 2023/24 noch nicht absehbar.

Umnutzung

Bauherr
Hansestadt Lübeck

Architekturbüro
Noch offen

Fertigstellung
Voraussichtlich 2028

Aktuelle Nutzung
Zwischennutzung Übergangshaus

Angestrebte Umnutzung
Haus der Bildung

FALLBEISPIEL #06

Ursprungsgebäude

Warenhaus (Konsument, Horten
Konsument, Horten, Kaufhof)

Standort

Anton-Saefkow-Platz 8-10,
Berlin-Lichtenberg

Bevölkerung

Bezirk Lichtenberg 308.000 (2022)

Bauherr

VdK - Verband der Konsumgenos-
senschaften

Baujahr

1985

Epoche

Postmoderne

Geschäftsaufgabe

2007

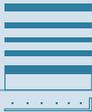
Umbaurelevante Merkmale zum Zeitpunkt der Umnutzung



**Städtebauliche
Integration**
Typ 5 – Solitär / vier-
seitige Öffnung



Gebäudehöhe
Typ 2 – Mehr-
geschossbau



Fassadenkonstruktion
Typ 4 – Nicht tragende
Vorhangfassade
Innenliegende Stützen



Dachform
Typ 4 – Flachdach



Parken
Typ 1 – Keine
Stellplätze



**Vertikale
Erschließung**
Typ 2 – Außenlie-
gend /
Mittig



Lichthof
Typ 1 – Zentraler
Lichthof (nur 3. OG)

Konsument, Berlin-Lichtenberg

HEUTE: FENNPFUHL-CARREE

Durch die Transformation des Warenhauses in Berlin-Lichtenberg entstand mit geringem Bau- und Kostenaufwand ein Wohn- und Geschäftshaus.

Urbane Mitte der Großwohnsiedlung

Das 1985 vom Verband der Konsumgenossenschaften (VdK) eröffnete Konsument-Warenhaus bildete den Mittelpunkt der in den Jahren 1972 bis 1986 als Modellstadtteil für die erste Platten-Großsiedlung der DDR entstandenen 11- bis 22-geschossigen Großwohnsiedlung Fennpfuhl/Lichtenberg (Nord) rd. 5 km östlich vom Alexanderplatz.

Das Gebäude befindet sich in von den Hauptverkehrsstraßen abgewandter Lage. Es bietet keine Stellplätze und wird nur über eine schmale Sackgasse, die gleichzeitig als Straßenbahntrasse dient, erschlossen.

Das von 1983 bis 1985 errichtete Zentrum am Anton-Saefkow-Platz fungierte in seiner ursprünglichen Ausstattung und Funktion als Hauptzentrum für vier weitere Wohngebiete mit eigenen kleinen Zentren. Neben dem Warenhaus gab es eine Kaufhalle und

eine Ladenpassage mit Delikat- und Exquisit-Laden – zwei Geschäften mit einem gehobenen Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln sowie Bekleidung und Kosmetika. Bereits damals war das Zentrum durch vielfältige zentrenergänzende Funktionen geprägt, unter anderem eine Bibliothek, ein Hallenbad, Gastronomie, Frisur- und Kosmetikstudios, eine Sparkasse, ein Fotostudio, diverse Gesundheitsdienstleister, ein Spielplatz und ein 12,5 ha großer Park mit See. Mit großzügigen, ruhigen Freiflächen zwischen den Gebäuden sowie Schulen, Kindertagesstätten und Kultureinrichtungen im Umfeld waren die Wohnungen sehr begehrt. Nach der Wende verlor das Quartier als Einzelhandels- und Wohnstandort an Attraktivität: die Plattenbauten waren nicht mehr gefragt, viele gut qualifizierte Bewohner zogen in den Westen und die Bevölkerungszahl reduzierte sich von 40.000 auf etwa 27.000 Personen. Wohnungsleerstände, Überalterung, Arbeitslosigkeit und Armut nahmen zu. Der rückläufigen Kaufkraft

1983–1985 | 1985–1990
Bau des | Konsument
Gebäudes | Warenhaus

Bild 131: 2010
Leerstehendes Kaufhof
Warenhaus; Foto: Nina
Hangebruch, Archiv

1994
Integration in
Kaufhaus-Konzern



im Quartier standen das Einkaufserlebnis in West-Berlin sowie planerisch und politisch nahezu ungebremste Verkaufsflächenausweitungen im Osten gegenüber. Der Bedeutungsverlust des Quartiers wurde verstärkt durch die Schließung von Behörden, Infrastruktureinrichtungen und Schulen im

Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf, Wochenmarkt, Arztpraxen und Apotheken, Gaststätten, Kultur- und Begegnungstätten und einem Kundencenter der HOWOGE, des größten Wohnungsunternehmens am Standort, entspricht das Quartier aber eher einem Nahversorgungszentrum.



2007
Verlagerung Warenhausbetrieb
ins Ringcenter

2011
Gewerbliche Fläche
Bezugsfertig

Bild 132: 2013
Fennpfuhl-Carree; Foto:
Nina Hangebruch, Archiv

2010–2012
Kernsanierung

Umfeld. Leerstände und Niedrigpreisanbieter ersetzen das zuvor gehobene Angebot. Um den Niedergang zu bremsen, richtete der Bezirk eine Volkshochschule, ein Standesamt und ein Bürgeramt im Quartier ein. Darüber hinaus erfolgte seit Beginn der 2000er Jahre eine Förderung durch das Stadterneuerungsprogramm *Stadtumbau Ost*. Heute ist das Zentrum am Anton-Saefkow-Platz eines von sechs Ortsteilzentren in Lichtenberg und in seinem Einzugsbereich durch zahlreiche nahe Einzelhandelsangebote sehr begrenzt (vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen 2019). Ungeachtet des überörtlichen Bedeutungsverlusts hat das Zentrum seine Funktion als urbane Mitte des Wohngebiets weitgehend behalten. Mit

Kubischer Typenbau

Das in typisierter Stahlskelett-Geschossmontagebauweise errichtete, kubische Gebäude verfügt über rd. 16.000 m² Nutzfläche auf vier Geschossen, von der nur rd. 5.000 m² als Verkaufsfläche dienen. Das Warenhaus wurde als Typenbau der Warenhausunternehmen Centrum und Konsument entwickelt und ab 1974 nach Plänen des Bau- und Montagekombinates Ost projektiert, aber nicht multipliziert (vgl. Böttcher 1987; Wolf 2012). Die Fertigstellung dauerte angesichts fehlender Baukapazitäten und mehrfacher Umprojektierungen von 1978 bis 1985 (vgl. Böttcher 1987; ebd.). Die Fassade ist mit dunkelbraunen Metallplatten verkleidet, die durch umlaufende Fensterbänder unterbrochen wurden.

Umnutzung

Bauherr
GPU - Gesellschaft für Immobilien/Projektentwicklung und Unternehmensberatung GmbH/
Ulrich & Lakomski Projekt
Anton-Saefkow-Platz GbR (Dernbach/Westerwald)

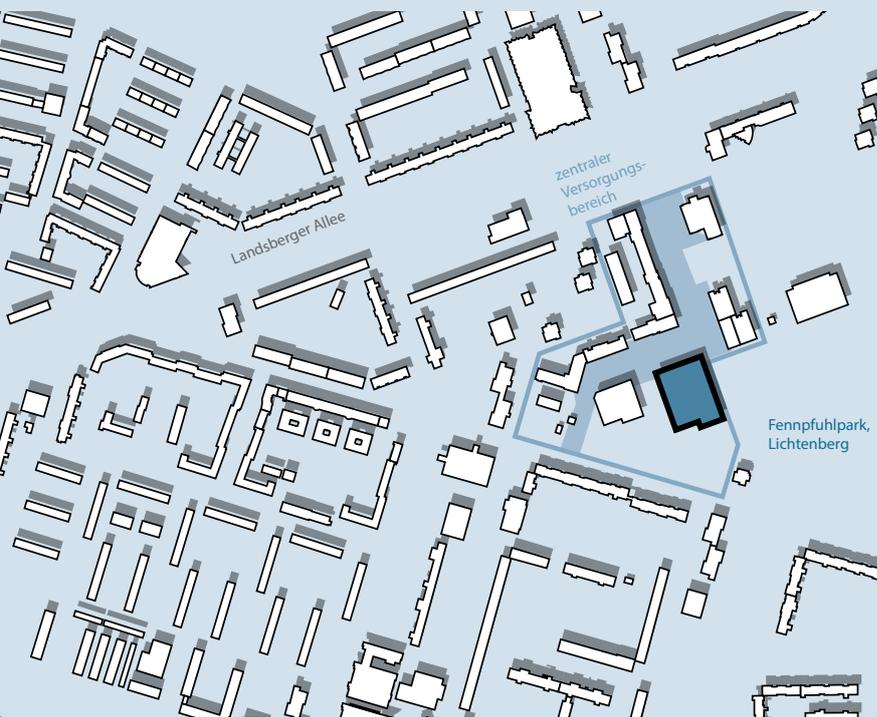
Architekturbüro
Papendiek, Rade + Partner
(Braunschweig)

Fertigstellung
2011

Aktuelle Nutzung
Wohnen, Einzelhandel,
Gastronomie

FALLBEISPIEL #06

Abb. 33: Lage im Stadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: Geoportal Berlin / ALKIS - Gebäude und Gebäudeteile, dl-de/by-2-0



Baurecht: § 34 BauGB, FNP: Wohnbaufl., EZH-Konzentration
Bauweise: offen, freistehend
Erschließung: Nebenstraße
Umgebung: Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen

Das Gebäude war mit einem Minimum an Haustechnik ausgestattet, die Rolltreppe reichte nur bis ins 1. Obergeschoss, die darüberliegenden Ebenen wurden über Treppenhäuser erreicht.

Das Warenhaus wurde bis 1990 durch das Zentrale Handelsunternehmen konsument geführt und war als eines der Spitzenkaufhäuser der ehemaligen DDR Anlaufpunkt für Kundinnen und Kunden aus Ost-Berlin sowie sozialistische Busreisegruppen aus weiter östlichen Regionen. Nach der Wiedervereinigung ging das Warenhaus in die Horten-konsument Warenhaus GmbH über, ein Joint Venture des VdK und der Horten AG. 1994 erfolgte die Integration des Warenhauses in den Kaufhof-Konzern.

Bedeutungsverlust des Warenhauses

Unmittelbar nach der Wende erlebte das Warenhaus zunächst einen Nachfragezuwachs

und kurzzeitige Verkaufsflächenerweiterungen. Die unzureichende verkehrliche Anbindung und die fehlenden Parkplätze reduzierten die Anziehungskraft des Zentrums und verursachten anhaltende Umsatzeinbußen. Gemeinsame Werbeaktionen von Bezirk und Kaufhof sollten den Warenhausstandort sichern. Aber auch wiederholte Umstellungen im Sortiment, die Erweiterung und Modernisierung der Verkaufsfläche, die Untervermietung von Flächen, der Bau einer kleinen Ladenstraße mit Geschäften im Erdgeschoss und besondere Serviceangebote, wie etwa kostenfreie Lieferungen, konnten die Umsatzverluste nicht aufhalten. Die Warenhausfunktion reduzierte sich zunehmend auf die Nahversorgung in einem gemäß der Sozialstruktur des Quartiers niedrigen bis mittleren Preissegment. Dennoch blieb das Warenhaus kommunikative Anlaufstelle im Quartier, viele Anwohnerinnen und Anwohner kamen mehrmals wöchentlich, um sich auszutauschen und zu zerstreuen.

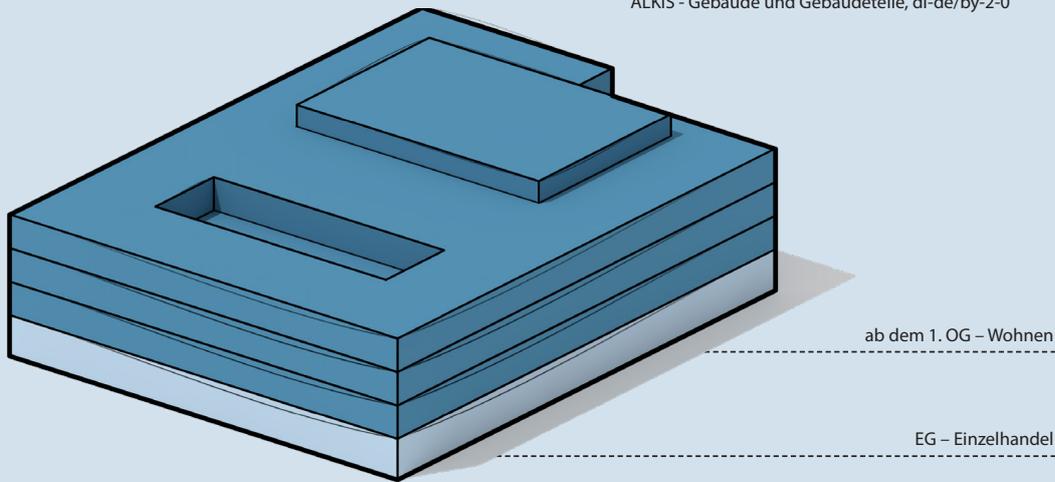
Da eine Fortsetzung des Warenhausbetriebs wirtschaftlich aussichtslos war, verlagerte Kaufhof die Filiale 2007 in einen Neubau im nahegelegenen Ringcenter, das dank einer ausgezeichneten Verkehrsanbindung ein großes Einzugsgebiet bot und zahlreiche zugkräftige Einzelhandelsbetriebe vereinte.

Leerstand und Neuorientierung

Auf die Standortverlagerung folgten drei Jahre Leerstand sowie Frequenzverluste im Umfeld, Umsatzeinbußen, Geschäftsaufgaben und der Funktionsverlust des Wochenmarktes am Anton-Saefkow-Platz. Das Warenhaus begann zu verfallen, es beeinträchtigte das städtebauliche Erscheinungsbild und das Image des Zentrums.

Das noch junge Gebäude war angesichts seiner Baukonstruktion für eine Nachnutzung grundsätzlich gut geeignet. Obwohl die Zentralkonsum frühzeitig Pläne für eine erneute Einzelhandelsnutzung – kombiniert mit einem Ärzte-, Fitness- und Wellnesszentrum – entwickelte, ließ sich diese angesichts der gegebenen Nachfrage am Standort, der Lage, des Verkaufsflächenzuschnitts und der

Abb. 34: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: Geoportal Berlin / ALKIS - Gebäude und Gebäudeteile, dl-de/by-2-0



Geschossigkeit des Gebäudes, des Überangebots an modernen Handels- und Praxisflächen und der Vorgaben des Einzelhandelskonzepts sowie Zulassungsbeschränkungen der kassenärztlichen Vereinigung nicht realisieren. Auch verschiedene Investoren konnten ihre Entwicklungsabsichten nicht umsetzen – weder im Bestand noch im Rahmen eines Abbruchs und Neubaus. Darüber hinaus blockierten die komplizierten Eigentumsverhältnisse an Immobilie und Grundstück, das zu Teilen dem Liegenschaftsfonds Berlin, der BIMA und der Zentralkonsum gehörte, die auch im Besitz des Warenhausgebäudes war, sowie unterschiedliche Absichten und Kaufpreiserwartungen der Eigentümer eine Umnutzung.

Auf Anregung der Bezirksverwaltung erwarben die Investoren Arndt Ulrich und Lutz La-

kowski von der Gesellschaft für Immobilien-Projektentwicklung und Unternehmensberatung (GPU) aus Dernbach das Objekt. Die eigentlich auf Fachmarktzentren spezialisierten Investoren hatten in der Vergangenheit bereits die ehemalige Zuckerfabrik in Hohenschönhausen zu Wohnungen umgenutzt – nachdem auch an diesem Standort zunächst Einzelhandel vorgesehen war.

Umbau zum Wohn- und Geschäftshaus

Angesichts der Marktsättigung im Bereich Einzelhandel und Medizindienstleistungen und des Bedarfs an preisgünstigen, zentral gelegenen Wohnungen in der stark wachsenden Stadt Berlin planten die Investoren die Obergeschosse in eine Wohnnutzung um. Im Zuge der etwa zweijährigen Kernsanierung realisierten die Bauherren ab 2010



Bild 134: Blick auf die Großwohnsiedlung am Fennpfuhl (2013); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Bild 133: Erhalt der Treppenhäuser aus Warenhauszeiten (2013); Foto: Nina Hangebruch, Archiv

FALLBEISPIEL #06

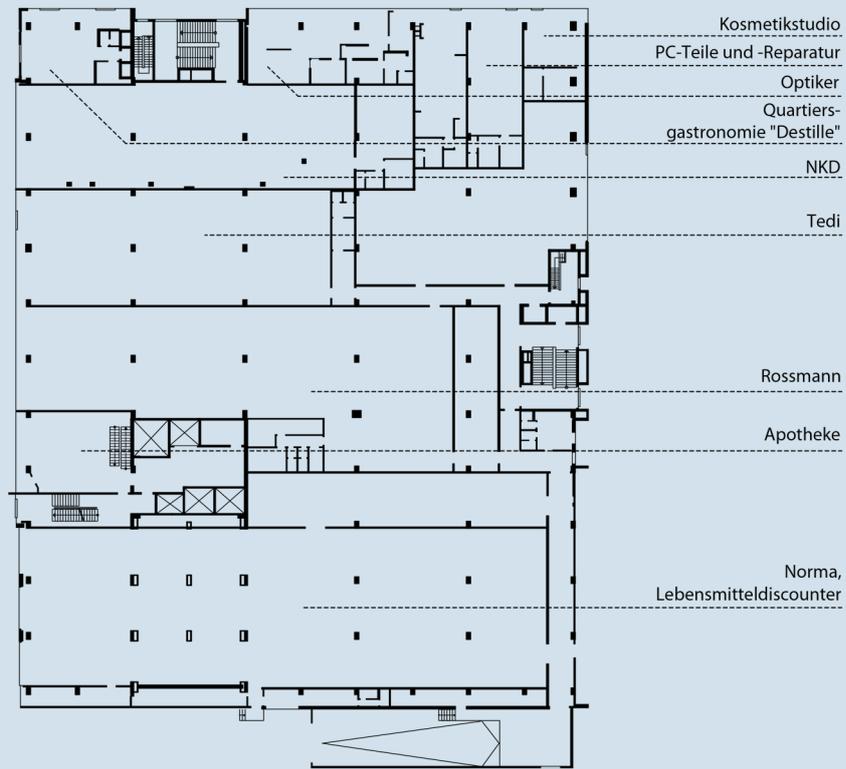


Abb. 35: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

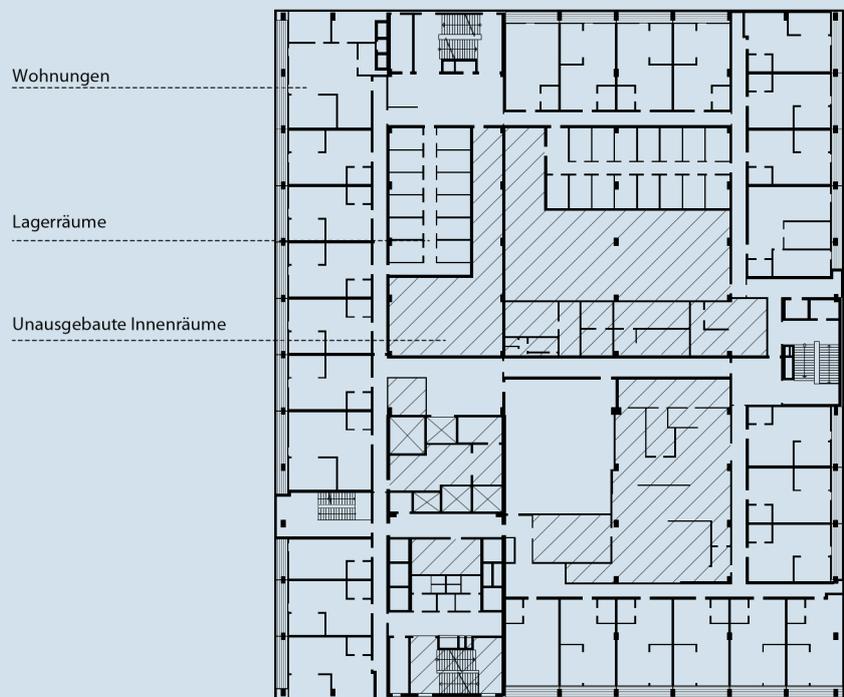


Abb. 36: Grundriss 2. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc

„Wir sind Realisten mit Blick auf das, was geht. Zur Nachhaltigkeit zählen für uns auch die schon verbauten Leistungen.“

– Lutz Lakomski und Arndt Ulrich, Geschäftsführer der GPU (2023)

auf insgesamt rd. 5.000 m² 86 Wohnungen im 1. bis 3. Obergeschoss und eine Einkaufspassage mit nahversorgungsrelevantem Einzelhandel, Dienstleistungen und einer Quartiersgastronomie auf rd. 3.300 m² im Erdgeschoss (vgl. Hangebruch 2020). Nach schwieriger Mietersuche wurden die weiteren gewerblichen Flächen im Erdgeschoss an zehn überwiegend discountorientierte Betriebe und kleinteilige inhabergeführte Geschäfte vermietet. Im Jahr 2011 war das Gebäude bezugsfertig, zunächst die gewerbliche Fläche, nach nur siebenmonatiger Bauzeit schließlich auch die Wohnungen. Anschließend folgte der Abriss und Neubau des benachbarten Rewe-Marktes.

