

1 WARENHAUS KNOPF
in Karlsruhe. Die Fassade zur
Kaiserstraße. Abbildung aus
dem Jahre 1915.



Eberhard Grunsky: Das ehemalige Warenhaus Knopf (heute Karstadt) in Karlsruhe

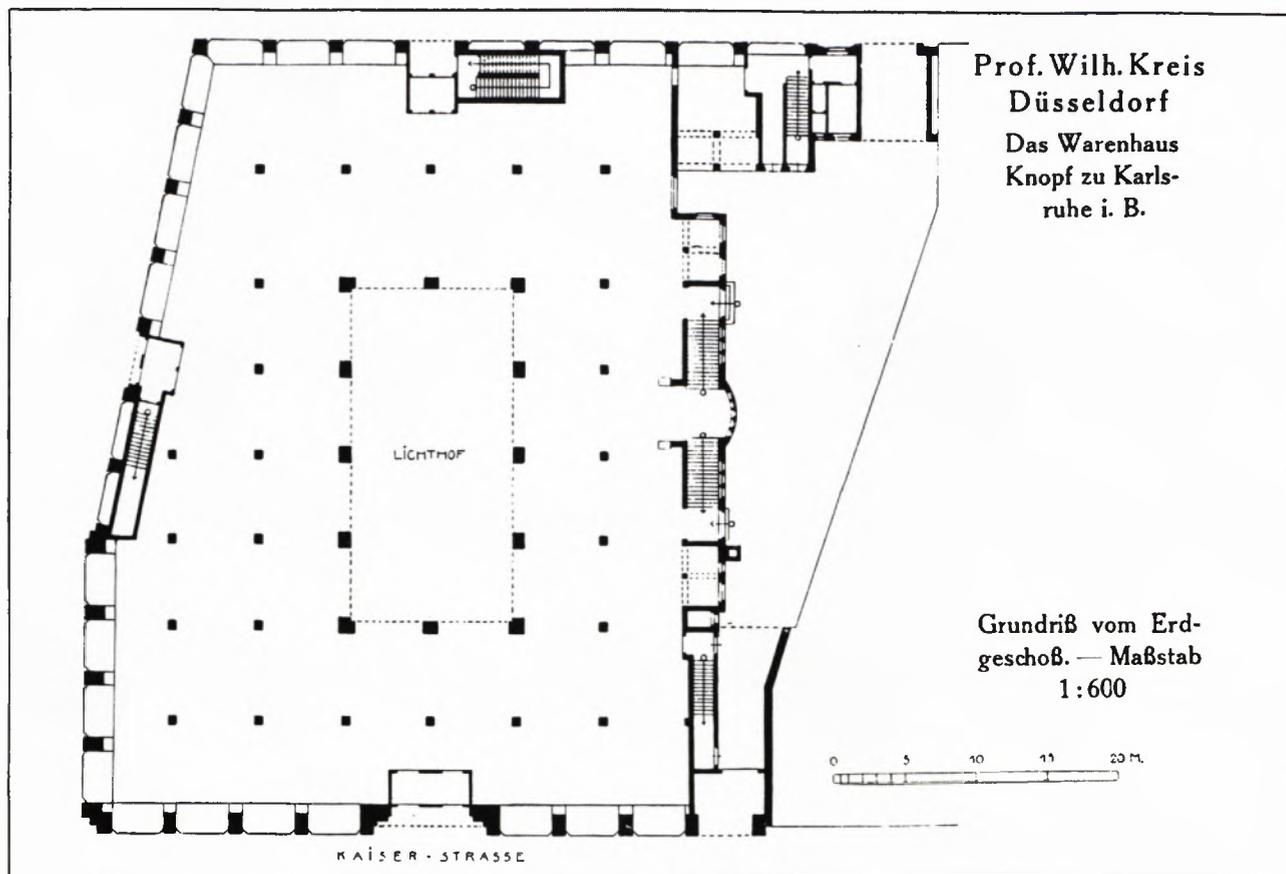
Aktueller Anlaß zur Würdigung des Karlsruher Hauses der Karstadt AG ist ein seit 1971 in Planung befindliches Erweiterungs- und Umbauvorhaben, mit dem erhebliche Eingriffe in die Substanz des Hauses zu erwarten sind. Der Verfasser, der sich in anderen grundlegenden Beiträgen mit der Geschichte der Warenhausarchitektur beschäftigt hat, will mit dem vorliegenden Aufsatz an einem wesentlichen Beispiel im Lande die Bedeutung dieses Gebäudetyps als Kulturdenkmal einer breiteren Öffentlichkeit darstellen.

