

Zeitschrift: Bauen + Wohnen = Construction + habitation = Building + home : internationale Zeitschrift

Herausgeber: Bauen + Wohnen

Band: 6 (1952)

Heft: 2

Artikel: Kaufhaus Merkur in Heilbronn = Grands magasins Merkur, Heilbronn = Merkur Department Store, Heilbronn

Autor: Gerber, Hans

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-328230>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 14.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Kaufhaus Merkur in Heilbronn

Grands magasins Merkur, Heilbronn
Merkur Department Store, Heilbronn

Architekten: Egon Eiermann
Robert Hilgers
Herbert Hentsch
Herbert Schmidt

Auf die Frage, wie sich der Neubau Merkur in die Heilbronner Altstadt einfügt und wie sich das Neue mit dem Alten verträgt, kann ich, als der Leiter des Heilbronner Stadtplanungsamts, nur antworten: vortrefflich.

Zur Begründung muß zunächst Struktur und Bild, also Gehalt und Gestalt der Altstadt wie des Baues aufgezeigt werden. Danach soll das Verhältnis des Neuen zum Alten, seine »Einfügung«, zur Sprache kommen.

Die Altstadt:

Das geschäftliche und bauliche Zentrum der Stadt Heilbronn, ihre »Altstadt«, wurde 1944 vernichtend getroffen. Es befindet sich seit der Währungsreform in lebhaftem Aufbau. Auf den beigefügten Bildern des Kaufhauses Merkur ist das allerdings nicht erkennbar, weil die Straßen, an denen der Neubau steht, erst 1950 über Ruinenfelder hinweg gebaut oder wesentlich verbreitert worden sind und die Bebauung an den neuen Fluchten noch nicht nachgekommen ist. Da aber alle Voraussetzungen für das Bauen in zerstörten Stadtgebieten, nämlich eine Klärung der Planung und Baulandumlegung und fertige Straßen geschaffen sind, wird das Kaufhaus bald Nachbarschaft erhalten. Wir haben übrigens die Erfahrung gemacht, daß ohne diese Vorarbeiten, die Aufgabe der Stadtverwaltung sind, der Aufbau zerstörter Gebiete bald in ein unentwirrbares, jedermann entmutigendes Durcheinander gerät und damit das praktische Bauen — als Feld der Bürgerinitiative — ins Stocken kommt. Heilbronn konnte sich eine solche Fehlentwicklung nicht leisten und hat deshalb rasch und großzügig, freilich mit Augenmaß für das jeweils eben noch Erreichbare, und unter großen Opfern diese unerläßlichen Vorarbeiten durchgeführt. Die hierbei zu überwindenden Schwierigkeiten liegen bei einem Zerstörungsgebiet von fast 30 ha mit etwa 900 Grundeigentümern auf der Hand; sie im einzelnen darzulegen, müßte einer gesonderten Betrachtung vorbehalten bleiben. Festzuhalten ist jedoch, daß auch der Bau des Kaufhauses Merkur erst nach vollendeter Planung, Baulandumlegung und Fertigstellung des Straßenbaues errichtet wer-



1
Blick auf das Kaufhaus von Norden. Die Bauzeit betrug vom ersten Spatenstich bis zur Eröffnung des Hauses 130 Tage.

Vue prise du nord. De l'excavation des fondations à l'inauguration du grand magasin, les travaux n'ont pas duré plus de 130 jours.

View of the department store from the North. The whole of the construction from excavation to inauguration required exactly 130 days.

2
Ost- und Nordseite mit vorspringendem Treppenhaus. Das Straßengefälle vor dem Haupteingang wird im toten Winkel zwischen jenem und dem Treppenhaus durch Stufen ausgeglichen.

Façades est et nord, avec la cage d'escalier en saillie. La pente devant l'entrée principale, dans l'angle mort formé par la saillie, est coupée de quelques marches.

East and North side with projecting staircase. The sloping street in front of the main entrance necessitated the provision of stairs leading to the staircase.





Die straffe Klarheit und Schwerelosigkeit dieses Stahlbeton-Baues tritt bei abendlicher Beleuchtung am stärksten in Erscheinung.

La rigueur et la légèreté de cette construction en béton armé sont remarquablement soulignées par l'éclairage nocturne.

The pronounced clearness and lightness of this reinforced concrete structure is most obvious during evening illumination.

Süd- und Ostseite. Die sechsfache Aufteilung des Schutzdaches über den Schaufenstern ermöglicht seine Angleichung an das Gefälle der Straße.

Façades sud et est. L'avant-toit en six gradins suit la déclivité de la rue.

South and East side. The sixfold subdivision of the projecting roof above the show windows permitted a gradual adaption to the street slope.