Die 1- bis 2-Zimmer-Wohnungen verfügen über Wohnflächen von 55 m² bei einer Raumtiefe von 8 m und einer Raumhöhe von mehr als 4 m (vgl. ebd.). Sie sind mit offenen Einbauküchen und Loggien ausgestattet und richten sich vor allem an junge Haushalte mit begrenztem Einkommen, darunter viele Neu-Berlinerinnen und -Berliner (vgl. ebd.). Im Sinne einer zeit- und kostensparenden Umnutzung wurden die baulichen Eingriffe in den Bestand minimiert. Die Gebäudehülle wurde energetisch saniert, blieb aber in ihrer ursprünglichen Gestalt erhalten (vgl. ebd.). Die Außenwände wurden im Bereich der Fensterbänder in den Obergeschossen zurückgezogen, um Loggien zu schaffen. Anstelle eines innenliegenden Lichthofs blieb ein unbelichteter Gebäudekern, teils als Abstellraum, Gemeinschafts- oder Technikfläche genutzt, teils ungenutzt und zugemauert (vgl. ebd.). Die Erschließung der Wohnungen erfolgte über die ehemaligen Treppenhäuser und Flure des Warenhauses, die nur soweit

unabdingbar saniert und um zwei neue Fahrstühle und Treppenhäuser ergänzt wurden. Alle Wohnungen sind entlang der Außenfassade des Gebäudes angeordnet, sie werden – mit Ausnahme der 4-Zimmer-Wohnungen an den Gebäudeecken und der Penthouse-Wohnungen im 3. Obergeschoss – nur einseitig belichtet und belüftet.

Zur Optimierung der Pkw-Anbindung wurde eine neue Zufahrt zur Karl-Lade-Straße gebaut. Zudem wurden 180 Parkplätze angelegt – 160 für den Handel, 20 für die Wohnungen (vgl. Scheidgen 2023). Weitere Pkw-Stellplätze für die Wohnungen wurden durch ein umfassendes Angebot an Fahrradstellplätzen verzichtbar (vgl. ebd.).

Bauliche Herausforderungen bei der Umstrukturierung des Gebäudes waren vor allem der Abbruch der Treppenhäuser und die Verfüllung der Tiefgarage (vgl. ebd.).

Marktgerechtes Angebot

Nach mehrjährigem Leerstand und erfolglosen Versuchen, das Warenhausgebäude zu revitalisieren, ist die Nachnutzung durch ein kleines Unternehmen aus dem Westerwald erfolgt, das seine Pläne für eine Nachnutzung an die Marktgegebenheiten anpasste und – unterstützt durch Makler und Berater vor Ort – das erste Wohn- und Geschäftshaus in einem ehemaligen Warenhaus realisierte.

So entstand ein marktgerechtes Angebot an attraktiven, bezahlbaren Wohnungen in gefragter Lage (vgl. Hangebruch 2020). Angesichts der großen Nachfrage sind die Wohnungsmieten kontinuierlich gestiegen, während die Mietvorstellungen im Handelsbereich aufgrund der geringen Nachfrage deutlich reduziert werden mussten (vgl. ebd.).

11 Erkenntnistransfer

Die in den Steckbriefen und Fallbeispielen vorgestellten Transformationsvorhaben zeigen die große Umnutzungs- und Umbaufähigkeit früherer Kauf- und Warenhäuser. In den Projektbeschreibungen wurden die architektonischen und baukulturellen Qualitäten der Ursprungsbauten und ihre Lage und Funktion im innerstädtischen Nutzungsgefüge dargestellt. Darüber hinaus wurde geschildert, welche Lösungen für den Umbau der teils denkmalgeschützten Bestandsgebäude gefunden wurden und welche besonderen Herausforderungen die Transformation der Gebäude mit ihrer jeweils ganz spezifischen Architektur und Fassadengestaltung mit sich bringt.

Durch die umfassende Darstellung der realisierten Nachnutzungskonzepte konnte aufgezeigt werden, dass ein breites Spektrum an Drittnutzungen für frühere Kauf- und Warenhäuser in Betracht kommt und verschiedenste Nutzungskombinationen möglich sind. Eine ortsspezifische Kuratierung der jeweiligen Nutzungsmischung, eine sorgfältige Befassung mit dem vorhandenen baulichen Bestand und kreative Lösungen für die Transformation der Gebäude sowie mutige, kreative Immobilien-

eigentümerinnen und -eigentümer, die bereit sind, abseits der tradierten Innenstadtnutzungen nach neuen Konzepten zu suchen, ermöglichen in aller Regel die weitere Nutzung und den Erhalt der stadtbildprägenden Gebäude.

Die Forschungserkenntnisse wurden zum Projektabschluss im Rahmen von zwei Expertenworkshops vorgestellt und reflektiert. Der Diskurs mit Expertinnen und Experten aus Architektur und Stadtentwicklung, aus Kommunen und Planungsbüros, aus der Immobilienprojektentwicklung und von Verbänden und Intermediären bestätigte die im Folgenden zusammengefassten Erkenntnisse zum Umbau und zur Umnutzung der Gebäude.

11.1 Transformation der Gebäudenutzung

Wirtschaft und Gesellschaft befinden sich in einer Zeit multipler Krisen, die auf die Innenstadt ausstrahlen und zu disruptiven Veränderungen im Nutzungsgefüge führen, sodass die Nachvermietung vormaliger Einzelhandelsflächen zunehmend schwieriger wird. Kommunen und Gewerbetreibende haben bisher nur unzureichend Antworten zum Umgang mit den vielfältigen strukturellen Veränderungen gefunden. Das spiegelt sich auch bei der Folgenutzung früherer Kauf- und Warenhäuser wider. Die Umsatzverlagerung in den Onlinehandel erhöht den Umnutzungsdruck für die Immobilien und die Notwendigkeit, neue Konzepte für nicht mehr benötigte Einzelhandelsgroßimmobilien zu finden.

Die Impulswirkung der Gebäude bedingt den Nachnutzungsdruck für betroffene Kommunen

Kauf- und Warenhäuser liegen zumeist in zentralen Innenstadtlagen, sie prägen das innerstädtische Nutzungsgefüge vielerorts

Bild 135: Ladenleerstand, Malmö (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



über Jahrzehnte und lösten seit jeher erhebliche Agglomerationseffekte aus. Im Gegensatz zu Kaufhäusern erfahren Warenhäuser eine historisch begründete große Identifikation in der Bevölkerung, die weit über ihre wirtschaftliche Bedeutung und Versorgungsfunktion hinauswirkt. Umso schwerer wiegt auch ihr Funktions- und Bedeutungsverlust im Zuge des Nutzungswandels in den Innenstadtzentren.

„Kauf- und Warenhausschließungen sind eine schmerzhaft Erfahrung für Städte, sie eröffnen aber auch neue Gestaltungsspielräume.“

– Sven Lohmeyer, Urbanista (2023)

Warenhäuser sind – anders als kleine Ladenlokale – Schlüsselimmobilien für die innerstädtische Entwicklung. Ihre Schließung und ihr Leerstand verursachen eine erhebliche Impulswirkung und tragen zu Funktionsverlusten ganzer Innenstadtzentren bei. In den betroffenen Städten, aber auch in Planungs- und Beratungsbüros sowie bei den Vermietenden bestehen vielfach erhebliche Unsicherheiten, wie die Gebäude künftig genutzt werden könnten.

„Die Erfahrung zeigt, dass leerstehende Großimmobilien zunächst Trading-Down-Effekte auslösen und eine hochwertige Umnutzung aktives Handeln erfordert.“

– Sascha Anders, Hafen City Universität Hamburg (2023)

Die Transformation der Gebäude erfordert das aktive Engagement von Kommunen und Immobilieneigentümerinnen und -eigentümern. Sie bietet große Chancen für die Innenstadtzentren, wenn es gelingt, (neue) Nutzungen als Impulse und Anziehungspunkte in den Innenstadtzentren zu etablieren.

Kauf- und Warenhausimmobilien bieten vielfältige Transformationspotenziale für einzelhandelsfremde Nutzungen

Warenhausschließungen sind kein neues Phänomen, sie mehren sich seit rund 30

Jahren. Die Umnutzung früherer Kauf- und Warenhäuser ist über Deutschland hinaus ein Handlungsfeld in Architektur, Stadtentwicklung und Immobilienprojektentwicklung und inzwischen liegen umfassende Erfahrungen zur Nachnutzung vor. Dabei lag der Fokus lange Zeit auf einer erneuten Einzelhandelsnutzung. Mit Blick auf den tiefgreifenden Nutzungswandel in den Innenstadtzentren greifen die Nachnutzungskonzepte aus der Vergangenheit jedoch zumeist nicht mehr. Vielmehr ist eine grundlegende Neuausrichtung der Gebäudenutzungen erforderlich.

Die Erfahrungen aus der Praxis zeigen, dass eine Drittverwendung der Gebäude in aller Regel möglich ist. Das Nachnutzungsspektrum ist sehr breit; es ist unabhängig von der Entstehungsepoche der Bauten und wird nur selten durch gebäudebezogene Merkmale eingeschränkt. Die realisierten Nachnutzungen reichen von Büro und Dienstleistungen über Kultur, Freizeit, Bildung bis hin zu Wohnen, Hotel und Pflege und Gesundheit.

Reine Handelsnachnutzungen werden zunehmend zur Ausnahme. Nur Teilflächen – üblicherweise im Erdgeschoss, teils auch im Untergeschoss oder ersten Obergeschoss – werden häufig weiter durch Einzelhandel genutzt. Neben Nahversorgungsbetrieben (Supermärkte, Lebensmittel-discounter, Drogeriefachmärkte) fragen vereinzelt auch Modekaufhäuser ehemalige Warenhausflächen nach. Mit Blick auf die derzeitige Marktsituation der Modekaufhäuser ist jedoch fraglich, ob sich die derzeit (noch) expandierenden Unternehmen langfristig erfolgreich am Markt positionieren können.

Bei der Nachnutzung wird es deshalb künftig zunehmend um einzelhandelsfremde Nutzungen gehen. Entsprechende Transformationsvorhaben und neue Nutzungskombinationen erfordern Mut und Umdenken bei Kommunen und Projekt-

entwickeln. Im Kontext der Neuausrichtung des innerstädtischen Nutzungsgefüges kann daher ein Blick zurück hilfreich sein: Innenstädte waren nie nur reine Konsumstätten, sondern nutzungsgemischte und von Innovationen geprägte Standorte für Leben und Arbeit, die als öffentliche Räume und Treffpunkte für die Stadtgesellschaft fungierten. Nutzungsgemischte Gebäude und Innenstadtzentren sind daher nichts grundsätzlich Neues, sondern vielmehr eine Rückbesinnung auf die Stärken der traditionellen europäischen Stadt.

Gelungene Transformationsvorhaben können die innerstädtische Nutzungsvielfalt erhöhen und mehr Lebendigkeit schaffen

Die Überwindung der zuletzt auf den Einzelhandel fokussierten Monostrukturen in den Innenstadtzentren und in den Immobilienportfolios von Anlegerinnen und Anlegern sowie Projektentwicklern bietet eine Chance für mehr Nutzungsvielfalt in den Innenstadtzentren. Mit Blick auf die langfristige Neuausrichtung der Standorte kommt es darauf an, die Gestaltungsspielräume und Chancen, die durch die Umnutzung der Gebäude entstehen, zu erkennen und aufzugreifen.

Der Kombination unterschiedlicher Nutzungsbausteine sind kaum Grenzen gesetzt, maßgeblich ist die Erschließung der Gebäude für die unterschiedlichen Nutzungen und die Minimierung möglicher Nutzungskonflikte. Unterschiedliche Nutzungen können Gebäude zu ganz unterschiedlichen Zeiten beleben. Durch die zeitliche Abfolge verschiedener Nutzungen kann im besten Fall eine Mehrfachnutzung von Räumen über den Tag beziehungsweise die Woche erfolgen. Zentrale Herausforderung dabei ist, die verschiedenen Nutzenden zusammenzubringen.

Patentrezepte für die Umnutzung gibt es nicht. Nutzungskonzepte sind stand-

ortspezifisch zu entwickeln, wenn sie das bestehende Nutzungsgefüge sinnvoll ergänzen und positive Synergien mit der direkten Umgebung, aber auch gebäudeintern, erzeugen sollen. Die Kombination unterschiedlicher Nutzungsbausteine bedarf einer vorbehaltlosen Prüfung unter Einbeziehung der Eigentums- und Nutzungsstrukturen im jeweiligen Umfeld und des angrenzenden Stadtraums.

Dabei sind auch künftige Nutzungsveränderungen mitzudenken. Mixed-Use-Konzepte ermöglichen eine Risikostreuung, denn sie erlauben nicht nur eine Querfinanzierung von Nutzungen im Gebäude, sondern sie sind auch flexibler bei künftigen Nutzungsänderungen und somit robuster und risikoärmer.

„Das Nutzungskonzept für das Markt-Quartier Recklinghausen orientiert sich an den bestehenden Nutzungen im Umfeld, um sinnvolle Ergänzungen anstatt neuer Konkurrenz zu schaffen.“

– Lea Scholze, AIP Planung (2023)

Kultur, Bildung und Gastronomie können sich in ihrer Belegungsfunktion ergänzen. Sie tragen dazu bei, Innenstadtzentren über die Öffnungszeiten des klassischen Innenstadteinzelhandels hinaus zu beleben und neue Besuchsanreize zu setzen, wie die Transformationsvorhaben in Frankfurt (Oder), Oldenburg oder Esch-sur-Alzette (LU) zeigen.

Kulturelle Nutzungen und Bildungsangebote wirken einem Auseinanderdriften verschiedener Milieus entgegen – insbesondere dann, wenn sie die Anforderungen unterschiedlicher Nutzungsgruppen integrieren und auch digital-orientierte Lebensstile berücksichtigen. Bildung und Kultur ziehen auch junge Menschen in die Innenstadtzentren und schaffen darüber hinaus (konsumfreie) Anlaufpunkte. In diesem Sinne wird das ehemalige Karstadt-Sportkaufhaus in Lübeck in den

nächsten Jahren zu einem Schul- und Bildungsstandort entwickelt.

„Im Sinne einer vielfältigen Belegung soll in Lübeck neben den Bildungsnutzungen auch Raum für Kultur und Begegnung entstehen.“

– Heike Brons-Schnell, Stadt Lübeck (2023)

Kultur und Bildung sind in der Projektentwicklung frühzeitig mitzudenken, da einer Umsetzung oft längere Findungs- und Entscheidungsprozesse vorangehen – vor allem bei Beteiligung öffentlicher Institutionen. Gerade bei kulturellen Nutzungen sind die erzielbaren Mieten oftmals begrenzt, sodass eine Querfinanzierung mit anderen Nutzungsbausteinen mitzudenken ist. Auch kommerzielle Freizeitnutzungen können eine Marktlücke bilden. Die Boulderhalle in Karlsruhe war ohne großen Umbauaufwand in einem Kaufhausgebäude realisierbar und zieht neue Zielgruppen in die Innenstadt.

Darüber hinaus ist das Wohnen in den Innenstadtzentren ein wesentlicher Schlüssel für mehr Lebendigkeit. Die Umwandlung nicht mehr benötigter Einzelhandelsflächen ist einer von vielen Bausteinen zur Schaffung des vielerorts stark nachgefragten Wohnraums in zentralen Lagen. Mit erfolgreichen Transformationsvorhaben in Bergen op Zoom (NL), Lünen und Berlin-Lichtenberg konnte gezeigt werden, wie eine Wohnnutzung an ganz unterschiedlichen Standorten gelingen kann.

Auch öffentlich zugängliche Dachnutzungen bieten viel Potenzial, sie können aber das Leben von den Straßen und den öffentlichen Räumen wegziehen. Gleichzeitig erfreuen sie sich vielerorts großer Beliebtheit, weil sie einen neuen Blick auf die Stadt ermöglichen. Im Zuge der Transformation des früheren Karstadt-Sportkaufhauses in Lübeck ist zum Beispiel ein Schulhof als Dachnutzung angedacht. Dieser kann in den Pausen einen geschützten Raum für die Schülerinnen und Schüler

bieten und in den Abendstunden, am Wochenende und in den Ferien auch anderweitig genutzt werden. Auch rein ökologische Dachnutzungen sind denkbar und bei Neuaufbauten mit Flachdächern ohnehin vorgeschrieben, sofern keine anderweitige Dachnutzung erfolgt.

Erfolgreiche Transformationsvorhaben erfordern neue Wege der Prozessgestaltung

Umfassende Transformationsvorhaben erfordern nicht nur neue Ideen und Denkansätze mit Blick auf die Neuausrichtung der Gebäudenutzung, sondern auch hinsichtlich neuer Akteursbündnisse, Finanzierungs- und Betreibermodelle. Dazu bedarf es einer stärkeren Zusammenarbeit von Projektentwicklern und Kommunen und einer Planungsphase 0, in der sowohl die konkrete Umnutzung, das Raumprogramm und die Umbaumaßnahmen als auch mögliche Akteursbündnisse geplant werden.