Das Warenhaus, in Herders Konversationslexikon 1907 knapp und treffend als „großkapitalistisches Detailhandels-geschäft“ definiert, entstand als wesentlicher Faktor des wirtschaftlichen Konzentrationsprozesses im 19. Jahrhundert. Die ersten Geschäfte des neuen Typs wurden in den fünfziger und sechziger Jahren des 19. Jahrhunderts in Paris und in den großen Städten Englands und der USA gegründet. Die Basis für ihren überragenden Erfolg bildeten das revolutionierende Geschäftsprinzip „großer Umsatz – kleine Preise“ und die stetige Ausweitung des Sortiments. Im Gegensatz zu den zeitgenössischen Gepflogenheiten wurden die Waren nach festgesetzten, deutlich sichtbar ausgezeichneten Preisen verkauft. Die Kunden konnten sich im Laden über Waren und Preise informieren, ohne einem Kaufzwang zu unterliegen. Für gekaufte Waren wurde ein großzügig gehandhabtes Umtauschrecht eingeräumt. Das geradezu atemberaubende Entwicklungstempo in der Gründungsphase der Warenhäuser hat Emile Zola höchst eindrucksvoll und historisch zuverlässig in seinem Roman „Au bonheur des dames“ (deutsch: „Paradies der Damen“) geschildert. In Deutschland setzte eine entsprechende Entwicklung des Einzelhandels erst gegen 1880 ein. Zu den führenden Unternehmen wie A. Wert-

heim in Berlin, Hermann Tietz (heute Hertie), Leonhard Tietz (heute Kaufhof), Theodor Althoff und Rudolph Karstadt (die 1920 zur Karstadt AG fusionierten), Gebrüder Brasch und S. Wronker & Co. gehörte auch die Warenhausgruppe Knopf. Unter den Firmennamen Geschwister Knopf, M. Knopf und S. Knopf bestanden 1906 Geschäfte in Bruchsal, Colmar, Freiburg, Karlsruhe, Luxemburg, Pforzheim, Rastatt, Ravensburg, Saargemünd, Straßburg, Stuttgart und zehn weitere in der Schweiz.

Für das Karlsruher Warenhaus Knopf wurde 1912 bis 1914 von Wilhelm Kreis (1873 bis 1955) ein monumentaler Neubau errichtet. Den Planungsauftrag erhielt der Düsseldorfer Architekt als Ergebnis eines engeren Wettbewerbes. Die örtliche Bauleitung hatte der Einheimische Camillo Frey übernommen. Für den Neubau stand ein etwa 3000 Quadratmeter großes Grundstück in attraktiver Geschäftslage zwischen Kaiserstraße, Lammstraße und Zähringerstraße zur Verfügung.

In seiner Grundstruktur folgt das Gebäude einem fest umrissenen Bautyp, der sich im späten 19. Jahrhundert ausgebildet hat. Der Wunsch nach großen, ungeteilten Verkaufsräumen führte zu Pfeilerkonstruktionen ohne tra-



3 WARENHAUS KNOPF. Von der Ecke Lamm- und Zähringerstraße aus bot sich einst dieser Anblick der Fassade zur Zähringerstraße.

gende Wände. Neue Baumaterialien und Konstruktionsmethoden (Stahl und Eisenbeton) machten übersichtliche Hallen möglich, die durch nur wenige Stützen unterteilt waren (Abbildung 1). Die beträchtlichen Gebäudetiefen ließen eine ausreichende Belichtung des Inneren allein durch die Fenster der Fassaden nicht zu. Deshalb wurden die Warenhäuser in der Regel um zentrale, glasüberdachte Innenhöfe gruppiert. Die oberen Verkaufsetagen umgaben diese Lichthöfe als Galerien. Wichtiger als der praktische Zweck des Lichthofes wurde für die weitere Entwicklung seine Funktion als Repräsentations- und Orientierungszentrum. Mit ihm war meist die große, offene Hauptverkehrstreppe verbunden. In Karlsruhe wurde sie wegen Lage und Zuschnitt des Grundstückes nicht wie üblich in einer Achse mit dem Haupteingang und dem Lichthof angelegt.