Südseite der Dachterrasse, die den im Dachgeschoß befindlichen Büros und Sozialräumen (Kasino usw.) vorge-
lagert ist. Sie steht im Sommer (mit Liegestühlen) der
Belegschaft während der Arbeitspausen zur Verfügung.

Côté sud du toit-terrasse. Cet étage est occupé par les
bureaux, les salles de récréation et de restauration pour
le personnel. Des chaises-longues sur la terrasse sont à
la disposition des employés en été.

South side of the roof terrace built in front of the offices
and social rooms (canteen etc.) on the top-floor. During
the summer months (provided with deck-chairs) it may be
used by the employees at recreation time.



den konnte. Hier liegt die Hauptarbeit und
damit auch Verantwortung der Stadtverwal-
tung, im besonderen des Stadtplaners; sein
Mitwirken an der Einzelgestaltung folgt erst in
zweiter Linie und sollte sich auf Anregungen
beschränken. Das Gesicht der neuerstehen-
den »Altstadt« wurde bislang durch den Typ
des kleinen und mittleren Geschäftshauses
mit einer Bautiefe von maximal 12 m, d. h. Häu-
ser mit Läden im Erdgeschoß, allenfalls noch
im ersten Stock und Wohnungen in den weite-
ren Geschossen bestimmt. Diese zu Zeilen an-
einandergereihten Baukörper wurden bewußt
mit Ziegeldächern versehen, weil das den ma-
teriellen Gegebenheiten entsprach und ihnen
auch heute noch im Normalfall entspricht.

Auch die kommenden Gebäude in der Nach-
barschaft des »Merkur« sollen Dächer erhalten,
da es sich nach dem Grundstückszuschnitt um
Geschäftshäuser mittleren Stiles handeln wird.
Sind sie in ihrer Art klar geformt, werden sie
sich mit dem andersgearteten und deshalb an-
dersgestalteten Bruder vertragen.

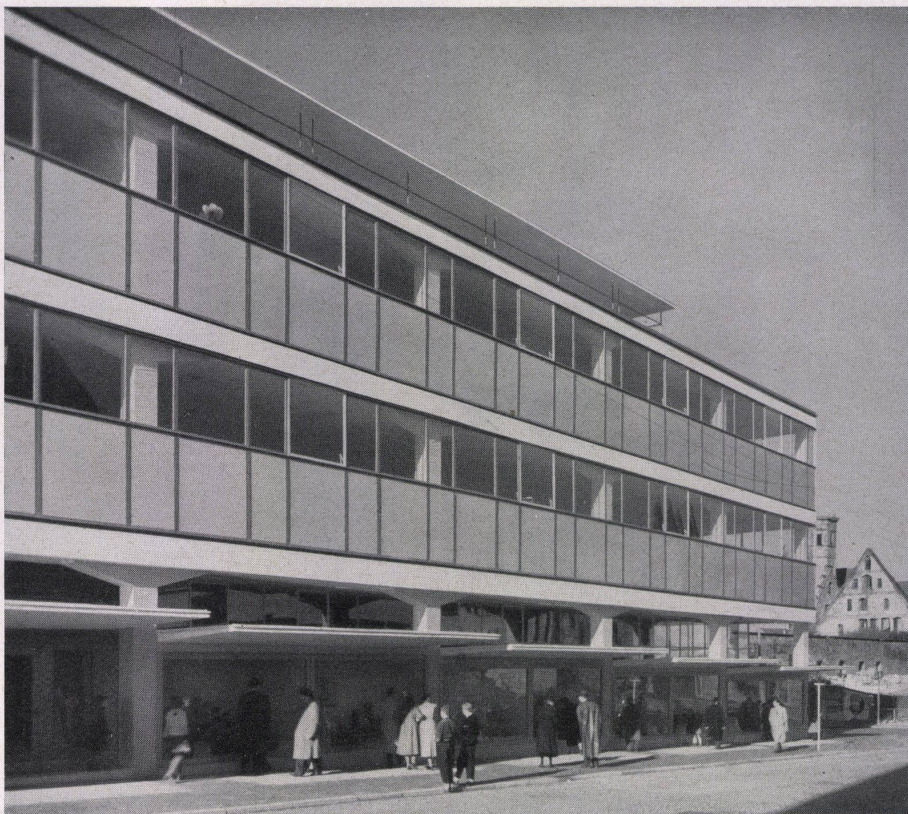
Der Neubau:

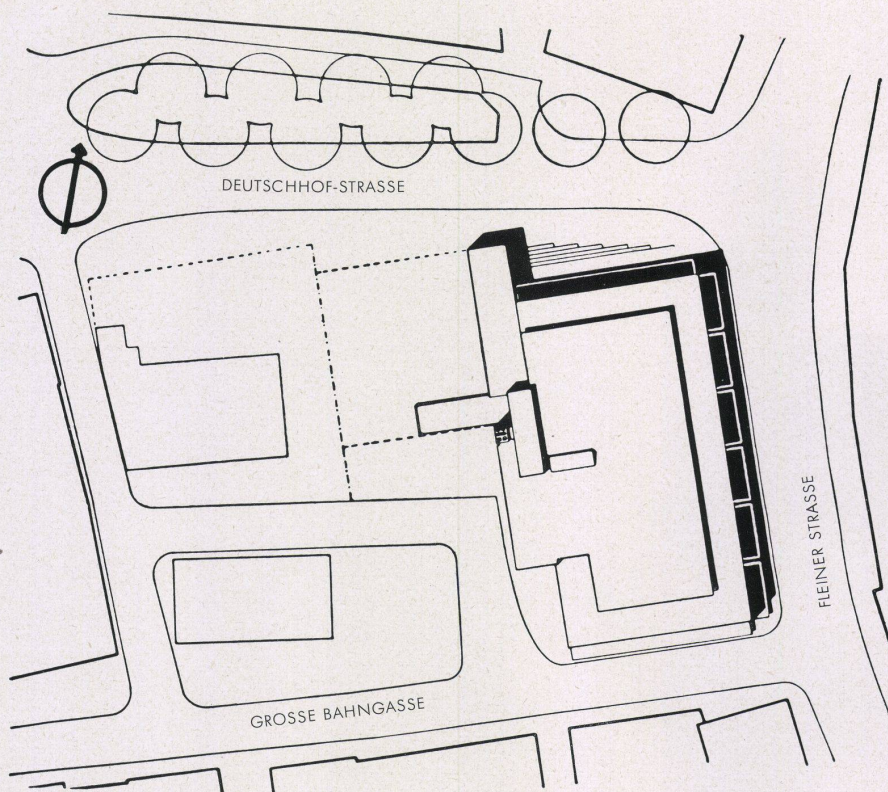
Entsprechend dem Wesen eines Kaufhauses,
welches eigentlich nichts anderes als eine öf-
fentliche Lagerhalle darstellt, ist der Grundriß
sehr einfach: In den Hauptgeschossen straßen-
seits große ungeteilte Verkaufsräume (23 auf
44 m), hofwärts ein 5 m tiefes »Rückgrat« mit
den Verkehrseinrichtungen, Aborten, Installa-

Der Bau zeigt keinerlei Beschriftung oder Reklame. Sogar
auf die Anbringung des Firmennamens wurde verzichtet.
Ein Beweis dafür, wie weit das Warenhaus in mittleren
Städten zu einem fest umrissenen Begriff geworden ist.

Ni enseigne ni réclame. Même le nom de la firme a
été jugé superflu; preuve qu'un grand magasin, dans
une ville moyenne, prend de nos jours le sens d'une
institution publique.

This building shows no lettering or advertisements.
Even the firm's name has been omitted. This proves how
much the department store in medium-sized towns has
become a standard institution.





Lageplan / Plan de situation / Situation

Die Anlage der Grundrisse zeigt die Tendenz zu größter Vereinfachung zugunsten möglichst unbehinderter Verkaufsflächen (Möblierungsfrage) und zu möglichst gleichen, rechtwinkeligen Konstruktionsbeziehungen. (Bauzeitfrage.)

La disposition du plan exprime la recherche de grands espaces de vente sans cloisonnement (pour simplifier l'ameublement) et d'une construction normalisée, essentiellement rectangulaire (ce qui écourte le temps des travaux).

The plans demonstrate a pronounced tendency towards simplification to the advantage of an uninterrupted sales space (appointments) and towards equal and rectangular elements (building time).