In der Vergangenheit haben oftmals kleinere Unternehmen mit hohem Qualitätsanspruch und lokaler Expertise erfolgreiche Transformationsvorhaben auf den

Bild 136: Wohnen im ehemaligen V&D-Warenhaus, Bergen op Zoom (2023); Foto: Lisa Haag



Weg gebracht, wie zum Beispiel die Projekte in Halle und Oldenburg zeigen – oder die betroffenen Kommunen mit unmittelbar verbundenen Firmen beziehungsweise Tochterunternehmen.

Bei der Frage der Neuausrichtung der Immobilien sind auch jene Zielgruppen in die Planung einzubeziehen, die vom klassischen Innenstadtangebot kaum noch erreicht werden. Die Anforderungen von Jugendlichen an das innerstädtische Nutzungsgefüge und die Gestaltung und Nutzung von Gebäuden und öffentlichen Räumen können grundlegend von den Erwartungen älterer Menschen abweichen. Denn Innenstädte sind für junge Menschen Sozialraum und Treffpunkt, Raum für die Freizeitgestaltung und zum Austausch, während Konsum und Einkauf weniger im Fokus stehen. Kreative, spannende und exklusiv auf die Zielgruppe ausgerichtete Formate zur Partizipation abseits der klassischen Beteiligung können Jugendliche und Kinder in die Neuausrichtung und Umgestaltung der Innenstadtzentren einbeziehen.

„Die Perspektiven von Jugendlichen sind oft andere. Für Jugendliche ist die Innenstadt vor allem sozialer Treffpunkt und Kommunikationsort.“

– Stefan Postert, Stadt + Handel (2023)

Zwischennutzungen, insbesondere nicht-kommerzielle Angebote, können lange Leerstandszeiten bis zur Realisierung von Nachfolgenutzungen überbrücken, Gebäude zwischenzeitlich beleben und die Diskussion über die Neuausrichtung des innerstädtischen Nutzungsgefüges generell und der betroffenen Immobilien speziell unmittelbar ins Gebäude holen. Das Übergangshaus in Lübeck zeigt, wie ein solcher Prozess gestaltet werden kann und gleichzeitig neue Nutzungen im Gebäude erprobt werden können.

Immobilienwirtschaftliche Fragen bestimmen das Umnutzungsgeschehen

Gestiegene Bau- und Finanzierungskosten sowie die rückläufige Nachfrage nach Büro- und Einzelhandelsflächen beeinflussen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Transformation früherer Kauf- und Warenhäuser. Das hohe Miet- und Kaufpreisgefüge für nicht mehr nachgefragte Einzelhandelsgroßimmobilien und der hohe Investitionsbedarf in den Umbau der Gebäude stehen im Widerspruch zum Wunsch nach innovativen Innenstadtnutzungen.

„Die immobilienökonomische Umsetzbarkeit von Umnutzungsprojekten hängt stark von der Zusammenarbeit zwischen Entwickler und Stadt ab, hier braucht es insbesondere Verlässlichkeit im Planungsprozess.“

– Daniel Förste, ZIA (2023)

Gleichzeitig bietet der Umbau von Kaufhäusern nur wenig Ansätze zur Reduktion von Bau- und Planungskosten, da jedes Gebäude und jede Umnutzung jeweils einen Einzelfall bilden und Standardisierungen kaum realisierbar sind. Für die Rentierlichkeit der Projektentwicklung ist zudem die Umnutzung der Obergeschosse maßgeblich, die wesentlich zu den wirtschaftlichen Erträgen eines Projekts beiträgt.

Bild 137: Denkbar für den Phase 0-Prozess im Übergangshaus, Lübeck (2023); Foto: LTM



„Die Immobilie in Herne wurde von oben nach unten entwickelt. Das Erdgeschoss ist zwar für die Außenwirkung besonders relevant, die Nutzung der oberen Geschosse sichert jedoch die Wirtschaftlichkeit.“

– Thomas Binsfeld, Landmarken (2023)

Kommunen haben verschiedene Steuerungs- und Gestaltungsmöglichkeiten

Kommunen können im Transformationsprozess unterschiedliche Rollen einnehmen und Umnutzungen forcieren. Das stärkste Steuerungs- und Gestaltungsinstrument ist – sofern wirtschaftlich machbar – der eigene Immobilienerwerb. So erlangen Kommunen unmittelbar Zugriff und werden bestmöglich handlungsfähig. Die aktuelle Lage am Immobilienmarkt bildet eine günstige Phase, um von privaten Eigentümerinnen beziehungsweise Eigentümern Innenstadtimmobilien in zentralen Lagen zu erwerben und deren Nutzung langfristig selbst zu steuern – sei es durch einen kommunalen Zwischenerwerb und die anschließende Weiterveräußerung im Zuge von Investorenwettbewerben und Konzeptvergaben wie zum Beispiel in Herne oder durch eine Nutzung für eigene Zwecke wie in Chemnitz.

„Ein Ankauf durch die Stadt ermöglicht Handlungsfähigkeit, ist aber mit schwierigen Verhandlungen mit dem Eigentümer verbunden.“

– Christoph Hülsebusch, Stadt Oberhausen (2023)

Publikumswirksame, öffentliche Nutzungen in früheren Kauf- beziehungsweise Warenhäusern – sei es durch einen Erwerb der Gebäude oder eine Anmietung von Flächen – können dazu beitragen, Passantenfrequenzen zu stabilisieren und neue Anlaufpunkte in den Zentren zu schaffen. Die Projekte in Plauen und Chemnitz zeigen, wie die Gebäude als Verwaltungsstellen und Museen umgebaut werden können. Auch Stadtbüchereien, Bürgerbüros, Jobcenter etc. sind sinnvolle Nachnutzungen, wenn öffentliche Bedarfe zur Unter-

bringung oder Zusammenlegung bisher suboptimal verorteter oder bei Dritten kostspielig eingemieteter Einrichtungen bestehen. Das Stadtforum in den *Neuen Höfen* Herne zeigt, wie auch kleinere Restflächen durch öffentliche Akteursbündnisse für innovative Angebote und Formate entwickelt werden können.

Darüber hinaus haben die Kommunen in ihrer Rolle als Moderatoren und Vermittler, Planverfasser und Genehmigungsbehörden vielfältige Steuerungsmöglichkeiten. Dabei ist der Zugang zu den Immobilien-eigentümerinnen und -eigentümern oft mühsam und zeitaufwändig und durch unterschiedliche Denk- und Handlungslogiken geprägt. Eine enge und transparente Zusammenarbeit von Projektentwicklungsunternehmen, Kommunen und Architekturbüros schafft Verständnis für unterschiedliche Bedürfnisse und Handlungsmotivationen und kann die Umsetzung neuer Nutzungsbausteine fördern. Derzeit stehen umfassende Förderangebote von Bund und Ländern zur Verfügung, die auch im Kontext der Umnutzung früherer Einzelhandelsgroßimmobilien greifen und anstehende Transformationsvorhaben erleichtern können.

Mit Blick auf das Baurecht sind die Kommunen an die gesetzlichen Vorgaben aus dem Bauplanungs- und Bauordnungsrecht gebunden. Dennoch zeigt sich, dass die Kommunen innerhalb ihrer Handlungsmöglichkeiten sehr unterschiedlich agieren, um neuartige Nutzungsmischungen und zügige Umnutzungen zu ermöglichen. Das reicht von Ausnahmen und Befreiungen von bestehenden Bebauungsplänen bis hin zur Neuaufstellung von Bebauungsplänen.

Kommunen haben darüber hinaus Steuerungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, wenn es um die städtebaulichen Qualitäten von Projektentwicklungen geht. Haben sie selbst die Gebäude zwischenerworben,

können sie im Zuge der Weiterveräußerung der Gebäude über Investorenwettbewerbe oder Konzeptvergaben ihre Anforderungen formulieren – mit Blick auf die Gebäudenutzung, aber auch mit Blick auf die städtebauliche Gestaltung. Darüber hinaus können maßgebliche Veränderungen am städtebaulichen Erscheinungsbild mit beeinflusst werden, entsprechende Projekte in Gestaltungsbeiräten diskutiert werden etc.

„Der Umbau des Warenhauses und der Weiterbau der Stadt gingen in Groningen Hand in Hand. So wurde parallel zum Warenhausumbau aus der rückwärtigen Straße die neue innerstädtische Wissensachse – eine lebendige Adresse mit wissensaffinen Funktionen und dem Groot Handelshuis als Magneten.“

– Matthias Rottmann, DeZwarteHond (2023)

An vielen Standorten gehen mit der Umnutzung früherer Kauf- und Warenhäuser städtebauliche Aufwertungen einher – am Gebäude selbst, aber auch im Umfeld wie zum Beispiel in Lünen. Ohnehin attraktive Innenstadtzentren mit gut gestalteten öffentlichen Räumen können Umnutzungen fördern und das Interesse potenzieller Investoren wecken. Im Sinne einer integrierten (Innen-)Stadtentwicklung ist die Transformation der Gebäude jeweils in eine Gesamtstrategie einzubetten, die sowohl funktionale als auch städtebauliche Aspekte umfasst.

11.2 Transformation des Gebäudebestands

Kauf- und Warenhäuser zeichnen sich durch räumliche Eigenschaften aus, die sie von den meisten anderen Gebäuden deutlich unterscheiden. Vor allem sind die hohen Raumhöhen zu nennen sowie die weitläufigen Geschossflächen. Neben diesen für alle Kauf- und Warenhäuser typischen Eigenschaften, verfügt jedes Gebäude zudem über individuelle Eigenschaften hinsichtlich seiner Einbindung in den Stadtraum, seiner besonderen Fassade, individuellen Treppenanlagen oder Parkbeziehungsweise Tiefgaragen. Soll ein Kauf- oder Warenhaus umgebaut werden, müssen diese spezifischen Gebäudemerkmale von Beginn an in die Planung einbezogen werden. Nur dann kann der Umbau aus wirtschaftlicher, ökologischer und gegebenenfalls aus denkmalpflegerischer Sicht erfolgreich sein.

Grundsätzlich gilt also, dass jedes Kauf- oder Warenhaus als Einzelfall betrachtet werden muss, um ein passendes Nachnutzungs- und Umbaukonzept entwickeln zu können. Zu sehr unterscheiden sich die Gebäude voneinander und zu verschieden sind die Ansprüche und Möglichkeiten der Bauherren, als dass universelle Aussagen über die Umbaumöglichkeiten von Kauf- und Warenhäusern getroffen werden könnten. Es gibt jedoch bauliche Merkmale, die sich bei allen Kauf- und Warenhäusern finden lassen und die zumindest eine grobe Einschätzung über die Möglichkeiten eines Umbaus erlauben. Diese Merkmale wurden bereits auf den Seiten 29 bis 32 in einer Übersicht dargestellt und in den Steckbriefen immer wieder aufgegriffen. Im Folgenden soll zusammenfassend beschrieben werden, welche Auswirkungen diese Merkmale auf die Umnutzung und den Umbau haben können.

Bild 138: Warenhaus Galeria, Berlin (2022); Foto: Ines Dobosic



Licht, Luft und Lage: Das passende Umbaukonzept finden

Die städtebauliche Integration – also die Art und Weise, wie ein Gebäude in sein bauliches Umfeld eingefügt ist – hat weitreichende Konsequenzen für die Nachnutzung von Kauf- und Warenhäusern. Gebäude, die an mehreren Seiten an die benachbarten Bestandsgebäude angebaut sind und daher nur eingeschränkt von außen belichtet und belüftet werden können, sind für Nachnutzungen, die auf Tageslicht angewiesen sind, wie Wohn- und Büronutzung, nur bedingt geeignet. Diesem Nachteil kann durch den nachträglichen Einbau von Lichthöfen Abhilfe geschaffen werden. Wie verschiedene Umbauprojekte zeigen (s. Fallbeispiel #04), kann der Einbau von Lichthöfen dafür genutzt werden, die Raumtiefen zu verringern und die Belichtung der Geschossflächen an die neuen Anforderungen anzupassen.

Auch freistehende Gebäude eignen sich nicht uneingeschränkt für Wohn- oder Büronutzungen, weil Kauf- und Warenhäuser im Allgemeinen über große Raumtiefen verfügen, die nicht ausreichend über die Fassaden belichtet werden können. Neben dem Einbau von Lichthöfen kann die Belichtung solcher Gebäude auch durch Einschnitte in den Fassaden verbessert werden (wie z. B. beim UP! in Berlin). Neben der Verringerung von Raumtiefen trägt diese Maßnahme außerdem dazu bei, die Fensterfläche an der Außenfassade zu vergrößern und dadurch den Lichteinfall zu erhöhen, die Lärmbelastung durch die Umlenkung von Schall zu absorbieren und je nach Gestalt der Einschnitte qualitativ hochwertige private Außenräume zu schaffen.

Optische und energetische Aufwertung

Die Fassaden gehören zu den auffälligsten Bauelementen in der Geschichte der Kauf- und Warenhäuser. Über die Fassaden konnten die Warenhausunternehmen zum

Ausdruck bringen, welche Ansprüche sie mit ihren Häusern vertraten. Orientierten sie sich in den Anfängen der Kauf- und Warenhäuser noch stark an der Fassadengestaltung anderer Repräsentationsbauten, rückten in den späteren Epochen andere Motive, wie zum Beispiel der technologische Fortschritt, die Corporate Identity oder die Nachhaltigkeit in den Vordergrund. In diesem Sinne waren die Fassaden von Kauf- und Warenhäusern immer ein Spiegel ihrer Zeit und wurden im Laufe der Zeit vielfach angepasst.

Die Frage nach dem richtigen Ausdruck stellt sich auch beim Umbau ehemaliger Kauf- und Warenhäuser. Um diese Frage beantworten zu können, muss zunächst geklärt werden, ob die Fassade denkmalgeschützt ist oder in absehbarer Zeit unter Schutz gestellt wird. In diesem Fall ist in Abstimmung mit der zuständigen Denkmalbehörde abzuklären, in welcher Weise Anpassungen an der Fassade vorgenommen werden können (z. B. Wärmeschutzmaßnahmen), ohne das ursprüngliche Erscheinungsbild des Gebäudes zu beeinträchtigen.

Neben dem Denkmalschutz entscheidet vor allem die Konstruktionsweise darüber, auf welche Weise eine Fassade angepasst werden kann oder erneuert werden muss.

Bild 139: Bürohaus UP!, Berlin (2024); Foto: Ines Dobosic



Welcher Weg der richtige ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab: Erstens ist zu prüfen, wie die Fassade an die geltenden Anforderungen des Wärmeschutzes angepasst werden kann. Handelt es sich um eine Vorhangfassade, wie sie bei den meisten Kauf- und Warenhäusern der Nachkriegszeit üblich war und steht diese Fassade nicht unter Denkmalschutz, lassen sich die energetischen Anforderungen in der Regel besser und kostengünstiger durch eine neue Fassade erfüllen. Da eine Vorhangfassade keine tragende Funktion hat, kann sie entfernt werden, ohne die Tragfähigkeit des Gebäudes zu beeinträchtigen. Anders verhält es sich bei Loch- oder Pfeilerfassaden, wie sie insbesondere bei Kauf- und Warenhäusern der ersten Epoche üblich waren. Hier ist im Einzelfall zu prüfen, wie sich die oben beschriebenen Anforderungen erfüllen lassen.

„Wir haben den Baukörper tief eingeschnitten, um eine bessere Belichtung zu gewährleisten und haben ihn mit einer völlig neuen Fassade versehen. Auf diese Weise hat das Gebäude nicht nur an Funktionalität gewonnen, sondern ein unverwechselbares Erscheinungsbild erhalten.“

– Martin Jasper, Jasper Architects (2023)

Zweitens hat die Fassade Einfluss darauf, wie gut die dahinterliegenden Geschossflächen belichtet und belüftet werden können. Ist eine Nachnutzung durch Wohnungen oder Büroflächen geplant und zählt der Bestandsbau zu den Kauf- oder Warenhäusern aus der Nachkriegszeit, bei denen die Fassaden in den Obergeschossen meistens geschlossen waren, bedarf es eines grundsätzlich neuen Fassadenkonzeptes. Eine Ausnahme bilden die Gebäude mit Gitterwerkfassaden (z. B. Horten). Hier kann das hinter der Gitterwerkfassade liegende Mauerwerk problemlos durchbrochen oder verglast werden, ohne das äußere Erscheinungsbild des Gebäudes zu beeinträchtigen.

Hohe Räume sinnvoll nutzen

Kauf- und Warenhäuser verfügen üblicherweise über lichte Raumhöhen von mehr als vier Metern. Je nach angestrebter Nachnutzung können diese Raumhöhen Vorteile oder Nachteile mit sich bringen. Im Wohn- und Bürobau gelten die Raumhöhen von Kauf- und Warenhäusern als unwirtschaftlich, da sie das bestehende Gebäudevolumen nicht optimal ausnutzen. Würde das betreffende Warenhaus abgerissen und durch einen Neubau mit geringerer Etagenhöhe ersetzt werden, so das Argument, könnten im gleichen Bauvolumen mehr Geschosse und damit mehr Miet- beziehungsweise Kauf Erlöse realisiert werden. Zum anderen haben die hohen Decken zur Folge, dass ein größeres Raumvolumen beheizt werden muss. Diesem Problem wird in vielen Fällen durch abgehängte Decken entgegengewirkt. Auch durch Hohlböden, wie sie im Bürobau häufig für die Leitungsführung Verwendung finden, kann die lichte Raumhöhe verringert werden. In diesem Fall ist aber zu beachten, dass Treppen, Fahrstühle, Brüstungen und andere Bauteile des Bestandsbaus an das neue Fußbodenniveau angepasst werden müssen.

Es gibt aber auch Nachnutzungen, für die sich die hohen Decken von Kauf- und Warenhäusern gut eignen. Eine solche Nachnutzung ist der Einzelhandel, der auf eine großzügige und einladende Raumwirkung angewiesen ist. Außerdem bieten die hohen Decken ausreichend Raum für Belichtung, Belüftung, Dekoration und Ladenbau. Auch für Nachnutzungen aus den Bereichen Gastronomie, Kultur, Freizeit und Bildung können die großen Raumhöhen gut geeignet sein. Wie verschiedene Umnutzungsprojekte zeigen, sind die Möglichkeiten in diesen Bereichen vielfältig: Ausstellungs-, Probe- oder Seminarräume lassen sich ebenso unterbringen wie Räume für Kindergärten, Schulen oder Freizeitgestaltung.