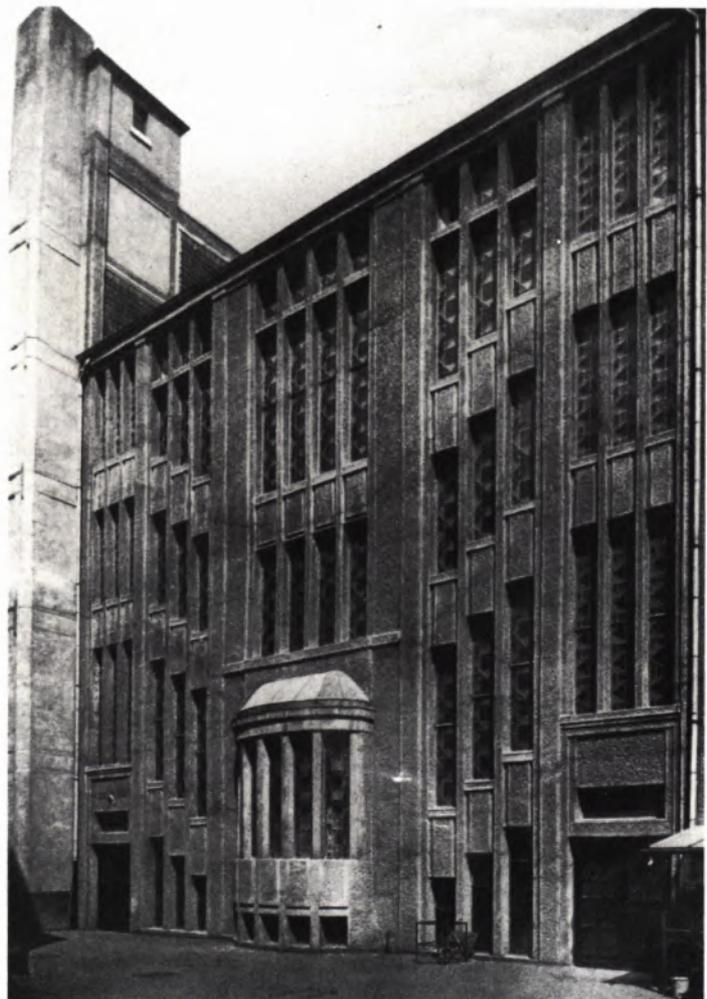
Das Raumprogramm des Karlsruher Beispiels entspricht weitgehend dem Schema, das in der deutschen Warenhausarchitektur üblich war: Der Keller war Betriebsräumen vorbehalten; hier waren technische Einrichtungen und Warenlager untergebracht. Das Erdgeschoß und drei Obergeschosse dienten als Geschäftsräume. In größeren Warenhäusern gab es von den allgemeinen Verkaufshallen getrennte Säle für besondere Warengruppen und „zur Erholung des Publikums“ (Modesalons, Lebensmittelabteilungen, Teppichsäle, Erfrischungsräume etc.). Im obersten Geschoß befanden sich Büros, Personalräume und zusätzliche Lagerflächen.

Die Gliederung der Baumassen hat Wilhelm Kreis mit Bezug auf die städtebauliche Situation differenziert. Die Hauptfront zur Kaiserstraße nimmt ein fünfgeschossiger,

neun Achsen breiter und vier Achsen tiefer Quertrakt ein (Abbildung 2). Der in seiner Fläche größere rückwärtige Teil des Gebäudes ist viergeschossig, wobei die oberste Etage hinter die Bauflucht zurückgesetzt ist. Diese Höhenstaffelung, die auf die Nachbarbebauung zur Entstehungszeit des Warenhauses Rücksicht nimmt, dürfte aus örtlichen Bauvorschriften resultieren.

Auch in der architektonischen Gestaltung ist zwischen dem Flügel an der Kaiserstraße und den Seitenfassaden deutlich unterschieden. Am Haupttrakt werden die Schaufenster von kräftigen kannelierten Pfeilervorlagen eingefasst, die in der Höhe des ersten Obergeschosses ursprünglich von steinernen Vasen bekrönt wurden. Über dieser Sockelzone werden die drei oberen Verkaufsetagen durch schlanke, paarweise angeordnete Fensterbahnen zusammengefaßt. Als hohes Friesband mit Ovalfenstern und figürlichen Reliefs ist das abschließende Bürogewoöl ausgebildet. Über einem markanten, sorgfältig detaillierten Kranzgesims wird der Baukörper durch ein verschiefertes Walmdach überdeckt. Die Mittelachse ist als Rücksprung betont. Eine breite Attika und ein flacher Giebel verklammern die beiden Fassadenhälften. Die klare Gliederung des Aufzuges in Sockel-, Wand- und Gebälkzone, der beherrschende Mittelgiebel, die ornamentalen Details und die von Hermann Binz aus Karlsruhe ausgeführte Bauplastik bestimmen den neoklassizistischen Habitus des Haupttraktes.

Die Seitenfassaden zeigen eine entschiedene Vertikalstruktur (Abbildung 3). Vom Straßenniveau bis über das zweite Obergeschoß ragen die Hauptpfeiler auf. Über einem knappen Gesims setzen sie sich als Pfeiler einer Balustrade fort,



4 WARENHAUS KNOPF. Das Foto von 1915 zeigt die Fensterwand zum Wirtschaftshof.



5 WARENHAUS KNOPF.
Blick in den Lichthof.

die dem zurückgesetzten dritten Obergeschoß vorgelagert ist. Dreibahnige, durch Zwischenstäbe unterteilte Fensterfelder, die zwei Obergeschosse zusammenfassen, nehmen die Intervalle zwischen den Pfeilern ein. Noch prägnanter ist der Vertikalismus im Wirtschaftshof an der viergeschossigen Fensterwand ausgebildet, die das Haupttreppenhaus belichtet (Abbildung 4). Wie in Führungsschienen sind die Brüstungselemente der Treppenläufe und Podeste zwischen die Hauptpfeiler und das gliedernde Stabwerk eingefügt.