Eine weitaus größere Herausforderung stellen die Raumhöhen der Parkhäuser und Garagen dar. Durch die Schließung von Warenhäusern und -nennstädten angestrebte Reduzierung des Individualverkehrs, werden in Zukunft auch die dazugehörigen Parkhäuser und Garagen zur Disposition stehen. Aufgrund der niedrigen Geschosshöhen kommen die meisten Parkhäuser gemäß geltendem Recht aber nicht für Umnutzungen in Frage. Während die lichte Raumhöhe für Aufenthaltsräume je nach Bundesland mindestens zwischen 2,30 und 2,50 m betragen muss, liegen die meisten Parkhäuser darunter. Gleiches gilt auch für Tiefgaragen, die darüber hinaus über keine natürliche Belichtung verfügen. Wegen dieser Schwierigkeiten ist es naheliegend, obsolet gewordene Parkhäuser oder Garagen für ähnliche Zwecke nachzunutzen, etwa für Fahrräder, Transportfahrzeuge oder als Standorte für Car-Sharing. Vereinzelt zeigen Beispiele aber, dass eine Nachnutzung von Parkhäusern durch Einzelhandel oder Wohnen möglich ist. Auch die Aufstockung von Parkhäusern wurde bereits erfolgreich umgesetzt.

Vielseitige Stahlbetonskelettkonstruktionen

An der historischen Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser lässt sich nachvollziehen, wie Architekten und Ingenieure darum bemüht waren, immer größere und möglichst frei möblierbare Verkaufsflächen zu schaffen. Voraussetzung dafür war die Herstellung von Tragwerken mit möglichst großen Stützenabständen. Betrug dieser Abstand in den Kauf- und Warenhäusern der ersten Epoche im Durchschnitt noch 5 m, konnte er in der vierten Epoche auf durchschnittlich 10 m verdoppelt werden. Als besonders geeignet dafür erwies sich die Stahlbetonskelettkonstruktion, die sich in der Nachkriegszeit als Standard im Warenhausbau durchsetzte. Mit dieser Konstruktionsweise konnten Tragwerke errichtet werden, die sich durch große Spannweiten

bei vergleichsweise geringen Konstruktionshöhen auszeichneten.

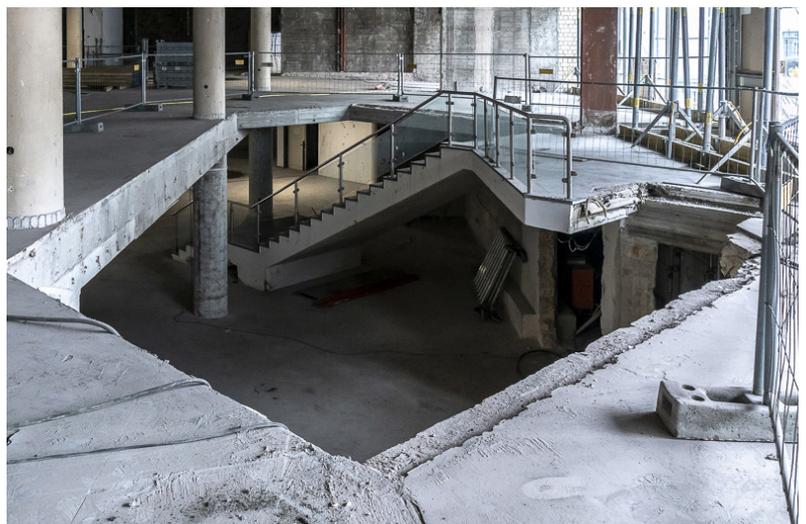
Dank der großen Abstände der Stützen und ihrer regelmäßigen Anordnung (die meisten Kauf- und Warenhäuser basieren auf einer regelmäßigen, orthogonalen Tragstruktur), sind die Tragwerke gut für Umbaumaßnahmen geeignet. Zum einen können auf den weitläufigen Geschossflächen neue Wände aufgebaut und relativ frei angeordnet werden. Zum anderen ist es auch möglich, in den Geschossflächen neue Öffnungen vorzusehen (z. B. für Lichthöfe, vertikale Erschließungen, oder Versorgungsschächte), ohne das Tragwerk dadurch zu beeinträchtigen. Auch größere Rückbaumaßnahmen sind möglich, wenn das Volumen des Bestandsgebäudes in der Höhe oder der Form angepasst werden soll.

„Wir haben zwei Lichthöfe eingebaut, um das Gebäude nutzbar zu machen. Die Konstruktion hat das gut hergegeben, wir mussten sie nur um ein paar Unterzüge ergänzen.“

– Sarah Jostameling, HPP Architekten (2023)

Denkbar ist auch der vollständige Rückbau der Obergeschosse, um auf dem verbliebenen Untergeschoss neu aufzubauen. Auf diese Weise können Grundrisse, Raumhöhen und Gebäudehülle optimal an die neuen Anforderungen angepasst werden.

Bild 140: Umbau Hertie-Warenhaus, heute Neue Höfe Herne, Herne (2019); Foto: Thomas Schmidt/Stadt Herne



In diesem Sinne kann der Neubau der Obergeschosse aus immobilienwirtschaftlicher Sicht vorteilhaft sein. Der Neubau der Gründung und der Erschließungskerne ist hingegen sehr kostspielig, was für den Erhalt dieser Gebäudeteile spricht.

„Die Nachnutzung des Untergeschosses ist in jedem Falle sinnvoll, weil man auf diese Weise auf eine gut funktionierende und abgedichtete Gründung zurückgreifen kann – zum Nulltarif.“

– Wolfgang Mairinger, Blocher Partners (2023)

Für den Bau von Stahlbetonskelettkonstruktionen sind große Mengen an Beton und Stahl erforderlich, für deren Herstellung wiederum große Mengen an Energie (*Graue Energie*) benötigt werden. Ebenso aufwändig ist die Entsorgung. Stahl wiederzuverwenden erfordert einen hohen Einsatz an Energie, Beton muss entsorgt werden. Daher ist der Erhalt dieser Tragwerke unter dem Gesichtspunkt der ökologischen Nachhaltigkeit besonders erstrebenswert.

Kostenfaktor Brandschutz

Für die Anpassung von Stahlbetonskelettkonstruktionen in Bestandsbauten ist nicht nur deren Konstruktion und Tragfähigkeit von Bedeutung, sondern auch de-

ren Verhalten im Brandfall. Entscheidend dafür ist die Dicke der Betonschicht, die den Bewehrungsstahl überdeckt und vor Hitzeeinwirkungen im Brandfall schützt. Bei älteren Konstruktionen entspricht die sogenannte Betonüberdeckung nicht mehr den heutigen Vorschriften und kann eine aufwändige Sanierung erforderlich machen.

Ein weiterer Kostenfaktor, der auf die heutigen Bestimmungen des Brandschutzes zurückzuführen ist, ist die Sicherstellung von Fluchtwegen. Welche Anforderungen an die Fluchtwege gestellt werden, hängt von der geplanten Nutzung und von den dafür geltenden Vorschriften in der jeweiligen Landesbauordnung ab. Die Erfüllung dieser Vorschriften kann erhebliche Auswirkungen auf die Gestalt der Grundrisse und auf das Erschließungskonzept des Gebäudes haben. Müssen existierende Treppenhäuser ertüchtigt werden, um den Brandschutzbestimmungen zu entsprechen oder ist der Bau von zusätzlichen Fluchttreppenhäusern erforderlich, können erhebliche Kosten entstehen.

Der Erfolg beginnt mit der Vorbereitung

Bevor der Umbau eines Kauf- und Warenhauses geplant werden kann, müssen alle erforderlichen Informationen über das Gebäude und seine Konstruktion beschafft werden. Im Idealfall gelingt es, sowohl Planunterlagen neueren Datums zu beschaffen, in denen Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen dokumentiert sind, als auch Planunterlagen aus der Entstehungszeit des Gebäudes, in denen der Ursprungszustand des Gebäudes ablesbar ist. Dies ist nicht nur hilfreich, um die konstruktiven und bauphysikalischen Eigenschaften des Gebäudes besser einschätzen zu können, sondern gibt auch Auskunft über das ursprünglich intendierte architektonische Erscheinungsbild. Diese

Bild 141: Geplanter Neubau in Holzhybridbauweise; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau



Informationen sind insbesondere dann von Bedeutung, wenn ein Kauf- oder Warenhaus unter Denkmalschutz steht.

Leider zeigt die Erfahrung, dass die Gebäude nicht immer vollständig dokumentiert sind. In diesem Fall ist es wichtig, eine umfassende Bestandsanalyse des Gebäudes vorzunehmen. Zwar verursacht eine solche Analyse zusätzliche Kosten, aber sie verringert das Risiko, während des Umbaus unvorhergesehene Probleme bewältigen zu müssen, welche die Kosten der Bestandsanalyse weit übersteigen können.

„Der Umbau eines alten Warenhauses sollte niemals ohne vorherige Bestandsanalyse durchgeführt werden. Das Risiko, dass es zu unvorhergesehenen Problemen kommt, ist einfach zu groß. Das kostet nicht nur Geld, sondern kann schlimmstenfalls zu Streitigkeiten zwischen Architekten und Bauherren führen.“

– Hanns-Peter Wulf, Bolwin Wulf Architekten (2023)

Die Bestandsanalyse sollte alle Aspekte berücksichtigen, die für die angestrebte Nachnutzung baurechtlich relevant sind. Zusätzlich und unabhängig von der Nutzung müssen Bauteile geprüft werden, die für die Tragfähigkeit und den Brandschutz des Gebäudes von Bedeutung sind oder die Schadstoffe wie Asbest oder PCB enthalten können. Ferner sollte nach langjährigem Leerstand geprüft werden, ob sich geschützte Tierarten, zum Beispiel Fledermäuse angesiedelt haben. In diesem Fall sollte mit Hilfe eines Fachgutachtens geklärt werden, wie die Beeinträchtigung der Tiere so gering wie möglich gehalten werden kann, ob ihre Quartiere erhalten werden müssen oder Ersatzquartiere geschaffen werden können.

„Fledermäuse sind nicht das, woran man beim Umbau eines Warenhauses zuerst denken würde. Aber solche Probleme sind nicht zu unterschätzen, weil sie viel Zeit beanspruchen.“

– Torsten UDING, Uding Projektmanagement (2023)

Öffentlichkeit und Nachbarschaft mit einbeziehen

Wird ein Kauf- oder Warenhaus geschlossen, sorgt das in der lokalen Öffentlichkeit für Aufmerksamkeit. Nicht selten wird die Schließung als Verlust für den Standort und für die Identität der Stadt empfunden. Kommt es zur Umnutzung beziehungsweise zum Umbau eines solchen Hauses, wird dies von der Öffentlichkeit in aller Regel mit Neugier aber auch mit Skepsis verfolgt. Die Erfahrung zeigt, dass es wesentlich zum Erfolg eines Umbauprojektes beiträgt, wenn die Emotionen der Bürgerinnen und Bürger ernstgenommen werden. Eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit und die aktive Einbindung der Öffentlichkeit in das Planungsgeschehen können wesentlich zur Akzeptanz des Projektes beitragen.

Auch bei der Durchführung des Umbaus sollten die Belastungen von Anrainerinnen und Anrainern sowie Passantinnen und Passanten genau beobachtet werden, da die Baumaßnahmen zu erheblichen Lärmemissionen und Baustellenverkehr führen können. Da sich die meisten Kauf- und Warenhäuser in zentralen Lagen befinden, teilweise mit dichter Nachbarbebauung und engen Straßen, sind ein sorgfältiges Baustellenmanagement und eine transparente Baustellenkommunikation besonders wichtig.

Bild 142: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Lünen (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv



Fazit und Ausblick: Neues Leben in zentralen Lagen

Unsere Innenstadtzentren waren einst durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägt. Im Laufe der Jahrzehnte hat der Einzelhandel – verstärkt durch die Ansiedlung von Kauf- und Warenhäusern – weniger zahlungskräftige Nutzungen verdrängt, sodass vielerorts monostrukturelle Innenstadtzentren entstanden sind. Mit der Suburbanisierung des Einzelhandels, vor allem aber mit der Verlagerung von Einkäufen und Umsätzen in den Onlinehandel, wird die Leitfunktion des Einzelhandels zunehmend in Frage gestellt.

In vielen Zentren ist die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen bereits rückläufig, innerstädtische Funktionsverluste durch den Rückzug des Einzelhandels werden zunehmend offensichtlich. Die Kauf- und Warenhäuser sind von dieser Entwicklung besonders betroffen. Ihre Marktanteilsverluste haben bereits lange vor der Etablierung des Internets als Einkaufs- und Vertriebskanal eingesetzt. Sie werden nun durch die Umsatzdynamik im Onlinehandel weiter verstärkt, da vor allem typische Innenstadtsortimente, die den Angebotschwerpunkt der Kauf- und Warenhäuser bilden, online gekauft werden.

Ungeachtet der wirtschaftlichen Funktionsverluste besteht vielerorts Sorge vor der Schließung von Kauf- und Warenhäusern und einer Umnutzung der großen, städtebaulich markanten Gebäude. Nicht mehr nachgefragte Kauf- und Warenhausflächen bieten jedoch auch abseits des Einzelhandels vielfältige Nachnutzungsoptionen. Anhand von zwölf Steckbriefen und sechs Fallbeispielen hat die vorliegende Studie gezeigt, wie die baulich-funktionale Transformation der Gebäude gelingen und neues Leben in zentralen Lagen geschaffen werden kann.

12 Zusammenfassung

Die Entstehung der Kauf- und Warenhäuser in Deutschland geht auf die Zeit der Industrialisierung und die Belle Époque im ausgehenden 19. und beginnenden 20. Jahrhundert zurück. Nach Umsatzeinbrüchen in den 1920er und 1930er Jahren und massiven Bombardierungen im Zweiten Weltkrieg expandierten die Warenhausunternehmen vor allem in der Ersten und Zweiten Nachkriegsmoderne. In den 1970er Jahren erreichten sie den Höhepunkt der Marktdurchdringung, bevor durch das Aufkommen neuer Betriebsformen anhaltende Marktanteilsverluste einsetzten. Die Architektur hatte sich von der Belle Époque bis Ende der Zweiten Nachkriegsmoderne zunehmend vereinfacht, bis die Gebäude in der Postmoderne wieder aufwändiger gestaltet wurden.

Vor allem seit der Übernahme von Hertie durch Karstadt und Horten durch Kaufhof Mitte der 1990er Jahre hat eine erhebliche Marktberäumung stattgefunden. Die Zahl der Warenhäuser in Deutschland hat sich in der Folge auf weniger als ein Viertel des Bestands von 1994 reduziert. Allein durch die beiden Insolvenzen des Galeria-Konzerns in den Jahren 2020 und 2022 wurden 83 Warenhäuser aufgegeben. Ab Januar 2024 betreibt der Galeria-Konzern bundesweit noch 92 Filialen, deren Perspektive angesichts der neuerlichen Insolvenz des Unternehmens bei Fertigstellung des Berichts ungewiss ist. Hinzu kommen einige kleinere Warenhausunternehmen sowie diverse Mode- und Elektrokaufhäuser, viele davon in filialisierten Unternehmen aber auch einige lokale „Platzhirsche“.

Unabhängig von ihrer Entstehungsperiode sind Kauf- und Warenhäuser trotz

ihrer Monostruktur für andere Nutzungen umbaubar. In der Vergangenheit erfolgten rund 70 % aller Umnutzungen im Gebäudebestand. Der Erhalt der Gebäude schont vorhandene *Graue Energie* und schützt wertvolle Baukultur, denn Kauf- und Warenhäuser spiegeln soziokulturell und konsumsoziologisch bedeutsame Epochen der deutschen Wirtschafts- und Architekturgeschichte wider.

Anhand zahlreicher bereits umgebaute Warenhäuser wird deutlich, dass sich dieser Gebäudetyp – vor allem jene Exemplare aus der Nachkriegszeit – gut für Umnutzungen und Umbauten eignet. Insbesondere die meist einfach strukturierten Stahlbetontragwerke, die seit dem Wiederaufbau zum Standard bei Kauf- und Warenhäusern geworden sind, erlauben unterschiedlichste Formen von Anbau, Rückbau oder Aufstockung. Die hohe Traglast und die großen Spannweiten bieten viel Flexibilität bei der Anpassung an die Anforderungen neuer Nutzungen. Auch der nachträgliche Einbau von Lichthöfen, mit deren Hilfe die großen Gebäudetiefen aufgebrochen und die neuen Nutzungen mit Tageslicht versorgt werden, wurde schon mehrfach erfolgreich durchgeführt. Die Fassaden – meist Vorhangfassaden aus Glas-, Keramik- oder Betonelementen – lassen sich ebenfalls leicht anpassen oder ersetzen.

Neben den großen Raumtiefen stellen auch die Raumhöhen eine Herausforderung bei der Umnutzung dar. Für großräumige Nachnutzungen, wie zum Beispiel Ausstellungsflächen, Auditorien, Konferenz- und Seminarräume, sind die Raumhöhen von Warenhäusern gut geeignet. Für Wohn- und Büronutzungen übersteigen sie hingegen die auf dem Immobilienmarkt gängigen Maße. Die Folgen sind höhere Heizkosten für die Mietenden und eine schlechtere Rendite für die Investoren, die bei einem Neubau mehr Geschosse bei gleicher Gebäudehöhe realisieren können. In einem solchen Fall verlangt der Umgang

mit einem leerstehenden Warenhaus eine sorgfältige Abwägung zwischen ökologischen, denkmalpflegerischen und stadtbaugeschichtlichen Anforderungen auf der einen und immobilienwirtschaftlichen Interessen auf der anderen Seite.

Von großer Bedeutung für die immobilienwirtschaftliche Bewertung eines Umbaus ist auch das geltende Baurecht. Es sieht vor, dass Umbauprojekte die gleichen Standards erfüllen müssen wie Neubauprojekte. Das kann erhebliche Kosten verursachen, insbesondere bei der Erfüllung der Brandschutzvorschriften, die zum Beispiel eine aufwändige Ertüchtigung von tragenden Bauteilen oder die Herstellung neuer Fluchttreppenhäuser erforderlich machen. Während der Brandschutz auch in Zukunft eine große Herausforderung beim Umbau von Kauf- und Warenhäusern bleiben dürfte, deutet sich an, dass andere baurechtliche Vorgaben wie Stellplatznachweise, Barrierefreiheit, Schallschutz oder Abstandsflächen mit dem Ziel gelockert werden, den Umbau von Bestandsbauten zu erleichtern.

Das Nachnutzungsspektrum ist breit, es reicht von neuerlichen Einzelhandelsnutzungen über Büros, Freizeit und Sport, Kultur und Bildung, Wohnen, Gesundheit bis hin zu Hotels. Dabei ist der erneut durch Einzelhandel genutzte Flächenanteil in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken. Da die Flächenansprüche einzelner Nutzungen nicht die großen Verkaufsflächen früherer Kauf- und Warenhäuser belegen, werden verschiedene Nutzungen vielfach zu Mixed Use-Redevelopments kombiniert. Von der Warenhausschließung bis zur Realisierung einer Nachfolgenutzung vergehen im Schnitt fünf Jahre. Diese langen Transformationszeiträume spiegeln sich auch bei den zwischen 2020 und 2022 aufgegebenen Warenhäusern des Galeria-Konzerns wider: Erst an sieben dieser Standorte wurde eine Nachnutzung realisiert, weitere neun Projekte befinden sich im (Um-)Bau.

13 Ausblick und Handlungsbedarf

Die Marktsituation der Kauf- und Warenhäuser ist nach wie vor unsicher und das Schließungs- und Umnutzungsgeschehen sehr dynamisch. Mit der dritten Insolvenz des Galeria-Konzerns im Jahr 2024 zeichnen sich weitere Schließungen ab. Stand April 2024 hat sich mit Richard Baker und Bernd Beetz ein Investorenkonsortium gefunden, welches das Unternehmen aus der Insolvenz übernehmen will. Daher ist davon auszugehen, dass die Gläubigerversammlung einem Verkauf zustimmen wird. Welche Perspektiven die Fortführung des Unternehmens tatsächlich hat und ob es bei den derzeit angekündigten Schließungen bleiben wird, zeigt sich erst in Zukunft.

Die Frage der Umnutzung früherer Warenhäuser wird damit auch künftig prägend für die Transformation der Innenstadtzentren und die Neuausrichtung des innerstädtischen Nutzungsgefüges sein. Immobilienwirtschaftliche Fragen bilden den Dreh- und Angelpunkt für die Umnutzung der Gebäude. Nach wie vor hohe Kaufpreiserwartungen, ein erhebliches Investitionsvolumen in die Transformation der Gebäude und die derzeit schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen führen absehbar dazu, dass sich die Zeiträume zwischen den Geschäftsaufgaben und der Umnutzung der Gebäude weiter ausdehnen könnten.

Es zeichnet sich ab, dass Umnutzungen zukünftig noch stärker als Mixed-Use-Redevelopments realisiert werden. Dabei wird die vom Einzelhandel genutzte Fläche an den meisten Standorten nur noch einen Teil der Gebäude einnehmen, während öffentliche Nutzungen, Kultur, Bildung, Gesundheit und Wohnen weiter an Bedeutung gewinnen werden.

Angesichts der von Warenhausschließungen ausgelösten Impulswirkung ist die

Transformation der Gebäude auch eine Aufgabe für die öffentliche Hand. Die Kommunen können dabei ganz unterschiedliche Rollen einnehmen – von der Vermittlung zwischen unterschiedlichen Personen bis hin zum Kauf der Gebäude. Mit Blick auf den in vielen Innenstadtzentren sehr begrenzten Immobilienbestand in kommunaler Hand, bieten nicht mehr nachgefragte Kauf- und Warenhäuser eine gute Gelegenheit, den kommunalen Immobilienbesitz in zentralen Lagen zu erweitern, um die Flächennutzung in diesen Bereichen selbst aktiv zu steuern. Öffentliche Fördermittel können dazu beitragen, stadtgerechte, standortindividuelle Umnutzungen, die auch nicht-kommerziell genutzte Flächenanteile umfassen, zu realisieren und neue Formen der Ko-Kreation und Ko-Produktion für die Umnutzung der Gebäude zu initiieren.

Für die Überbrückung der oftmals sehr langen Übergangszeit bis zur tatsächlichen Transformation der Gebäude sind Zwischennutzungen sehr wertvoll. Sie können Gebäude und Quartiere beleben, neue Anziehungspunkte schaffen und unkonventionelle Nutzungsbausteine erproben. Kommunen können Zwischennutzungen fördern, Vermietende und Nutzungsinteressierte zusammenbringen und gegebenenfalls den Betrieb der Gebäude in der Übergangszeit übernehmen.

Wichtig ist, dass sich sowohl Kommunen als auch Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer sowie Projektentwickler von tradierten Innenstadtnutzungen mit dem Einzelhandel als Leitfunktion trennen. Denn bislang stehen nicht nur vielerorts überhöhte Miet- und Kaufpreiserwartungen für die transformationsbedürftigen Immobilien einer grundlegenden Neuausrichtung der Gebäudenutzung entgegen, sondern zuweilen auch immer noch alte Denk- und Handlungslogiken auf Seiten von Eigentümerinnen und -eigentümern, Projektentwicklern und Kommunen.

Literatur

- ARL – Akademie für Raumentwicklung in der Leibniz-Gemeinschaft (Hrsg.), 2021: Onlinehandel und Raumentwicklung: Neue Urbanität für alte Zentren. Positionspapier 127 aus der ARL. Hannover.
- Anders, S.; Kreutz, S.; Krüger, T., 2020: Corona und die Folgen für die Innenstädte. IzR – Informationen zur Raumentwicklung, 47. Jg. (4): 80–91.
- Anders, S.; Kreutz, S.; Krüger, T., 2021: Die Covid-19-Pandemie und die Innenstädte. Veränderungen und Perspektiven. PlanerIn 1-2021: 19-21.
- Architektenkammer Sachsen-Anhalt, 2013: Intecta Designkaufhaus, Halle (Saale). Zugriff: <https://www.ak-isa.de/objekt/intecta-designkaufhaus/?privacy=updated> [abgerufen am 19.09.2023].
- Auer Weber, o.J.: Museum für Archäologie Chemnitz. Zugriff: <https://www.auer-weber.de/projekte/details/museum-fuer-archaeologie-chemnitz.html> [abgerufen am 26.10.2022].
- Bahrdt, H. P., 2013: Die moderne Großstadt: Soziologische Überlegungen zum Städtebau. Wiesbaden.
- Barkey, S., 2023: Amerikanischer Ex-Präsident offenbar heimlich in Berlin. Berliner Zeitung, 16. Juni. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/news/amerikanischer-ex-praesident-barack-obama-offenbar-heimlich-in-berlin-soho-house-berlin-hotel-adlon-deloitte-li.359632> [abgerufen am 25.09.2023].
- Baron, G.; Gerold, H.; Karsten, H.; Schmidt, W., 1966: Warenhäuser. Entwicklung, Leitung, Organisation. Berlin.
- Baunetz Wissen, o.J.: Restaurierung und Umbau: Kaufhaus Samaritaine in Paris. Zugriff: <https://www.baunetzwissen.de/fassade/objekte/gewerbe-industrie/restaurierung-und-umbau-kaufhaus-samaritaine-in-paris-7735367> [abgerufen am 25.09.2023].
- Baunetz, 2021: Die Wellen der Samaritaine: Sanaa sanieren Kaufhaus in Paris. Zugriff: https://www.baunetz.de/meldungen/Meldungen-Sanaa_sanieren_Kaufhaus_in_Paris_7677320.html?action=suche&s_text=samaritaine&epp=10&backurl=https%3A%2F%2Fwww.baunetz.de%2Fmeldungen%2Fsuche.html%3Faction%3Dsuche%26s_text%3Dsamaritaine%26showa-ll%3D0%26epp%3D10 [abgerufen am 22.09.2023].
- bba – Bau – Beratung – Architektur (Hrsg.), 2006: Erneuerung City Center Oldenburg. Neuanfang. Bba Heft 5/2006: 16.
- BBC, 2016: Last Northern Ireland BHS store closes doors for good. 28. August. Zugriff: <https://www.bbc.com/news/uk-northern-ireland-37209506> [abgerufen am 22.06.2023].
- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.), 2023: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren: Überblick zum Stand der Forschung. BBSR-Online-Publikation 06/2023. Bonn.
- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.), 2022: Wohn- und Wirtschaftsimmobilien in Deutschland 2021. Bonn.
- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.), 2015: Innovationen für Innenstädte. Bonn. Zugriff: https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/sonderveroeffentlichungen/2015/InnovationenInnenstaedte_DL.pdf?__blob=publicationFile&v=1 [abgerufen am 29.05.2022].
- BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.), 2020: Umweltfußabdruck von Gebäuden in Deutschland. Zugriff: <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/bbsr-online/2020/bbsr-online-17-2020.html> [abgerufen am 29.05.2022].
- BDP, 2009: Liverpool One Book, Regeneration of a City Centre. Zugriff: https://www.bdp.com/globalassets/about/publications/liverpool_one_book.pdf [abgerufen am 21.08.2023].
- Becher, K., 2019: Heidelberg früher und heute: Erkennst Du diese Orte wieder? Heidelberg24, 20. Mai. Zugriff: <https://www.heidelberg24.de/heidelberg/heidelberg-frueher-heute-erkennst-diese-orte-wieder-eine-zeitreise-bildern-12289628.html> [abgerufen am 15.08.2023].
- Belfast City Council, 2022: Development Management Officer Report Committee Application: LA04/2022/0535/F & LA04/2022/0468/DCA - Re-cladding of the exterior of the former BHS building at 13-25 Castle Lane Belfast. Protokoll zur Ausschusssitzung des Planungsausschusses, 27.06.2022. Zugriff: <https://minutes3.belfastcity.gov.uk/ieListDocuments.aspx?Cld=167&Mld=11018> [abgerufen am 22.06.2023].
- Benjamin, W., 1982: Das Passagenwerk, Gesammelte Schriften. Tiedemann, R. (Hrsg.) Bd. 5. Frankfurt am Main.

- Berger, T.; Thabe, S., 2019: Herausforderungen und Handlungsansätze für Zentren. Bericht aus der kommunalen Praxis. Raumplanung 202 = 3/4 2019: 64–70.
- Berliner Sparkasse, 2019: Der Berliner Handel im Wandel: Neue Büros in leeren Läden? Marktbericht – Ausgabe 03/2019. Zugriff: <https://www.berliner-sparkasse.de/fi/home/produkte/gewerbliche-immobilienfinanzierung.html> [abgerufen am 22.06.2023].
- Bernold, M., 2010: Konsumkultur, Warenhaus und Geschlecht im 19. und frühen 20. Jahrhundert. In: Gschiel, C., Nimeth, U., Weidinger, L. (Hrsg.): schneiden und sammeln. Wien: 31–48.
- Bezirksamt Neukölln, 2018: Neukölln Karl-Marx-Strasse: Jung, bunt und erfolgreich. Standortexposé, 2. Fortschreibung, Oktober 2018. Zugriff: <https://www.kms-sonne.de/standortexpose/> [abgerufen am 22.06.2023].
- Bickendorf, G., 1992: Hotel, Passage, Warenhaus: Urbaner Lebensstil und neue Konsumformen. In: Framke, G. (Hrsg.): 8 Stunden sind kein Tag: Freizeit und Vergnügen in Dortmund 1870 Bis 1939. Heidelberg: 216–230.
- BMI – Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, 2021: Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim BMI. Berlin.
- BMI – Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat, 2021: Nationale Projekte des Städtebaus: Bundesprogramm 2014–2021. Berlin.
- BMVBS – Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, 2011: Weißbuch Innenstadt. Berlin.
- BMWSB – Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen, o.J.: Crimmitschau: Revitalisierung des Kaufhauses Schocken. Zugriff: <https://www.nationale-staedtebauprojekte.de/NPS/DE/Arbeitsfelder/Fallstudien/crimmitschau.html?nn=3750788> [abgerufen am 26.09.2023].
- Bolwin Wulf Architektenpartnerschaft mbB, o.J.: LA-VOLA, Landratsamt Vogtlandkreis. Berlin.
- Borrmann, A.; Mölders, D.; Wolfram, S. (Hrsg.), 2016: Konsum und Gestalt. Leben und Werk von Salman Schocken und Erich Mendelsohn vor 1933 und im Exil. Berlin.
- Borrmann, A.; Wolfram, S., 2015: Archäologie eines Kaufhauses. Konzern, Bauherr, Architekt. Das Buch zur Dauerausstellung. smac/Landesamt für Archäologie Sachsen. Dresden.
- Böttcher, E., 1987: Das Konsument-Warenhaus Berlin, Leninallee-Fennpfuhl. Architektur der DDR 36 (7): 16–21.
- Boulderwelt GmbH, 2023: Boulderwelt Karlsruhe. Klettern ohne Furcht und Tadel. <https://www.boulderwelt-karlsruhe.de/> [abgerufen am 16.01.2023].
- Breuer, J., 2019: Verloren, aber nicht vergessen: das Kaufhaus Schocken in Stuttgart: Ein Nachruf im Jubiläumsjahr des Bauhauses. Denkmalpflege in Baden-Württemberg–Nachrichtenblatt der Landesdenkmalpflege 48: 147–156.
- Briesen, D., 2001: Warenhaus, Massenkonsum und Sozialmoral. Zur Geschichte der Konsumkritik im 20. Jahrhundert. Frankfurt am Main.
- Buchler, G.; Goedert, J.; Lorang, A.; Reuter, A.; Scutp, D., 2021: Esch / Alzette: Geschichte und Architektur Stadtführer. Essen.
- Bundesanzeiger, 2022: Jahresabschluss C&A Mode GmbH & Co. KG. Bekanntmachung vom 12.04.2022.
- Bundesanzeiger, 2023: Jahresabschluss C&A Mode GmbH & Co. KG. Bekanntmachung vom 12.05.2023.
- Bundesstiftung Baukultur (Hrsg.), 2018: Baukulturbericht 2018/19. Erbe – Bestand – Zukunft. Berlin.
- Bundesstiftung Baukultur, 2022: Baukulturbericht 2022/23: Neue Umbaukultur. Zugriff: https://www.bundesstiftung-baukultur.de/fileadmin/files/BKB-22/BBK_BKB-22-23.pdf [abgerufen am 22.03.2023].
- BVR Groep, 2022: ANNO52 in Bergen op Zoom: Van warenhuis naar woongebouw. Zugriff: <https://bvr-groep.nl/bergen-op-zoom-anno-52.html> [abgerufen am 26.09.2023].
- BZ – Berliner Zeitung, 2017: Die Geschichte des Soho House in Berlin-Mitte. Berliner Zeitung, 26. Januar. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/mensch-metropole/die-geschichte-des-soho-house-in-berlin-mitte-li.70487> [abgerufen am 25.09.2023].
- Cabestan, J.-F.; Lempereur, H., 2015: La Samaritaine, un Palimpseste Urbain. AMC Architecture, 29. Januar. Zugriff: <https://www.amc-archi.com/article/la-samaritaine-un-palimpseste-urbain,1360/> [abgerufen am 22.09.2023].
- Carrigan, C., 2018: Guineys to set up in Belfast with first store in the North. Irish Independent, 22. August. Zugriff: <https://www.independent.ie/business/irish/guineys-to-set-up-in-belfast-with-first-store-in-the-north/37239094.html> [abgerufen am 22.06.2023].

- Cartmill, C., 2023: Global footwear brand Deichmann to be first tenant for Belfast's retail and leisure scheme 'The Keep', creating over 15 jobs. Belfast News Letter, 24. April. Zugriff: <https://www.belfastlive.co.uk/news/belfast-news/british-home-stores-site-belfast-24338576> [abgerufen am 22.06.2023].
- Cissek, P., 2016: Einzug ins 51-Millionen-Landratsamt in Plauen. Ostthüringer Zeitung, 14. Dezember. Zugriff: <https://www.otz.de/leben/vermishtes/einzug-ins-51-millionen-euro-landratsamt-in-plauen-id222168595.html> [abgerufen am 26.10.2022].
- Clausen, M. L., 1985: The Department Store: Development of the Type. *Journal of Architectural Education*, 39. Jg. (1): 20–29.
- Coëffé, V.; Morice, J.-R., 2020: The Parisian department store as a paradigmatic place for interactions between tourism and shopping: the production of a heterotopia. *Belgeo. Revue belge de géographie*. Zugriff: <http://journals.openedition.org/belgeo/43367> [abgerufen am 24.03.2022].
- Colomina, B., 2019: X-Ray Architecture. Zürich.
- Corscadden, J., 2022: British Home Stores site in Belfast to be transformed into retail and leisure development. BelfastLive, 28. Juni. Zugriff: <https://www.belfastlive.co.uk/news/belfast-news/british-home-stores-site-belfast-24338576> [abgerufen am 22.06.2023].
- Czerwonon, F., 2009: Halle: Intecta wird zum Design-Kaufhaus. *Mitteldeutsche Zeitung*, 14. Januar. Zugriff: <https://www.mz.de/lokal/halle-saale/halle-intecta-wird-zum-design-kaufhaus-2368262> [abgerufen am 19.09.2023].
- Däschler Architekten & Ingenieure GmbH, o. J.: Kaufhaussanierung im Sanierungsgebiet in Halle. Zugriff: <https://daeschlerarchitekten.de/0901-kaufhaussanierung/projekte/1936/> [abgerufen am 19.09.2023].
- Dashboard Deutschland, 2023: Passantenfrequenzen. Veränderungen in ausgewählten Großstädten. Zugriff: https://www.dashboard-deutschland.de/konjunktur_wirtschaft/konsum [abgerufen am 02.10.2023].
- De Brie, P., 2019: BVR Groep mikt op koopappartementen in oud V&D-pand Bergen op Zoom. BN De Stem. Zugriff: <https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/bvr-groep-mikt-op-koopappartementen-in-oud-vend-pand-bergen-op-zoom~aad07500/> [abgerufen am 26.09.2023].
- Deal Magazin (Hrsg.), 2011: Karlsruhe: Geschäftshaus am Europaplatz wird revitalisiert. 17. Dezember. Zugriff: <http://www.deal-magazin.com/news/3/109384/Karlsruhe-Geschaefthaus-am-Europaplatz-wird-revitalisiert> [abgerufen am 20.09.2022].
- Delitz, H., 2012: Gebaute Begehrlichkeit Zur Architektursoziologie der Konsumgesellschaft in Deutschland. In: Hellmann, U.; Schrage, D. (Hrsg.): *Das Management der Kunden: Studien zur Soziologie des Shopping*. Wiesbaden: 39–66.
- DFS Group Ltd., 2023: History. Zugriff: <https://www.dfs.com/en/samaritaine/about-store/history> [abgerufen am 22.09.2023].
- Dietrich, J.; Geßner, L.; Nithsce, J.; Sikora, B., 2020: *Der Bauhausstil: Markenzeichen des Warenhauskonzerns Schocken*. Herausgeber: Deutscher Werkbund Sachsen e.V. Leipzig.
- Diringer & Scheidel GmbH & Co. Beteiligungs KG, 2021: Geschäftshaus am Europaplatz wird revitalisiert. 17. Dezember. Zugriff: <https://www.dus.de/presse/pressemitteilungen/geschaefthaus-am-europaplatz-wird-revitalisiert> [abgerufen am 20.09.2022].
- Diringer & Scheidel GmbH & Co. Beteiligungs KG, 2022: Bauprojekt in N7: Stärkere Verbeugung vor der Historie. 10. März. Zugriff: <https://www.dus.de/presse/pressemitteilungen/bauprojekt-in-n7-staerkere-verbeugung-vor-der-historie-1> [abgerufen am 12.04.2023].
- Dobberke, C., 2005: Berlin: Die Geschäfte ändern sich. *Tagesspiegel*, 29. Juli. Zugriff: <https://www.tagesspiegel.de/berlin/die-geschafte-aendern-sich-1242991.html> [abgerufen am 12.09.2023].
- DST – Deutscher Städtetag (Hrsg.), 2021: *Zukunft der Innenstadt*. Positionspapier des Deutschen Städtetages. Berlin/Köln.
- Eberhardt, J. 2013: Studie zur Arisierung in Mannheim. *Die Uni hängt Heinrich Veters Porträt ab*. *Stuttgarter Zeitung*, 04. April. Zugriff: <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.studie-zur-arisierung-in-mannheim-die-uni-haengt-heinrich-veters-portraet-ab.af1e255d-578a-419b-8afa-8f4789733144.html> [abgerufen am 12.04.2023].
- EiSat GmbH, o. J.: „Soho House“ in Berlin-Mitte. Zugriff: <https://eisat.de/projekte/soho-house-in-berlin-mitte> [abgerufen am 25.09.2023].
- Erbstößer, P., 1979: *Warenhaus und Stadtstruktur*. Dissertation. Hannover.
- Esch2022, 2023: Esch2022: Letzte Bilanz der Europäischen Kulturhauptstadt. Pressemitteilung, 23. Dezember.