Das heutige Karstadt-Haus ist eines der wenigen Beispiele, bei denen nicht nur durch die Fassaden der Bautyp des Warenhauses aus dem frühen 20. Jahrhundert noch präsent ist. Auch im Inneren ist das ursprüngliche konstruktive und räumliche Gefüge weitgehend erhalten. Die sorgfältig gestaltete, in kostbaren Materialien ausgeführte Ausstattung ist freilich einer eher provisorischen Innendekoration gewichen. Das Zentrum des Hauses bildet der zwei mal vier Rasterfelder große Lichthof (Abbildung 5), zu dem sich die Verkaufshallen der drei oberen Etagen als allseitig umlaufende Galerien öffnen. Gedrungene Pfeiler tragen die jetzt verputzten Brüstungen des ersten Obergeschosses, die

ehemals als intarsiengeschmücktes Marmorband den Raum umgaben. In den beiden oberen Stockwerken wurden die bronzenen Stabgeländer, die an den Rückseiten der schlanken Stützen angefügt waren, durch eine Verblendung aus gewellten Asbestzementplatten ersetzt. Statt der bestehenden flachen Decke diente ursprünglich eine gläserne Segmentbogentonne als Oberlicht. Die Marmorbalustrade des ersten Absatzes der Haupttreppe und Reste des bronzenen Treppengeländers vermitteln noch einen Eindruck der früher noblen Ausstattung. Von den repräsentativen Räumen soll hier noch der zwei Geschosse hohe, in dunklem Holz mit reichen Schnitzereien vertäfelte Teppichsaal vorgestellt werden, der nicht mehr erhalten ist (Abbildung 6).

Eine konsequente Entwicklungsreihe deutscher Warenhausarchitektur, in die das Karlsruher Beispiel einzuordnen ist, beginnt mit Alfred Messels (1853 bis 1909) Bauten der Firma A. Wertheim in Berlin. Bei dem ausgedehnten Komplex des Wertheim-Hauses zwischen Leipziger Straße, Leipziger Platz und Voßstraße, der zwischen 1896 und 1904 in drei Abschnitten ausgeführt wurde, hat Messel die Pfeilerstruktur des konstruktiven Gerüsts an den Fassaden in

eine beherrschende Vertikalgliederung übersetzt. Als Vorstufe für das Warenhaus Knopf ist vor allem der 1904 errichtete Eckbau am Leipziger Platz wichtig (Abbildung 7). Über einer offenen Arkadenhalle hat Messel in den Obergeschossen die Wandflächen zwischen den Hauptpfählern durch eng gereihtes Stabwerk zu schmalen Fensterbahnen aufgelöst, die in einem bekrönenden Maßwerk enden. Die anspruchsvolle Architektur und das Pathos des Altehrwürdigen, das in der gotisierenden Formensprache seinen Ausdruck gefunden hat, haben einen angemessenen Abschluß des Warenhauses zum Platz geschaffen und gleichzeitig die repräsentative Funktion des Bautraktes anschaulich dargestellt, die seine exklusive Gestaltung rechtfertigte: über der Arkadenhalle war der drei Geschosse hohe Teppichsaal eingerichtet.

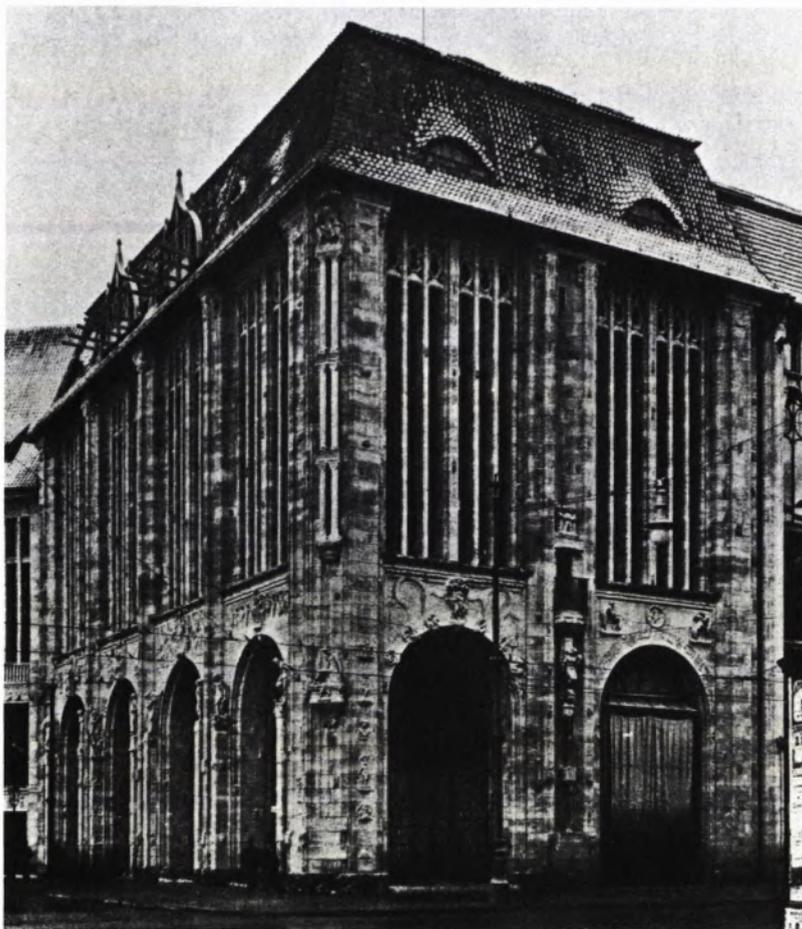
Den nächsten bedeutenden Abschnitt für die weitere Entwicklung markiert das Düsseldorfer Haus der Leonhard Tietz AG, das 1907 bis 1909 nach Plänen von Joseph Maria Olbrich (1867 bis 1908) ausgeführt wurde (Abbildung 8). Durch den Verzicht auf historisierendes Dekor hat Olbrich die Anregung von Messel „in eine noch reinere, klarere Schöpfung verwandelt und dadurch über das Vorbild hinaus gesteigert“, so stellte Joseph August Lux 1919 in seiner Olbrich-Monographie fest. Nach der zeitgenössischen Kritik hatte der Bau deshalb große Bedeutung, weil „mit den Mitteln und Fähigkeiten unserer Gegenwart ein

Monumental- und Prachtbau errichtet werden konnte, in dem die Vergangenheit, der Mittel und Fähigkeiten doch entsprungen sind, überwunden scheint“.

Der dominierende Einfluß, den Olbrichs Tietz-Haus in den folgenden Jahren ausübte, läßt sich durch eine Fülle von Beispielen belegen. Wilhelm Kreis hat sich mit Olbrichs Variante der Messelschen Konzeption in mehreren Bauten und Entwürfen auseinandergesetzt. Von 1910 an errichtete er außer dem Karlsruher Bau folgende Warenhäuser: Theodor Althoff in Dortmund (1910/11) und Essen (1911/12), Leonhard Tietz in Elberfeld (1911/12), H. & C. Tietz in Chemnitz (1912/13), Leonhard Tietz in Köln (1912/14) und Jakob Dhein in Krefeld (1914/15). Lediglich bei dem Krefelder Haus hat Kreis auf die charakteristische Vertikalgliederung der Fassaden verzichtet. Alle anderen Beispiele stehen unverkennbar in der Nachfolge Olbrichs beziehungsweise Messels. Freilich hat Kreis die Vorbilder in seinen Bauten zu durchaus selbständigen, jeweils individuellen Lösungen weiterentwickelt. Charakteristische Einzelmotive des Karlsruher Hauses finden bei anderen Warenhäusern des Architekten ihre Vorstufen oder Parallelen. In der Grunddisposition vergleichbar, im Detail deutlich abweichend, hat Kreis in Elberfeld und bei einem Konkurrenzentwurf (1911) für das Kölner Tietz-Haus die Mittelachsen der Hauptfronten etwas zurückgesetzt und in der Dachzone die seitlichen Fassadenpartien

6 WARENHAUS KNOPF. TEPPICHSAL. *Einer der reich gestalteten, repräsentativen Räume, der nicht mehr erhalten ist.*





7 BERLIN. WARENHAUS WERTHEIM.
Eckbau am Leipziger Platz. 1904 von Alfred
Messel errichtet.

7

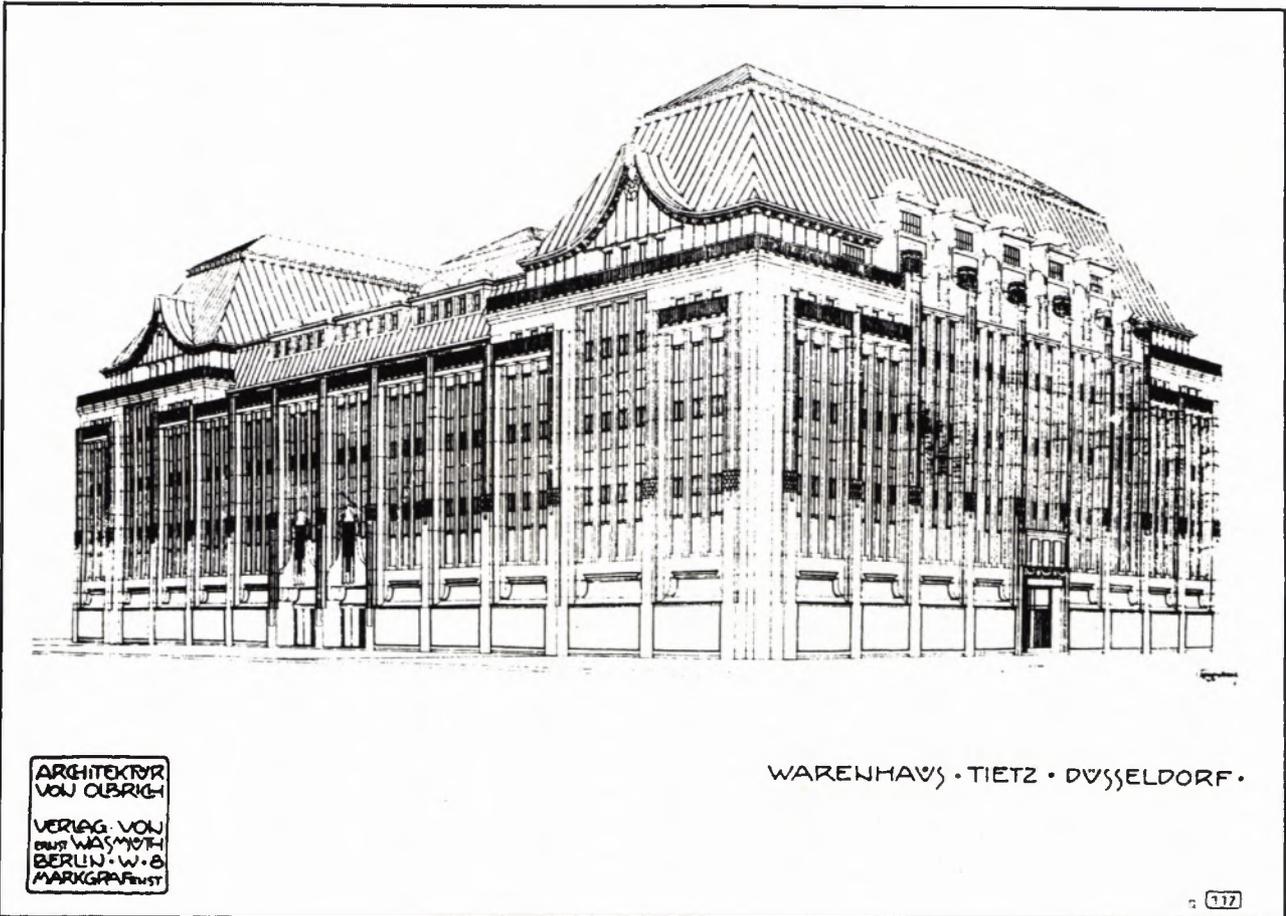
8 DÜSSELDORF. WARENHAUS
LEONHARD TIETZ. Olbrichs Vorentwurf
für den 1907 bis 1909 ausgeführten Bau.