- Mai 2023. Zugriff: <https://www.mynewsdesk.com/de/esch2022/pressreleases/esch2022-letzte-bilanz-der-europaeischen-kulturhauptstadt-3254475> [abgerufen am 22.08.2023].
- Falgowski, M., 2011: Kreativ-Kaufhaus der schönen Dinge. *Mitteldeutsche Zeitung*, 25. Oktober.
- Falgowski, M., 2012: Hereinspaziert! *Mitteldeutsche Zeitung*, 12. Oktober.
- Färber, D., 2018: Wird das Intecta Kunsthalle? *Mitteldeutsche Zeitung*, 02. Oktober. Zugriff: <https://www.mz.de/lokal/halle-saale/lang-diskutiertes-projekt-wird-design-kaufhaus-intecta-zu-halles-kunsthalle-1488244> [abgerufen am 19.09.2023].
- Fietz, K., 2009: Halle: Janis Kapetsis und der Aufbau Ost. *Mitteldeutsche Zeitung*, 3. September. Zugriff: <https://www.mz.de/lokal/halle-saale/halle-janis-kapetsis-und-der-aufbau-ost-2393282> [abgerufen am 19.09.2023].
- Frei, H. 1997: Tempel der Kauflust. Eine Geschichte der Warenhauskultur. Leipzig.
- Future Belfast, 2022: The Keep. 27. Juni. Zugriff: <https://www.futurebelfast.com/property/the-keep/> [abgerufen am 22.06.2023].
- GBP Architekten, o.J.: Soho House Berlin. Revitalisierung. Zugriff: <https://www.gbp-architekten.de/projekte/projekt/soho-house.html> [abgerufen am 25.09.2023].
- Gerlach, S., 1988: Das Warenhaus in Deutschland: seine Entwicklung bis zum Ersten Weltkrieg in historisch-geographischer Sicht. Wiesbaden, Stuttgart.
- GIF – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (Hrsg.), 2014: Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Wiesbaden.
- Goetz, M., 2021: „Konschthal Esch“ / Ein Überraschungsspaziergang. *Tageblatt Letzeburg*, 1. Oktober. Zugriff: <https://www.tageblatt.lu/nachrichten/luxemburg/ein-ueberraschungsspaziergang/> [abgerufen am 22.08.2023].
- Göhre, P., 1907: Das Warenhaus. Literarische Anstalt Rütten und Loening. Frankfurt am Main,
- Golański, M., 2022: Advances in Digital Design and Fabrication of Wooden Architecture. *ARCHITECTURAE ET ARTIBUS* 14: 37–54.
- Gouveia, F., 2023: H&M to open store in Belfast city centre's latest retail development. *Belfast Telegraph*, 18. September. Zugriff: <https://www.belfasttelegraph.co.uk/business/northern-ireland/handm-to-open-store-in-belfast-city-centres-latest-retail-development/a306797844.html> [abgerufen am 18.09.2023].
- Grafe, C.; Rieniets, T. mit Baukultur Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), 2020: Umbaukultur – Für eine Architektur des Veränderns. Bönen/Westfalen.
- Grinöt, A., 1997: Geschichte und Entwicklungstendenzen des Warenhauses unter besonderer Berücksichtigung seiner Absatzstrategien. Dissertation. Göttingen.
- Grosfeld Bekkers van der Velde Architekten, o.J.: Woongebouw ANNO52, Bergen op Zoom: Transformatie van een oud V&D pand. Zugriff: <https://grosfeldbekkersvandervelde.nl/portfolio/woongebouw-anno52/> [abgerufen am 26.09.2023].
- Grunsky, E., 1979: Das ehemalige Warenhaus Knopf (heute Karstadt) in Karlsruhe. *Denkmalpflege in Baden-Württemberg – Nachrichtenblatt der Landesdenkmalpflege* 8: 57–64.
- Haase, N., 2016: Zur Nachnutzung des früheren Kaufhauses Schocken im Kontext der Erinnerungskultur und auswärtiger Kulturbeziehungen. In: Borrmann, A.; Mölders, D.; Wolfram, S. (Hrsg.), 2016: Konsum und Gestalt. Leben und Werk von Salman Schocken und Erich Mendelsohn vor 1933 und im Exil. Berlin.
- Habel, R., 2012: Berliner City-Architektur (1871–1933). *ICOMOS–Hefte des Deutschen Nationalkomitees* Bd. 54: 195–203.
- Hahn Gruppe, 2023: Retail Real Estate Report 2023/24. Bergisch Gladbach.
- Hangebruch, N., 2009a: Viele aufgegebene Warenhäuser stehen jahrelang leer. *Immobilien Zeitung*, H. 50: 10.
- Hangebruch, N., 2009b: Die Krise der Warenhäuser als Herausforderung für die Stadtentwicklung. *Tagungsband (Teil 2) zum Symposium Stadthandel*. 02.-03.07.2009. Universität Trier: 25–36.
- Hangebruch, N., 2010a: Belebung ehemaliger Warenhausstandorte. *Der Städtetag*, H. 6: 18–20.
- Hangebruch, N., 2010b: Warenhausimmobilien: Leerstand und kein Ende in Sicht? *RaumPlanung*, H. 152: 219–224.
- Hangebruch, N., 2010c: Breite Palette von Nutzungsmöglichkeiten. *Revitalisierungsstrategien für ehemalige Warenhausstandorte*. *Stadt und Gemeinde*, H. 7–8: 317–319.

- Hangebruch, N., 2012: Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und ihre Konsequenzen für die Nachnutzung ehemaliger Kauf- und Warenhausstandorte. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern! = Arbeitsberichte der ARL 2, Hannover: 22–29.
- Hangebruch, N., 2014: Perspektiven für aufgegebenen Warenhausstandorte. *RaumPlanung* 176, H. 6: 66.
- Hangebruch, N., 2020a: Transformation ehemaliger Warenhausstandorte. Ideen für nicht mehr benötigte Handelsflächen. *Stadtbauwelt*, H. 228 = *Bauwelt*, H. 26: 30–37.
- Hangebruch, N., 2020b: Neue Perspektiven für alte Warenhäuser. Ein Blick auf die Mittelstädte. *Forum Stadt*, 47. Jg. (2): 141–154.
- Hangebruch, N., 2020c: The clue is the mix: multifunctional re-uses in former retail real estate properties. *Urban Design and Planning*, 173. Jg. (5): 171–181.
- Hangebruch, N., 2020d: Wohnen in ehemaligen Einzelhandelsimmobilien? Erfahrungen aus der Umnutzung aufgebener Warenhäuser. *RaumPlanung* 206, H. 2/3: 40–47.
- Hangebruch, N., 2021: Eine Frage der Mischung. Von monofunktionalen Handelsimmobilien zu multifunktionalen Stadtbausteinen. *RaumPlanung* 213, H. 5: 69–72.
- Hangebruch, N., 2023: Übergangszeit. Zur Zwischenutzung von Kauf- und Warenhäusern. In: *Come Together Projekte e.V. 2023: Transurban Residency 2023*. Urban Art in NRW, Köln: 46–50.
- Hangebruch, N.; Haag, L., 2024: Transformation früherer Warenhäuser. Ein Blick in die Niederlande und Parallelen zu Deutschland. *Forum Wohnen und Stadtentwicklung*, H. 01/2024: 2–6.
- Hangebruch, N.; Othengrafen, F., 2022: Resilient Inner Cities. Conditions and Examples for the Transformation of Former Department Stores in Germany. *Sustainability* 14. Jg. (14), 8303: 1–25. Zugriff: <https://doi.org/10.3390/su14148303> [abgerufen am 02.10.2023].
- Hansestadt Lübeck, 2023: Vorlage – VO/2023/12242, Betreff: Projekt „Karstadt Mixed-Use-Konzept – Zwischennutzung 2023-2025“ Königstraße 52-56, 23552 Lübeck. Vorlage für die 82. Sitzung des Hauptausschusses am 06.06.2023. Unverändert beschlossen. Zugriff: <https://www.luebeck.de/de/rathaus/politik/pil/bi/vo020.asp?VOLFDNR=1013745> [abgerufen am 08.10.2023].
- Harvey, D., 2003: *Paris, Capital of Modernity*. New York, London.
- HDE – Handelsverband Deutschland, 2023a: *Online-Monitor 2023*. Berlin.
- HDE – Handelsverband Deutschland, 2023b: *Zahlen-spiegel 2023*. Berlin.
- HDE – Handelsverband Deutschland 2023c: Einzelhandel in Deutschland verliert 2023 voraussichtlich 9.000 Geschäfte – Handelsverband fordert Gründungsoffensive. Pressemitteilung vom 24.04.2023. Berlin. Zugriff: <https://einzelhandel.de/presse/aktuellemeldungen/14133-einzelhandel-in-deutschland-verliert-2023-voraussichtlich-9-000-geschaefte-handelsverband-fordert-gruendungsoffensive> [abgerufen am 02.10.2023].
- Hessert, G., 2012a: *Zukunft der Warenhausstandorte in Deutschland*. Leipzig.
- IFH – Institut für Handelsforschung, 2023: *Vitale Innenstädte 2022*. Köln.
- Imorde, J., Junker, R., 2014: Shoppen ja, aber nur nicht im Warenhaus. *IzR – Informationen zur Raumentwicklung*, 41. Jg. (1): 49–54.
- Irrgang, T., 1980: *Deutsche Warenhausbauten - Entwicklung und heutiger Stand ihrer Betriebs-, Bau- und Erscheinungsformen*. Dissertation. Berlin
- Isaurralde, R., 2021: Modern inheritance of a forgotten architecture. *De Bijenkorf by Willem Dudok*. Metalocus, 01.November. Zugriff: <https://www.metalocus.es/en/news/modern-inheritance-a-forgotten-architecture-de-bijenkorf-willem-dudok> [abgerufen am 15.08.2023].
- James, K., 2019: From Messel to Mendelsohn: German department store architecture in defence of urban and economic change. In: Crossick, G., Jaumain, S. (Hrs.), *Cathedrals of Consumption*. London: 252–278.
- Jürgens, H., 2007: *Intecta unter dem Hammer / Heute Termin zur Zwangsversteigerung – 1901/02 als Textilkaufhaus entstanden*. *Mitteldeutsche Zeitung*, 20. Februar.
- K101 GmbH & Co. KG, 2023: *KALLE ist für alle da!* Zugriff: <https://www.kalle-neukoelln.com/> [abgerufen am 22.06.2023].
- ka-news GmbH (Hrsg.), 2008: *Altes Breuninger-Gebäude*. 15. Juli. Zugriff: <https://www.ka-news.de/wirtschaft/regional/altes-breuninger-gebäude-art-101498> [abgerufen am 20.09.2022].

- ka-news GmbH (Hrsg.), 2009: Ehemaliges Breuninger-Gebäude: Erst renovieren, dann vermieten. 27. Januar. Zugriff: <https://www.ka-news.de/region/karlsruhe/ehemaliges-breuninger-gebäude-erst-renovieren-dann-vermieten-art-139153> [abgerufen am 20.09.2022].
- ka-news GmbH (Hrsg.), 2010a: Traditionskaufhaus erhält neues Gesicht. 12. März. Zugriff: <https://www.ka-news.de/region/karlsruhe/traditionskaufhaus-erhaelt-neues-gesicht-art-366166> [abgerufen am 20.09.2022].
- ka-news GmbH (Hrsg.), 2010b: Breuninger-Gebäude hat neue Mieter. 14. Januar. Zugriff: <https://www.ka-news.de/wirtschaft/regional/breuninger-gebäude-hat-neue-mieter-art-333272> [abgerufen am 20.09.2022].
- Kaposty, S., 2016: „101 Neukölln“ – Neustart im Kaufhaus. Broadway. Das Magazin der [Aktion! Karl-Marx-Straße] – N° 8 2016/2017. Herausgeber: Bezirksamt Neukölln. Zugriff: <https://www.kms-sonne.de/broadway-8/101-neukoelln> [abgerufen am 22.06.2023].
- Karlsruhe-Insider.de (Hrsg.), 2022: Neue Mega-Attraktion entsteht direkt am Karlsruher Europaplatz. 07. Juni. Zugriff: <https://www.karlsruhe-insider.de/karlsruhe/neue-mega-attraktion-entsteht-direkt-am-karlsruher-europaplatz-101013> [abgerufen am 06.09.2022].
- Kaufhaus Schocken Crimmitschau GbR, o.J.a: Das ehemalige Kaufhaus SCHOCKEN Crimmitschau – ein Gebäude mit Historie und Zukunft. Zugriff: <https://www.schocken-crimmitschau.com/historie> [abgerufen am 26.09.2023].
- Kaufhaus Schocken Crimmitschau GbR, o.J.b: Kunst am Bau: Nichtoffener anonymer Kunst-am-Bau-Wettbewerb entschieden. Zugriff: <https://www.schocken-crimmitschau.com/kunst-am-bau> [abgerufen am 26.09.2023].
- Keijzer, F., 2023: Form follows function in de transformatie van de V&D in Bergen op Zoom. De Architect, 25. Januar. Zugriff: <https://www.dearchitect.nl/278890/form-follows-function-in-de-transformatie-van-de-vd-in-bergen-op-zoom> [abgerufen am 26.09.2023].
- Kessler, J.; Haak, A., o.J.: Department Store de luxe: Das ist das neue La Samaritaine. TextilWirtschaft. Zugriff: <https://www.textilwirtschaft.de/business/stores/lvmh-luxuskaufhaus-in-paris-department-store-de-luxe-das-ist-das-neue-la-samaritaine-231273> [abgerufen am 22.09.2023].
- Kiefer, C., 2019: Neue Eigentümer übernehmen CCO. Kaufvertrag für Immobilie an Heiligengeiststraße unterzeichnet – Umbau ab Herbst. Nordwest-Zeitung, 22. August: 29.
- Kiefer, P., 2022: Abriss von Galeria Kaufhof in Mannheim: Erster Mieter für Neubau steht fest – ein Handels-Riese. Mannheim 24, 18. Oktober. Zugriff: <https://www.mannheim24.de/mannheim/n7-abriss-galeria-kaufhof-rewe-kunststrasse-neubau-in-nenstadt-supermarkt-einzelhandel-diringer-scheidel-91850229.html> [abgerufen am 22.02.2023].
- Kleeve, V., 2018: Das „Soho House“ und seine Konkurrenten: In den Klubs wird es langsam zu voll. Manager Magazin, 19. April. Zugriff: <https://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/klubs-die-soho-house-kette-und-ihre-konkurrenten-a-1205730.html> [abgerufen am 25.09.2023].
- Köhler, F. W., 1997: Zur Geschichte der Warenhäuser – Seenot und Untergang des Hertie-Konzerns. Hanau.
- Köhler, M., 2021: Galeria Kaufhof war in Frankfurt eine gebaute Hoffnung. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 28. Oktober. Zugriff: <https://www.faz.net/aktuell/rhein-main/frankfurt/galeria-kaufhof-war-in-frankfurt-eine-gebaute-hoffnung-17605838.html> [abgerufen am 15.08.2023].
- Konschthal Esch, 2021a: Schaufenster 1. Zugriff: <https://www.konschthal.lu/de/ausstellungen/schaufenster-1> [abgerufen am 22.08.2023].
- Konschthal Esch, 2021b: Jeppe Hein - Distance. Zugriff: <https://www.konschthal.lu/de/ausstellungen/jeppe-hein-distance> [abgerufen am 22.08.2023].
- Konschthal Esch, 2021c: Konschthal Groovy Thursdays: In the frameworks of the exhibitions by Tina Gillen, Hsia-Fei Chang and Julia Cottin. Zugriff: <https://www.konschthal.lu/en/events/konschthal-groovy-thursdays> [abgerufen am 22.08.2023].
- Körner, G., 2020: Althoff Herne: vorgestern und gestern. Zugriff: <https://herne-damals-heute.de/digitalisate/althoff-herne-vorgestern-und-gestern/> [abgerufen am 09.10.2023].
- Krämer, S., 2010: Lichtdom und Kaufpalast. Das Warenhaus Tietz in Düsseldorf. In: Beil, R.; Stephan, R. (Hrsg.): Joseph Maria Olbrich 1867-1908. Architekt und Gestalter der frühen Moderne. Darmstadt: 363-375.
- Kühnlein, A., 2021: Das berühmteste Kaufhaus von Paris ist wieder da: La Samaritaine feiert seine Wiederöffnung. AD Magazin, 22. Juni. Zugriff: <https://www.ad-magazin.de/article/la-samaritaine-wiederöffnung> [abgerufen am 22.09.2023].
- Landesinitiative StadtBauKultur NRW (Hrsg.), 2015: Neueröffnung nach Umbau. Konzepte zum Umbau von Warenhäusern und Einkaufszentren. Gelsenkirchen.