durch einen übergreifenden Giebel verklammert. Pfeilervorlagen, die in der Höhe des ersten Obergeschosses von Steinvasen bekrönt werden, begegnen an einem Seitentrakt des Elberfelder Tietz-Hauses. Der Büroetage des Karlsruher Baues nahe verwandt, ist das oberste Verkaufsgeschoß am Kölner Hauptgeschäft der Leonhard Tietz AG als hohe Frieszone mit Rundfenstern und figürlichen Reliefs ausgebildet (Abbildung 9).

Wilhelm Kreis hat das Verhältnis seiner Bauten zu den Vorbildern von Messel und Olbrich 1912 selbst formuliert: seine Konzeption „unterscheidet sich prinzipiell von der Messelschen als auch von der Olbrichschen Art, indem ich davon ausgehe, dem Haus einen festen Horizontalabschluß zu geben, um dadurch das Haus in Einklang zu bringen mit unserer gesamten übrigen Bauweise, während Messel und Olbrich vom System der Gotik ausgingen und die Horizontalbetonung eines Hauptgesimses aus diesem Grund weglassen. Welches System das richtige ist, muß ich natürlich der Nachwelt überlassen. Ich glaube aber, daß mein System sich harmonisch unserer Zeitströmung einfügt, welche der Gotik abgewendet ist und in der Horizontalbetonung der Dachabschlüsse die Möglichkeit sieht, wieder ruhige Stadtbilder zu schaffen. Um aus dem Wirrwarr der unabgedeckten Vertikalen herauszukommen, meide ich durchaus nicht die Vertikale . . . Prinzipiell stehe ich auf dem Standpunkt, daß, je energischer die Vertikale betont wird, um so energischer auch die horizontale Bindung sein muß. Mit allem Gesagten soll keine Kritik an dem hochverehrten Altmeister Messel geübt, sondern nur gesagt werden, aus welchen Gründen ich ganz bewußt nicht in seine Fußstapfen trete, sondern versuche, nur die Konstruktion der Pfeiler zu erhalten und im übrigen zu einem klassischen und einheit-

lichen Ergebnis zu gelangen.“ Von diesem Ansatzpunkt aus scheint die Entwicklung zum Neoklassizismus des Karlsruher Hauses völlig konsequent zu sein.

Allein durch Formvergleiche der Fassadengestaltung kann die architekturgeschichtliche Einordnung des Warenhauses Knopf nicht hinreichend deutlich werden. Eine genauere Analyse der Bauten von Olbrich und Kreis zeigt fundamentale Unterschiede im jeweiligen Verhältnis zwischen konstruktiver und räumlicher Struktur und der Gliederung des Außenbaues. Olbrich hat die Pfeilerstellungen der Fassaden konsequent aus dem Rastersystem der Betonkonstruktion entwickelt. Die wichtigsten Gliederungselemente des Äußeren sind vom Grundriß abgeleitet: An den beiden Schmalseiten werden, der Tiefe des großen Lichthofes entsprechend, die fünf mittleren Fensterbahnen hervorgehoben; die vierteiligen Fensterfelder unter den flankierenden Giebeln der Längsfront korrespondieren mit der Breite der beiden seitlichen Lichthöfe; das Doppelportal des Haupteinganges nimmt die Breite des mittleren Lichthofes auf. Ähnliche Beziehungen zwischen innen und außen sind beim Warenhaus Knopf nicht zu beobachten. Für Kreis war die mehrere Geschosse übergreifende Vertikalgliederung offensichtlich ein formales Motiv, das den Bau für jedermann sichtbar als Warenhaus ausgewiesen hat. Gleichzeitig hat der Architekt, wie Karl Widmer in der Zeitschrift „Moderne Bauformen“ 1915 festgestellt hat, „in diesem Werk seine Formensprache der Stimmung Weinbrennerscher Bauten angepaßt, um den künstlerischen Zusammenhang mit der großen Tradition der älteren Karlsruher Baukunst zu wahren . . . Den Ausgleich zwischen dem modernen Konstruktionsprinzip und dem an sich wesensfremden Geist des Empire fand Kreis nun, indem er die Pfeiler nicht als