- Landratsamt Vogtlandkreis, o.J.: Chronologie zum Landratsamtsneubau. Zugriff: <https://www.vogtlandkreis.de/index.php?ModID=7&FI-D=2752.7796.1&object=tx%7C2752.7796.1> [abgerufen am 26.10.2022].
- Lange, D., 2022: Kaufhof-Haus wird zur modernen Stadtimmoblie. *Immobilien Zeitung* 33: 22.
- Langenberg, S., 2006: Bauten der Boomjahre. Architektonische Konzepte und Planungstheorien der 60er und 70er Jahre, Dortmund: Wulff, 2006.
- Langenberg, S., 2015: In jeder Stadt (k) ein Warenhaus. In: Franz, B.; Scheuermann, I. (Hrsg.), *Strukturwandel–Denkmalwandel. Umbau, Umnutzung, Umdeutung. Jahrestagung 2015*. Dortmund: 73–81.
- Lawrence, J.C., 1990: Steel Frame Architecture versus the London Building Regulations: Selfridges, the Ritz, and American Technology. *Construction History*, Bd. 6: 23–46.
- Lenz, R., 1995: Karstadt - Ein deutscher Warenhauskonzern 1920-1950. Stuttgart.
- Lenz, T., 2011: Walhalla ist ein Warenhaus-Der hochtechnisierte Romantizismus des deutschen Kaiserreichs. *Dérive: Zeitschrift für Stadtforschung*, Bd. 43: 15-18.
- LfD – Landesamt für Denkmalpflege Sachsen, 2017: Kulturdenkmale im Freistaat Sachsen – Denkmaldokument Obj.-Dok.-Nr. 09245762.
- Lindemann, U., 2015: Das Warenhaus: Schauplatz der Moderne. Weimar.
- Markert, S., 2021: Luxuskaufhaus in Paris: La Samaritaine erstrahlt in neuem Glanz. 23. Juni. Zugriff: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/samaritaine-paris-wiedereroeffnung-101.html> [abgerufen am 22.09.2023].
- Mayer, T., 2022: Der alte Saturn am Karlsruher Europaplatz erwacht zu neuem Leben: So sieht es dort gerade aus. *Badische Neueste Nachrichten*. 03. Juni. Zugriff: <https://bnn.de/karlsruhe/karlsruhe-stadt/alter-saturn-karlsruhe-europaplatz-kletterhalle-boulevardern-umbau-dm-mieter-geschaefte> [abgerufen am 06.09.2022].
- Meißner, J., 2005: „Die Güter der modernen Kultur sind in Reichtum und Schönheit um uns her.“ Transnationale Einflüsse auf die Berliner Warenhaus-Architektur um 1900. *Jahrbuch für Wirtschafts-geschichte/Economic History Yearbook*, Bd. 46: 41–56.
- Meyer, J.; Theile, V.; Akkermann, J.; Constantinescu, D., 2005: *Weltstadthaus Peek & Cloppenburg*, Köln: Überbauung einer Hauptverkehrsader, Maßnahmen zur Anpassung des Rohbautragwerks an veränderte Randbedingungen. *Beton- und Stahlbetonbau*, Bd. 100: 812–821. Zugriff: <https://doi.org/10.1002/best.200590213> [abgerufen am 15.08.2023].
- Michel, P., 2022: Einzelhandel in Luxemburg / Unter Druck: „Die einzige Konstante im Handel ist der Wandel“. *Tageblatt Letzeburg*, 19. November. Zugriff: <https://www.tageblatt.lu/headlines/unter-druck-die-einzige-konstante-im-handel-ist-der-wandel/> [abgerufen am 22.08.2023].
- Miller, M.B., 1981: *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*. New Jersey.
- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), 2021: *Zukunft des Handels – Zukunft der Städte. Handel und Handelsstandorte in Nordrhein-Westfalen – Status quo und Perspektiven*. Düsseldorf.
- Monaghan, J., 2016: End of an era as BHS shuts shop in Belfast city centre for last time. *The Irish News*, 29. August. Zugriff: <https://www.irishnews.com/news/2016/08/29/news/end-of-an-era-as-bhs-shuts-shop-in-belfast-for-final-time-671426/> [abgerufen am 22.06.2023].
- Müller + Busmann GmbH & Co. KG, 2021: 3. Platz / Reaktivierte Zentren: Kalle Neukölln. Zugriff: <https://www.polis-award.com/teilnehmer/kalle-neukoe-lln-5769fe4b/> [abgerufen am 22.06.2023].
- MZ – Mitteldeutsche Zeitung, 2013: Wiedereröffnung Mitteldeutsche Zeitung, 27. November.
- Neiberger, C.; Hahn, B. (Hrsg.), 2020: *Geographische Handelsforschung*. Berlin, Heidelberg.
- Netzwerk Innenstadt NRW, 2023: Umgang mit leerstehenden Ladenlokalen. Handreichung des Netzwerk Innenstadt NRW. Münster.
- Newave, 2014a: Intecta-Halle: Architektur, Design & Gesundheit. Zugriff: <https://intecta-halle.de/> [abgerufen am 19.09.2023].
- Newave, 2014b: Intecta-Halle: Veranstaltungen & Märkte. Zugriff: <https://intecta-halle.de/veranstaltungen-und-maerkte/> [abgerufen am 19.09.2023].
- Oettinger Group, 2021: Rückbau der ehemaligen Saturnfiliale am Europaplatz. 23. Juli. Zugriff: <https://oettinger.group/rueckbau-der-ehemaligen-saturn-filiale-am-europaplatz> [abgerufen am 20.09.2022].
- Ostermann, I., 2019: Rotterdam – Neuerfindung einer Stadt im Wiederaufbau. *ICOMOS – Hefte des Deutschen Nationalkomitees*, Bd. 69: 87–93.

- Otten, L., 2020: Die Durchlässigkeit von Fassaden von Shopping-Malls und ihr Verhältnis zum Stadtraum. Dissertation. Berlin.
- Parnes, L., 1935: Bauten des Einzelhandels und ihre Verkehrs- und Organisationsprobleme, Dissertation. Zürich.
- Partner, M., 2022: Mehr Grün, mehr Licht. Mitten in Mannheim soll das Gebäude „New 7“ neue ökologische Standards setzen - und Wohnraum schaffen. Wormser Zeitung, 18. Januar: 15.
- Pasdermajian, H., 1954: Das Warenhaus: Entstehung, Entwicklung und wirtschaftliche Struktur. Köln, Opladen.
- Pausch, K., 2009: Kunst im Möbel-Kaufhaus. Mitteldeutsche Zeitung, 07. Oktober. Zugriff: <https://www.mz.de/lokal/halle-saale/kunst-im-mobel-kaufhaus-2488628> [abgerufen am 19.09.2023].
- Pausch, K., 2010: Schaustelle spielt Stück auf einer Baustelle / Künstler der freien Theatertruppe beleben mit „Zwei“ für kurze Zeit das marode Kaufhaus. Danach rücken die Handwerker an. Mitteldeutsche Zeitung, 14. September.
- Peppelaar, M., 2020: Veel interesse voor wonen in voormalige V&D in Bergen op Zoom. BN De Stem, 17. Februar. Zugriff: <https://www.bndestem.nl/bergen-op-zoom/veel-interesse-voor-wonen-in-voormalige-vend-in-bergen-op-zoom~a51d934a/> [abgerufen am 26.09.2023].
- Pfister, U., 2000: Vom Kiepenkerl zu Karstadt. Einzelhandel und Warenkultur im 19. und frühen 20. Jahrhundert. VSWG: Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Bd. 87: 38–66.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2022: Novi Sad, Kaunas und Esch-sur-Alzette: Europas Kulturhauptstädte 2022. Pressemitteilung vom 10. Januar 2022. Zugriff: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/europas-kulturhauptstaedte-1994514> [abgerufen am 22.08.2023].
- Preussisches Gesetz, Betr. Die Warenhaussteuer. 18.07.1900. FinanzArchiv/Public Finance Analysis. 18. Jahrg. H. 1/1901: 292-318. JSTOR. Zugriff: <http://www.jstor.org/stable/40905111> [abgerufen am 10.05.2022].
- Reink, M., 2017: Trends im Einzelhandel und räumliche Auswirkungen. Planerin6/2017. Stadt statt Handel. Die Zukunft der Handelsstadt: 5–9.
- Riedel, A., 2023: Erste Mieter schauen sich Schocken an. Freie Presse, 22. August. Zugriff: <https://www.freiepresse.de/zwickau/werdau/crimmitschau-erste-mieter-schauen-sich-im-neuen-schocken-kaufhaus-um-artikel13013299> [abgerufen am 26.09.2023].
- Riedel, A., 2019: Reference Berlin Festival: Zeigt uns dieses Festival, wie wir Mode in Zukunft wahrnehmen werden? Vogue Germany, 15. September. Zugriff: <https://www.vogue.de/mode/artikel/reference-berlin-festival> [abgerufen am 22.06.2023].
- Roach, A., 2009: Warenhäuser: Inszenierungsräume der Konsumkultur. Von der Jahrhundertwende bis 1930. In: Plumpe, W.; Lesczenski, J. (Hrsg.): Bürger-tum und Bürgerlichkeit zwischen Kaiserreich und Nationalsozialismus. Mainz: 17–30.
- Röthing, S., 2023: Ein Aufenthalt zwischen Keller und Erdgeschoss im Soho House. Berliner Zeitung, 26. Juli. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/stil-individualitaet/ein-aufenthalt-zwischen-keller-und-erdgeschoss-im-soho-house-li.350968> [abgerufen am 25.09.2023].
- Schnedler, H., 1980: Kaufhäuser. In: Architekten- und Ingenieur-Verein zu Berlin (Hrsg.): Berlin und seine Bauten. 8,A, Teil VIII Bauten für Handel und Gewerbe. Berlin: 89–139
- Schramm, C., 1995: Deutsche Warenhausbauten: Ursprung, Typologie und Entwicklungstendenzen. Aachen.
- Schultz, U., 2021: Das Pariser Kaufhaus «La Samaritaine» wurde einst von zwei Provinzlern gegründet – heute gehört es dem reichsten Mann Europas. Neue Züricher Zeitung, 13. Juni. Zugriff: <https://www.nzz.ch/feuilleton/la-samaritaine-das-pariser-kaufhaus-hat-eine-lange-tradition-ld.1629328> [abgerufen am 22.09.2023].
- Seidl, A., 2022: Alexander Scheer: „Die einzigen Ostler im Soho House arbeiten in der Küche“. Berliner Zeitung, 17. September. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/kultur-vergnuegen/kino-streaming/interview-berlin-serie-haus-der-traeume-rtl-plus-schauspieler-alexander-scheer-die-einzig-ostler-im-soho-house-arbeiten-in-der-kueche-li.267786> [abgerufen am 25.09.2023].
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen Berlin (Hrsg.), 2019: Stadtentwicklungsplan Zentren 2030. Lebendige Zentren und wohnungsnaher Versorgung für die wachsende Stadt. Berlin.
- Soho House, 2023: Soho House Berlin. Zugriff: <https://www.sohohouse.com/de/houses/soho-house-berlin> [abgerufen am 25.09.2023].
- Spoerer, M., 2016: C&A: Ein Familienunternehmen in Deutschland, den Niederlanden und Großbritannien. München.

- StadtBauKultur NRW e.V. (Hrsg) 2015: Neueröffnung nach Umbau: Konzepte zum Umbau von Warenhäusern und Einkaufszentren. Gelsenkirchen.
- Stad van licht, de vergeten Bijenkorf van Dudok, 2016. Zugriff: <https://vimeo.com/185515074> [abgerufen am 15.08.2023].
- Stadtverwaltung Crimmitschau, 2022: Umgestaltung der Badergasse beginnt. Zugriff: <https://www.crimmitschau.de/de/aktuelles-startseite/umgestaltung-der-badergasse-beginnt.html> [abgerufen am 26.09.2023].
- Sto Isoned bv, o.J.: Duurzame prefab gevels, met de vertrouwde uitstraling van weleer | ANNO 52, Bergen op Zoom. Zugriff: <https://www.gevel.nl/project/anno-52-bergen-op-zoom> [abgerufen am 26.09.2023].
- Stresemann, G., 1900: Die Warenhäuser. Ihre Entstehung, Entwicklung und volkswirtschaftliche Bedeutung. Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft 56: 696–733.
- Strohmeyer, K., 1980: Warenhäuser. Geschichte, Blüte und Untergang im Warenmeer. Berlin.
- Stürzebecher, P., 1979: Das Berliner Warenhaus: Bautypus, Element der Stadtorganisation, Raumsphäre der Warenwelt. Berlin.
- Te Veele, R., 2018: Winkels en woningen in voormalige V&D in Bergen op Zoom. Omroep Brabant, 16. Oktober. Zugriff: <https://www.omroepbrabant.nl/nieuws/2866259/winkels-en-woningen-in-voormalige-vd-in-bergen-op-zoom> [abgerufen am 26.09.2023].
- Testa, M., 2020: Das Warenhaus in der Bundesrepublik Deutschland von 1960 bis 1980: auf der Suche nach einer Integration in den urbanen Kontext. Dissertation. Stuttgart
- Teufert, T., 2013: Als die Innenstadt ihr Gesicht veränderte. Rhein-Neckar-Zeitung, 26. November. Zugriff: https://www.rnz.de/region/heidelberg_artikel,-Heidelberg-Als-die-Innenstadt-ihr-Gesicht-veraenderte-_arid,19431.html [abgerufen am 28.15.2023].
- TextilWirtschaft (Hrsg.), 1993: Oldenburg. Altes Herzie-Haus wurde renoviert. City-Center eröffnet. TextilWirtschaft Nr. 49: 29.
- Uhlig, H., 1956: Die Warenhäuser im Dritten Reich. Wiesbaden.
- Umweltbundesamt, 2023: Bauabfälle. Zugriff: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/ressourcen-abfall/verwertung-entsorgung-ausgewaehelter-abfallarten/bauabfaelle#verwertung-von-bau-und-abbruchabfallen> [abgerufen am 27.09.2023].
- Union Investment & Bulwien Gesa, 2022: Marktstudie Transformationsimmobilien 2022. Aktuelle Markttrends 2022 aus Sicht von Investoren und Projektentwicklern. Hamburg/Berlin.
- Van Kersavond, B., 2019: Preview Parkhaus Neukölln / April 2019. Urban Art Blog, 07. Juni. Zugriff: <https://www.urbanpresents.net/2019/06/preview-parkhaus-neukolln/> [abgerufen am 22.06.2023].
- Vergara, M. A., 2023: Shawn Mendes und Tommy Hilfiger im Interview: „Berlin gibt noch immer den Ton an“. Berliner Zeitung, 26. März. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/stil-individualitaet/shawn-mendes-und-tommy-hilfiger-im-interview-berlin-gibt-noch-immer-den-ton-an-li.330892> [abgerufen am 25.09.2023].
- von Schwanenflug, C., 2021: C&A schließt 13 Filialen. Immobilien Zeitung 48: 14.
- von Wussow, O. E., 1906: Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser (= Handel, Industrie und Verkehr in Einzeldarstellungen Band V). Berlin.
- Vorbringer, A.; Vergara, M. A.; Weingärtner, M., 2022: Hier liegt Ihnen die Stadt zu Füßen: Die schönsten Dachterrassen Berlins. Berliner Zeitung, 24. Juni. Zugriff: <https://www.berliner-zeitung.de/stil-individualitaet/wo-ihnen-berlin-zu-fuessen-liegt-die-schoensten-dachterrassen-der-stadt-li.238467> [abgerufen am 25.09.2023].
- Walther, J., 2023: Schocken-Umbau: Einzug ab September. Freie Presse, 10. März. Zugriff: https://www.wiso-net.de/document/FEPR__7348346 [abgerufen am 26.09.2023].
- Wasmuth, C., 2022: „Das Haus der Träume“: Die Geschichte des Kaufhaus Jonaß an der Torstraße. Tip Berlin, 16. September. Zugriff: <https://www.tip-berlin.de/kino-stream/streaming/haus-der-traueme-soho-house-kaufhaus-jonass-geschichte/> [abgerufen am 25.09.2023].
- Wettbewerbe Aktuell, 2010: Umbau ehem. Kaufhaus Horten zum zentralen Sitz des Landratsamtes Vogtlandkreis, Plauen/Deutschland. Zugriff: <https://www.wettbewerbe-aktuell.de/ergebnis/umbau-ehem-kaufhaus-horte-14097> [abgerufen am 26.10.2022].
- Whitaker, J. 2013: Wunderwelt Warenhaus – Eine internationale Geschichte. Hildesheim.
- Wiener, A., 1912: Das Warenhaus: Kauf-, Geschäfts-, Büro-Haus. 2. Auflage. Berlin.

Wilke, S., 2013. Bauabfälle. Zugriff: <https://www.umweltbundesamt.de/daten/ressourcen-abfall/verwertung-entsorgung-ausgewaehlter-abfallarten/bauabfaelle> [abgerufen am 15.08.2023].

Wolf, T.-M., 2012. Bautyp DDR-Warenhaus? Zugriff: <https://www.bpb.de/themen/deutschlandarchiv/147759/bautyp-ddr-warenhaus/> [abgerufen am 21.04.2023].

Wolf, T.-M., 2012: Bautyp DDR-Warenhaus? Deutsche Warenhausarchitektur der Nachkriegszeit im Vergleich. Zugriff: <https://www.bpb.de/themen/deutschlandarchiv/147759/bautyp-ddr-warenhaus/> [abgerufen am 18.07.2023].

Zander, P., 2022: Das Glück auf Raten: Nach „Eldorado KaDeWe“ die nächste Serie über ein Berliner Kaufhaus: „Das Haus der Träume“. Berliner Morgenpost, 19. Dezember.

Zeit Online, 2022: Galeria Karstadt Kaufhof beantragt offenbar erneut Staatshilfen. Zugriff: https://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2022-10/galeria-karstadt-kaufhof-staatshilfen-inflation?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F [abgerufen am 10.10.2023].

Videos

Veenendaal, P., 2015: City of Light. [Video]. Zugriff: <https://a-clip.de/cityoflight/> [abgerufen am 24.04.2022].

Interviews

Christian Mosar, künstlerischer Leiter Korschthal Esch, 12.08.2023, Esch-sur-Alzette

Hanns-Peter Wulf, Partner Bolwin Wulf Architekten Partnerschaft mbB, 05.06.2023, digital

Hatim Chebli, Mitarbeiter Beng Architectes Associés, 05.09.2023, digital

Heike Brons-Schnell, Leiterin Gebäudemanagement, Hansestadt Lübeck, 09.06.2023, telefonisch

Heike Brons-Schnell, Leiterin Gebäudemanagement, Hansestadt Lübeck, und Christina Friedrich, Gebäudemanagement, Hansestadt Lübeck 05.03.2024, E-Mail

Lutz Lakomski und Arndt Ulrich, Geschäftsführer GPU – Gesellschaft für Immobilien/Projektentwicklung und Unternehmensberatung GmbH, 18.07.2023, digital

Maria Borrach, Filialleiterin Sparda Bank und Communitymanagerin Blok O, 13.05.2022, digital

Robert Wurzer, Leitung Expansion und Entwicklung, Boulderwelt GmbH, 20.01.2023, digital

Rolf Scheidgen, Rolf Scheidgen Consult, 18.07.2023, digital

Sabine Wolfram, Direktorin smac – Staatliches Museum für Archäologie Chemnitz, 26.10.2022, Chemnitz

Sarah Jostameling & Jan Sauermann, HPP Architekten, 05.06.2023, digital

Stanley Fuls, Corporate Architect, Sparda Bank Berlin Brandenburg, 30.05.2023, Frankfurt (Oder)

Thomas Binsfeld, Mitglied der Geschäftsleitung und Prokurist, Landmarken AG, 15.06.2023, Herne

Tilo Gruschwitz, Sachgebietsleiter Hochbau, Amt für Gebäude- und Immobilienmanagement, Landratsamt Vogtlandkreis, 27.10.2022, Plauen