solche betonte, sondern durch eine schlichte und flächige Behandlung dem Flächenprinzip des Weinbrennerstils möglichst nahe brachte.“

Nicht nur bei der Fassadengestaltung hat Kreis auf Olbrichs Konzeption zurückgegriffen. Auch der Lichthof zeigt deutliche Anklänge an das Düsseldorfer Vorbild. Die gleiche Feststellung gilt für ein bezeichnendes Grundrißdetail: Vom Vorraum des Seiteneinganges an der Lammstraße führt eine einläufige Stiege ins erste Obergeschoß hinauf (Abbildung 1). Diese Lösung ermöglichte für die feuersichere Treppe einen unmittelbaren Ausgang ins Freie, der baurechtlich gefordert war, ohne die Schaufensterreihe durch zusätzliche Portale zu unterbrechen. Auch bei seinen Warenhäusern in Essen und Köln hat Kreis dasselbe Problem ähnlich gelöst.

In der fortschreitenden Monumentalisierung, die in der deutschen Warenhausarchitektur von der Jahrhundertwende bis zum Ersten Weltkrieg abzulesen ist und die in den Bauten von Kreis ihren Höhepunkt findet, wird die Abhängigkeit der stilistischen Entwicklung von wirtschaftlichen Faktoren offenkundig. Die Unternehmen konzentrierten sich in ihrer Gründungs- und ersten Expansionsphase darauf, zuvor nicht ausgeschöpfte Kaufkraft der Bevölkerungsschichten mit niedrigem Einkommen zu erschließen. Die Grenzen dieses Marktes waren in den ersten Jahren nach 1900 erreicht. Auf dem Niveau billiger Massenartikel konnten die notwendigen Umsatzsteigerungen nicht beliebig fortgesetzt werden. In der zeitgenössischen Warenhausliteratur wurde deshalb betont, daß die Unternehmen „sich nicht nur der Kundschaft des Mittelstandes, sondern auch hochstehender Kreise“ versichern mußten. Für die Geschäfte wurde es zur zwingenden Notwendigkeit ihrer Expansionsstrategie, Waren besserer Qualität in ihr Sortiment

aufzunehmen. Im Dienste des wirtschaftlichen Erfolges wurde der Architektur eine dominierende Rolle zuerkannt. Anspruchsvolle Bauten sollten die Warenhäuser von ihrem herkömmlich schlechten Ruf befreien, daß ihr Angebot „den ganzen Surrogatenrummel nach dem Geschmack der großen Massen“ vereinte. In einer 1906 erschienenen Publikation über Geschichte und Entwicklung der Warenhäuser wird es von Otto Erich von Wussow als eine große Errungenschaft gefeiert, „daß diese mit äußerster Intelligenz organisierten Betriebe einen kulturellen Fortschritt bringen, der sich schon jetzt in der architektonischen Ausgestaltung der Warenhäuser unzweideutig ausspricht. Und es ist kaum anders denkbar, als daß solche mit durchaus künstlerischen Absichten ausgestalteten Warenhäuser auch nach und nach in der Form und Auswahl ihrer Waren eine Steigerung des Geschmacksniveaus herbeiführen und damit erzieherisch auf das große Publikum einwirken.“ Der Wirtschaftswissenschaftler Julius Hirsch hat 1910 „die großen Geschäftspaläste . . . an sich eine äußerst zugkräftige Reklame“ genannt. Beim Warenhaus Knopf kommt in dem Bezug auf die Formensprache der Weinbrennerzeit nicht nur der Versuch zum Ausdruck, den Neubau formal in das historische Ortsbild einzufügen. Die spezifische Gestalt des Neoklassizismus, deren Bindung an die Karlsruher Tradition im Vergleich zu anderen Bauten von Kreis deutlich wird, dient als Anspielung auf den Genius loci auch dazu, den Anspruch des Hauses zu untermauern, das Wahrzeichen der aufstrebenden Großstadt Karlsruhe zu sein.

Zum Verständnis der Warenhausarchitektur im frühen 20. Jahrhundert ist die Wahl des Architekten durch den Bauherren nicht weniger aufschlußreich als die Wahl der Bauformen durch den Architekten. Seinen frühen Ruhm



9 KÖLN. WARENHAUS LEONHARD TIETZ. 1912 bis 1914 von Wilhelm Kreis errichtet. Fassade an Sankt Agatha.

hat Wilhelm Kreis durch Erfolge bei großen nationalen Denkmalkonkurrenzen begründet: 1896 erhielt der 23jährige Student den ersten Preis beim Wettbewerb für das Völkerschlachtdenkmal bei Leipzig. Im Wettbewerb um die Bismarcksäulen wurden Kreis 1899 der erste, der zweite und der dritte Preis zuerkannt. Nach seinen Entwürfen entstanden um 1900 in ganz Deutschland Bismarcktürme in großer Zahl. Bei der 1910 entschiedenen Konkurrenz für das Bismarck-Nationaldenkmal auf der Elisenhöhe bei Bingen wurde der Beitrag von Kreis nicht mit einem Preis ausgezeichnet. Das Urteil der Jury rief aber eine äußerst polemisch geführte öffentliche Diskussion hervor, die schließlich zu dem Ergebnis führte, daß ein überarbeiteter Entwurf von Kreis zur Ausführung bestimmt wurde. Nicht obwohl, sondern gerade weil er in erster Linie als Denkmalarchitekt bekannt geworden ist, war er den Unternehmern als Warenhausarchitekt besonders willkommen. Ein Auftrag an Kreis resultierte aus dem Wunsch der Bauherren, ihre Geschäftspaläste mit dem gesteigerten Pathos auszuzeichnen, das den Denkmalprojekten des Architekten allgemeine Anerkennung eingetragen hat.

Der Karlsruher Bau gehört zu den letzten Zeugnissen für die große Epoche monumentaler deutscher Warenhausarchitektur. Im Gegensatz zu den meisten anderen Beispielen ist der Bau trotz einiger entstellender Eingriffe ohne wirklich tiefgreifende Veränderungen erhalten. Neben der großen wirtschafts- und architekturgeschichtlichen Bedeutung der Bauaufgabe, neben dem hohen Rang des Architekten und neben der außerordentlichen künstlerischen Qualität des Gebäudes gibt es einen weiteren, in der Firmengeschichte der Karstadt AG begründeten besonderen Wert des Hauses:

Nach der Fusion mit der Firma Theodor Althoff im Jahre 1920 baute das neue Vorstandsmitglied Hermann Schöndorff bei der Konzernverwaltung in Hamburg eine Bauabteilung auf, die alle Neubauten des Unternehmens projektierte. Schöndorff, der seine Laufbahn im späten 19. Jahrhundert in Düsseldorf als Möbelfabrikant begann, war bereits am Bau von Olbrichs Tietz-Haus beteiligt. Auch an der Planung und Ausführung folgender Warenhäuser von Kreis hat er maßgeblich mitgewirkt: Althoff in Dortmund und Essen, Tietz in Chemnitz, Elberfeld und Köln. Als Chefarchitekt wurde 1920 Philipp Schaefer (1885 bis 1952) nach Hamburg berufen, der in Olbrichs Atelier an der Planung des Düsseldorfer Tietz-Hauses mitgearbeitet hat. Die zahlreichen in der Zeit der Weimarer Republik errichteten Karstadt-Häuser stehen ebenso wie das ehemalige Warenhaus Knopf in der Nachfolge des Düsseldorfer Olbrich-Baues. Mit den Filialen in Berlin-Neukölln, Hamburg-Barmbeck, Wilhelmshaven, Celle, Neubrandenburg, Bottrop, Recklinghausen und Gelsenkirchen-Buer sollen einige wichtige Beispiele wenigstens genannt werden. In dem 1929 erschienenen Buch „Neue Warenhausbauten der Rudolph Karstadt AG“ wird die charakteristische Vertikalgliederung der Fassaden ausdrücklich als „Karstadt-Stil“ definiert. Noch in den frühen fünfziger Jahren wurde beim Bau der Düsseldorfer Filiale an der Schadowstraße an das alte Gestaltungsprinzip angeknüpft.

Seit einigen Jahren arbeitet die Karstadt AG an Planungen, die Verkaufsfläche des Karlsruher Hauses erheblich zu vergrößern. Der monumentale Geschäftspalast von Wilhelm Kreis bietet die Chance, die Architekturtradition des Unternehmens fortzusetzen und sich von der Masse der sonst üblichen neueren Kaufhausbauten, die meist den jeweils letzten Stand rasch wechselnder Architekturmoden vorführen, als „eine äußerst wirksame Reklame“ abzuheben. Die Wiederherstellung und Reaktivierung von besonderen Werten des historischen Bestandes müßte einer Modernisierung der Verkaufsräume für heutige Geschäftsbedürfnisse und einer Erweiterung des Hauses keineswegs widersprechen. Die Planung sieht vor, Hauptelemente des bestehenden Außenbaues zu erhalten und in den künftig wesentlich größeren Warenhauskomplex einzubeziehen.

*Dr. Eberhard Grunsky
LDA · Bau- und Kunstdenkmalpflege
Schönbuchstraße 50
7400 Tübingen 1*