Abbildungen

Abb. 1: Übersicht aller Steckbriefe und Fallbeispiele; Grafik: Ines Dobosic/Nina Hangebruch, Bildquellen im jeweiligen Steckbrief/Fallbeispiel	8
Abb. 2: Arbeitsschritte; Grafik: Nina Hangebruch	15
Abb. 3: Einteilung nach Epochen; Grafik: Ines Dobosic	28
Abb. 4: Umbaurelevante Merkmale; Grafik: Ines Dobosic	32
Abb. 5: Entwicklung Bauabschnitte; Grafik: Ines Dobosic, Grundlage: Irrgang 1980: 26	38
Abb. 6: Grundriss, 1. Obergeschoss (drei Bauabschnitte); Grafik: Ines Dobosic, Grundlage: Weber 1978: 132-133	39
Abb. 7: Warenhausschließungen in Deutschland 10/2020-01/2024; Datenrecherche: Nina Hangebruch, Kartographie: Jutta Rönsch, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG 2021	73
Abb. 8: Infografiken zum aktuellen Umnutzungsgeschehen; Datenrecherche: Nina Hangebruch, Grafik: Lisa Haag/Nina Hangebruch	75
Abb. 9: Synopse der Steckbriefe und Fallbeispiele umgenutzter Warenhäuser; Grafik: Lisa Haag/Nina Hangebruch	81
Abb. 10: Lageplan der Gebäude (Magasins 1-4); Grafik: Lisa Haag, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0	82
Abb. 11: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0	88
Abb. 12: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage GeoSN, dl-de/by-2-0	89
Abb. 13: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	90
Abb. 14: Regelgrundriss nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	90
Abb. 15: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Kartengrundlage: GeoSN, dl-de/by-2-0	98
Abb. 16: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Kartengrundlage GeoSN, dl-de/by-2-0	99
Abb. 17: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag	100
Abb. 18: Grundriss 1. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag	100
Abb. 19: Grundriss 5. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag	100
Abb. 20: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/LGB, dl-de/by-2-0, (Daten geändert)	112
Abb. 21: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/LGB, dl-de/by-2-0, (Daten geändert)	113
Abb. 22: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	114
Abb. 23: Grundriss 1. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	114
Abb. 24: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: GEOportal NRW / Hausumringe, dl-zero-de/2.0	126
Abb. 25: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlag: GEOportal NRW / Hausumringe, dl-zero-de/2.0	127
Abb. 26: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	128
Abb. 27: Grundriss 1. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	128
Abb. 28: Grundriss 2. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	128
Abb. 29: Lage im Innenstadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: openstreetmap.org/copyright	132
Abb. 30: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: openstreetmap.org/copyright	133
Abb. 32: Grundriss Zwischengeschoss nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	134
Abb. 31: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	134
Abb. 33: Lage im Stadtkontext; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: Geoportal Berlin / ALKIS - Gebäude und Gebäudeteile, dl-de/by-2-0	140
Abb. 34: Nutzungsisometrie; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc, Kartengrundlage: Geoportal Berlin / ALKIS - Gebäude und Gebäudeteile, dl-de/by-2-0	141
Abb. 35: Grundriss EG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	142
Abb. 36: Grundriss 2. OG nach Umbau; Grafik: Lisa Haag, Emel Turunc	142

Bildnachweis

Titelbild: Umbau des früheren Quelle-Warenhauses in Berlin Neukölln zu Kalle Neukölln; Foto: MREI	Titel
Vorwort: Dr. Peter Jakubowski; Foto: Picturemakers / Düsseldorf	5
Bild 1: Eröffnung Warenhaus Schocken, Nürnberg (1926); Foto: Schocken Library Archive Jerusalem	10
Bild 2: Früheres Karstadt-Warenhaus, Hamburg-Bergedorf (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	13
Bild 3: Umbau Hertie-Warenhaus zu den Neuen Höfen, Herne (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	17
Bild 4: Karstadt-Warenhaus, Dortmund (2022); Foto: Lea Hilt	18
Bild 5: Textilkaufhaus Peek & Cloppenburg, Dortmund (2023); Foto: Lisa Haag	19
Bild 6: Au Bon Marché, Lithografie; Grafik: F. Appel	24
Bild 7: Tietz in der Leipziger Straße, Berlin (um 1900); Foto: bpk-Fotoarchiv	25
Bild 8: Marktplatz zu Lübeck, Kupferstich (um 1580); Grafik: Unbekannt / PDM 1.0	26
Bild 9: Pariser Passage, Galerie d'Orléans, Lithografie (um 1840); Grafik: Theodor Josef Hubert Hoffbauer / PDM 1.0	27
Bild 10: Karstadt am Hermannplatz, Berlin (1935); Foto: Tropea, Robert / Landesarchiv Berlin, F Rep. 290 Nr. 0072553	29
Bild 11: Karstadt, Hannover (2024); Foto: Ines Dobosic	29
Bild 12: Kaufhof, (heute UPI!) mit nicht tragenden Fassaden-elementen, Berlin (2018); Foto: Boonekamp al Günter Haase / CC BY-SA 4.0	30
Bild 13: Tietz (heute Galeria) mit Mansarddach, Düsseldorf (2005); Foto: Andreas Schwarzkopf / CC BY-SA 3.0	30
Bild 14: Merkur (heute Galeria) mit Parkhausanbau, Duisburg (2023); Foto: Jochen Tack / Alamy Stock Foto	30
Bild 15: Schocken (abgerissen) mit Treppenturm an der Außenfassade, Stuttgart (1960); Foto: Manfred Niermann / CC BY-SA 4.0	30
Bild 16: Horten (heute Kaufhof), zur Zeit des Leerstands, Hannover (2023); Foto: Tim Rieniets	31
Bild 17: Kaufhaus „Zum Strauß“ mit zentralem Lichthof, Görlitz (2006); Foto: Hans Peter Schaefer / CC BY-SA 3.0	31
Bild 18: Horten (heute Rheinisches Landestheater), Neuss (1999); Foto: Kreisarchiv	31
Bild 19: Au Bon Marché, Paris, Innenansicht mit Haupttreppe, Lithografie (1872); Foto: Charles Fichot / PDM 1.0	33
Bild 20: Grand Magasin du Printemps, Paris (um 1889) (links); Foto: Léon & Lévy	34
Bild 21: Carson, Pirie und Scott, Chicago (um 1903) (rechts); Foto: Unbekannt / PDM 1.0	34
Bild 22: Warenhaus Wertheim, Berlin (Moritzplatz) (um 1914); Foto: Max Missmann / PDM 1.0	35
Bild 23: Au Bon Marché, Paris (Ende des 19. Jhr); Foto: N.N.	37
Bild 24: Fassade, Leipziger Straße, Berlin (um 1895/1920); Foto: Franz Stoedtner / Bildarchiv Foto Marburg	38
Bild 25: Lichthof mit Kupferstatue „Die Arbeit“ (um 1900); Foto: Unbekannt / PDM 1.0	39
Bild 26: Kopfbau zum Leipziger Platz, Berlin (1926); Foto: Waldemar Titzenthaler / PDM 1.0	39
Bild 27: Nathan Israel, Berlin (um 1902-1930); Foto: Unbekannt / Leo Baeck Institute – New York Berlin	40
Bild 28: Ansicht des Berliner Kaufhaus des Westens (KaDeWe), Berlin (1907); Foto: KaDeWe Archiv / PDM 1.0	41
Bild 29: Rudolf Petersdorff Breslau (2018) (links); Foto: Peter Kuley / CC BY-SA 4.0	43
Bild 30: Herpich Söhne, Berlin (1916/1923) (rechts); Foto: Unbekannt / Bildarchiv Foto Marburg	43
Bild 31: Kaufhaus Schocken, Stuttgart (1928) (links); Foto: Bildarchiv Foto Marburg	44
Bild 32: Rolltreppe im De Bijen-korf, Rotterdam (1930) (rechts); Foto: Het Nieuwe Instituut / CC0 1.0	44
Bild 33: Kaufhaus Schocken, Stuttgart (um 1930); Foto: Arthur Ohler / Stadtarchiv Stuttgart / 2278 - FM 156/91	45
Bild 34: Karstadt, Berlin-Neukölln (um 1929); Foto: Middendorf, Erich T / Landesarchiv Berlin / F Rep. 290 (03) Nr. 0297640	46
Bild 35: De Bijenkorf, Rotterdam (1930); Foto: KLM Aerocarto / PDM 1.0	47
Bild 36: Kaufhof an der Zeil, Frankfurt; Foto: Erich Mueller-Gruenitz / Architekturmuseum der TUM / Sign. gru-20-1014	50
Bild 37: Horten, Duisburg (um 1965); Foto: Stadtarchiv Duisburg, Fotosammlung	51
Bild 38: Horten am Bismarckplatz, Heidelberg (1961); Foto: Stadtarchiv Heidelberg	55
Bild 39: Selfridges, Birmingham (2012); Foto: Bs0u10e0 / CC BY-SA 2.0	57

Bild 40: Peek & Cloppenburg - Weltstadthaus, Köln (2009); Foto: Raimond Spekking / CC BY-SA 4.0	58
Bild 41: John Lewis, Blick von Chavasse Park, Liverpool (2018); Foto: Rodhullandemu / CC BY-SA 4.0	59
Bild 42: Früheres Karstadt-Warenhaus, Trier (2023); Foto: Lisa Haag	62
Bild 43: Linden-Karree, Gelsenkirchen-Buer (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	63
Bild 44: Bewerbung des C&A-Onlineshops im Schaufenster, Dortmund (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	64
Bild 45: Online-Shopping (2020); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	65
Bild 46: Leerstehende Görtz-Filiale, Dortmund (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	66
Bild 47: Erheblicher Leerstand auch in Shopping Centern, Coens-Galerie Solingen (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	67
Bild 48: Neue Ansätze für die Nachvermietung, Wien (2018); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	68
Bild 49: Autofreier Sommer, Rathaus-Quartier Hamburg (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	69
Bild 50: Leerstand auch in guten Lagen, Neuer Wall Hamburg (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	70
Bild 51: Transformation von Karstadt zum Marktquartier, Recklinghausen (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	71
Bild 52: Früheres Kaufhof-Warenhaus, Duisburg (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	72
Bild 53: Von Kaufhof zum Königshof, Umbau im Bestand, Essen (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	76
Bild 54: Zwischennutzung durch Kultur und Kreativwirtschaft im früheren Karstadt Sporthaus, jetzt Jupiter, Hamburg (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	77
Bild 55: Erwerb des früheren Karstadt-Warenhauses in Harburg durch die Freie und Hansestadt Hamburg, Hamburg, (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	78
Bild 56: Darstellung als Steckbrief #19, Core Oldenburg (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	79
Bild 57: Historische Fassade von Henri Sauvage an der Seine, Paris (um 1900); Foto: gallica.bnf.fr / Bibliothèque nationale de France	82
Bild 58: Restaurierte Fassade des Joudain-Baus, rechts Südseite von <i>Magasin 1</i> (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	82
Bild 59: Historischer Lichthof mit restauriertem Wandbild im Jourdain-Bau (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	83
Bild 60: Fassade des SANAA-Baus an der Rue de Rivoli, im Hintergrund <i>Magasin 1</i> (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	83
Bild 61: Fassade des ehem. HO-Möbelhauses Intecta, Halle (2007); Foto: © Sicherlich / CC BY-SA 3.0	84
Bild 62: Lichthof nach der Sanierung (2012); Foto: Janis Kapetsis	85
Bild 63: Außenansicht nach Fertigstellung (2012); Foto: Janis Kapetsis	85
Bild 64: 2012 Früheres Warenhaus Julius Tietz, Plauen; Foto: N8eule78 2012 / CC BY-SA 3.0	86
Bild 65: 2022 Landratsamt Vogtlandkreis; Foto: Nina Hangebruch	87
Bild 66: Wandbespannung im Foyer des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch	89
Bild 67: Blick in den Innenhof des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch	89
Bild 68: Foyer des Landratsamtes (2022); Foto: Nina Hangebruch	91
Bild 69: Das Schocken-Warenhaus im Ursprungszustand (um 1930); Foto: Schocken Archiv Tel Aviv, Racheli Edelmann	92
Bild 70: Das Schocken-Warenhaus im Umbau (2022); Foto: Nina Hangebruch	93
Bild 71: Visualisierung Außenansicht; Grafik: PB Dietrich Architekten Ingenieure, Dipl.-Ing. Architektur Sophie Dietrich	93
Bild 72: Visualisierung des Lichthofs; Grafik: PB Dietrich Architekten Ingenieure, Dipl.-Ing. Architektur Sophie Dietrich	93
Bild 73: Haus der Reichsjugendführung (1933); Foto: Bundesarchiv, Bild 146-1993-021-16 / Klinke & Co. / CC-BY-SA 3.0	94
Bild 74: Das <i>Haus der Einheit</i> (1949); Foto: Bundesarchiv, Bild 183-S91405 / Heinz Funck / CC-BY-SA 3.0	95
Bild 75: Das Soho House Berlin (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	95
Bild 76: Eingangsbereich des Soho House Berlin (2018); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	95

Bild 77: 1930 Eröffnung Kaufhaus Schocken; Foto: Kunstbibliothek, Staatliche Museen zu Berlin	96
Bild 78: 2014 Eröffnung des smac (2022); Foto: Nina Hangebruch	97
Bild 79: (oben) Atrium mit Blick ins erste OG (2022); Foto: Nina Hangebruch	99
Bild 80: (unten) Ausstellungsraum mit geschwungener Vitrine (2022); Foto: Nina Hangebruch	99
Bild 81: Erkerausstellung zur Geschichte des Gebäudes (2022); Foto: Nina Hangebruch	101
Bild 82: Vom Kinderkaufhaus zum BLOK O (2023); Foto: Nina Hangebruch	102
Bild 83: Von Hertie zu den Neuen Höfen Herne (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	103
Bild 84: Leerstehendes V&D vor dem Umbau (2020); Foto: Peter de Brie 17-06-20	104
Bild 85: Leerstehendes V&D, Blick von Nord-Osten (2019); Foto: Grosfeld Bekkers van der Velde Architekten	104
Bild 86: Außenansicht nach Umbau (2023); Foto: Lisa Haag	105
Bild 87: Gemeinschaftlicher Hofgarten (2021); Foto: Paulien Korving	105
Bild 88: Innenansicht einer Wohnung (2021); Foto: René de Wit	105
Bild 89: Kaufhaus Schneider (1970er Jahre); Foto: Stadtarchiv Karlsruhe 8/BA Schlesiger A14a/175/1/9	106
Bild 90: Gebäude nach Umbau, u. a. mit Saturn; Foto: Monika Müller-Gmelin, Stadtverwaltung Karlsruhe	106
Bild 92: Klettern mit Blick über die Stadt; Foto: Boulderwelt Karlsruhe	107
Bild 91: Außenansicht des Gebäudes nach Umbau (2023); Foto: Sina Bundschuh	107
Bild 93: Klettern auf rund 2.000 m ² ; Foto: Boulderwelt Karlsruhe	107
Bild 94: Hertie Warenhaus (1973); Foto: Stadtmuseum Oldenburg © Oldenburgische Landschaft	108
Bild 95: City Center Oldenburg (2013); Foto: Thomas Robbin, Architektur-Bildarchiv	108
Bild 97: Coworking im CORE (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	109
Bild 96: CORE Oldenburg (2022); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	109
Bild 98: Veranstaltung im CORE (2023); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	109
Bild 99: 1963 Eröffnung Kinderkaufhaus; Foto: Stadtarchiv Frankfurt (Oder)	110
Bild 100: 2018 Eröffnung BLOK O; Foto: Nina Hangebruch (2023)	111
Bild 101: (oben) Coworking-Plätze und Foyer im EG (2023); Foto: Nina Hangebruch	113
Bild 102: (unten) Coworking-Plätze im 1. OG (2023); Foto: Nina Hangebruch	113
Bild 103: Welcome Desk und Barista im BLOK O (2023); Foto: Nina Hangebruch	115
Bild 104: Kaufhof-Warenhaus, Mannheim (2020); Foto: Diringer & Scheidel / Johannes Vogt	116
Bild 105: Aufbau des neuen, gemischtgenutzten Gebäudes; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau GmbH	117
Bild 106: Geplanter Neubau in Holzhybridbauweise; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau GmbH	117
Bild 107: Die ehemalige BHS-Filiale (2016); Foto: William Murphy / CC-BY-SA 2.0 Deed	118
Bild 108: Visualisierung der Außenansicht des <i>The Keep</i> ; Grafik: Digital Aspect, Entwurf von Like Architects	119
Bild 109: Visualisierung der Dachterrasse mit Gastronomie; Grafik: Digital Aspect, Entwurf von Like Architects	119
Bild 110: Hertie-Warenhaus Lünen (2009); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	120
Bild 112: Umbau des Hertie-Warenhauses (2014); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	121
Bild 113: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Blick vom Willy-Brandt-Platz (2017); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	121
Bild 111: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Blick vom Rathaus (2017); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	121
Bild 114: Neueröffnung des Quelle-Warenhauses (1971); Foto: Museum Neukölln	122
Bild 115: Schnäppchen Center Karl-Marx-Straße (2016); Foto: Schilp	122
Bild 116: Visualisierung der Fassade zur Karl-Marx-Straße (2020); Grafik: MREI	123
Bild 117: Parkhaus an Ganghofer- und Donaustraße (2014); Foto: Jens Holzapfel	123
Bild 118: Visualisierung des umgebauten Parkhauses (2020); Grafik: MREI	123
Bild 119: Althoff-Warenhaus (1960er); Foto: fotografiert von Stadtarchiv Herne durch Sebastian Becker/ Baukultur NRW	124
Bild 120: 2021 Neue Höfe Herne; Foto: Nina Hangebruch, Archiv	125
Bild 121: Blick in eines der beiden Atrien (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	126

Bild 122: Blick aus der Von-der-Heydt-Straße auf das Gebäude (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	129
Bild 123: Kanschthal vor dem Umbau, mit Schriftzug des Möbelhauses Espace Lavandier (2021); Foto: © Emile Hengen	130
Bild 124: Oktober 2021 Eröffnung der Kanschthal Esch (2023); Foto: Lisa Haag	131
Bild 126: (oben) Kanschthal, Ausstellung Distance von Jeppe Hein (2022); Foto: © Christof Weber	133
Bild 125: (unten): Niedriger Ausstellungsraum mit Stahlträgern (2022); Foto: Lisa Haag	133
Bild 127: Kanschthal Galerien als Ausstellungsfläche, Ausstellung Flying Mercury von Tina Gillen (2022); Foto: © Christof Weber	135
Bild 128: Ehemaliges Karstadt-Sporthaus Lübeck (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	136
Bild 129: Information über den Transformationsprozess <i>Übergangsweise</i> im Übergangshaus (2023); Foto: LTM	137
Bild 130: Konzert im Übergangshaus (2023); Foto: LTM	137
Bild 131: 2010 Leerstehendes Kaufhof Warenhaus; Foto: Nina Hangebruch, Archiv	138
Bild 132: 2013 Fennpfuhl-Carree; Foto: Nina Hangebruch, Archiv	139
Bild 134: Blick auf die Großwohnsiedlung am Fennpfuhl (2013); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	141
Bild 133: Erhalt der Treppenhäuser aus Warenhauszeiten (2013); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	141
Bild 135: Ladenleerstand, Malmö (2021); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	144
Bild 136: Wohnen im ehemaligen V&D-Warenhaus, Bergen op Zoom (2023); Foto: Lisa Haag	147
Bild 137: Denkbar für den Phase 0-Prozess im Übergangshaus, Lübeck (2023); Foto: LTM	148
Bild 138: Warenhaus Galeria, Berlin (2022); Foto: Ines Dobosic	150
Bild 139: Bürohaus UP!, Berlin (2024); Foto: Ines Dobosic	151
Bild 140: Umbau Hertie-Warenhaus, heute Neue Höfe Herne, Herne (2019); Foto: Thomas Schmidt/Stadt Herne	153
Bild 141: Geplanter Neubau in Holzhybridbauweise; Grafik: Blocher Partners Architekten, Diringer & Scheidel Städtebau	154
Bild 142: Wohn- und Geschäftshaus am Markt, Lünen (2019); Foto: Nina Hangebruch, Archiv	155