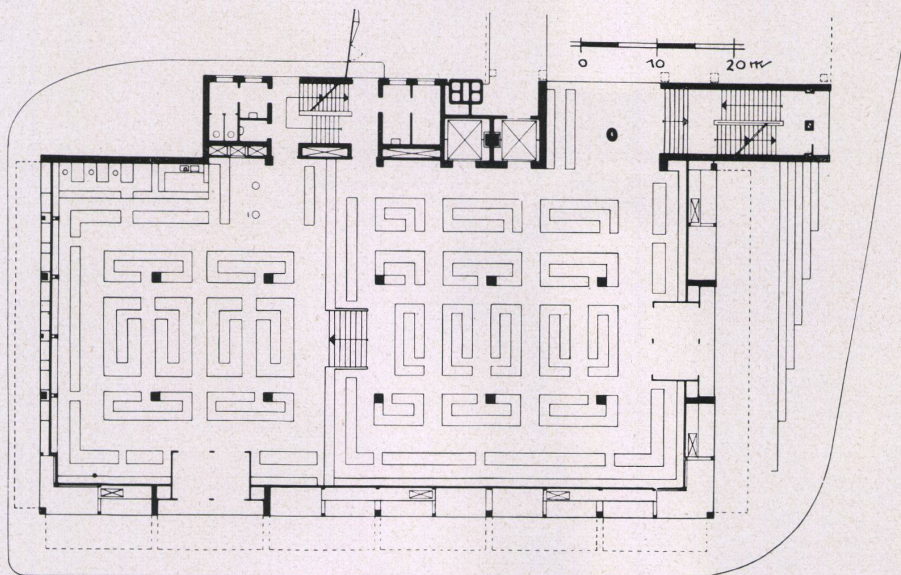
tionsschächten und dem Heizkamin. Im Untergeschoß Warenannahme und Lager, Heizung und Garderoben; im zurückgesetzten Dachgeschoß Küche, Kantine und Unterrichtsraum samt Dachgarten für die Belegschaft, daneben Büros. Dem entspricht das konstruktive Gefüge, wie es auch nach außen klar in die Erscheinung tritt: weite Pfeilerstellung (6,8 mal 7,5 m), zu deren konstruktiver Versteifung das »Rückgrat« dient. Infolge des Straßengefälles hat das Erdgeschoß wechselnde lichte Raumhöhen von 4,80 und 3,50 m. Die beiden Verkaufsobergeschosse haben 3,50 m, das oberste Stockwerk 3 m hohe Räume. Trotz dieser bescheidenen Maße wirken die Räume hell und licht, einmal wegen der unterzugsfreien Ausbildung der Decke, zum anderen wegen des über den Wandregalen an drei Seiten umlaufenden Fensterbandes. Die hierdurch bedingte Deckenstärke wird ausgenutzt zum Einbau der Gesamtbeleuchtung (plan-eben mit der Decke) und der Strahlungsheizung, welche im Verein mit der natürlichen Lüftung durch die Fenster, die Klimatisierung der Räume in überraschend angenehmer Weise erfüllt. Da sichtbare Unterzüge, Heizkörper und hängende Lampen fehlen, erscheinen die Räume sauber und übersichtlich. Das »Rückgrat« tritt an der Nebenseite als Haupttreppenhaus in Erscheinung; es führt seiner Funktion entsprechend nur bis zum obersten Verkaufsgeschoß und gibt den Anschluß für die später beabsichtigte Erweiterung, welche schon deshalb notwendig ist, weil das Verhältnis der Verkaufs- zur Lagerfläche, das bei einem Kaufhaus 1:1 betragen sollte, im ersten Bauabschnitt nicht erreicht ist.

Die Außenseiten des Gebäudes tragen keine Reklame. Was der Gründer der Merkur AG., Herr Salman Schocken, 1926 hierüber sagte, ist so einleuchtend, daß ich es hierher setzen möchte:

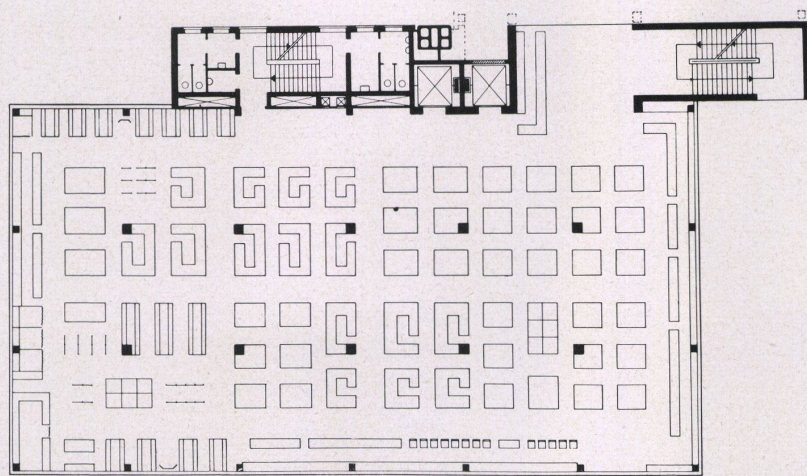
»Ein Warenhaus, das in dem Bezirk, in dem die Reklame wirken soll, besteht und täglich Gelegenheit hat, sich in seinen Leistungen zu erweisen, wird einfachere Formen der Reklame wählen können als die Firmen, die eine allgemeine Reklame für ihre Waren machen, ohne in den Bezirken eigene Häuser zu besitzen. Für ein gutgeleitetes Warenhaus, das lange Jahre an seinem Standort ist, kann sich die Reklame auf die sachliche Anzeige beschränken, in der zeitgemäß Waren mit ihren Preisen angekündigt werden. Ein gutgeleitetes Warenhaus bedarf der lauten und kostspieligen Massenreklame ebensowenig wie ein gutgebautes Warenhaus einer besonderen Lichtreklame. Der Lichtschein, der durch die wohlangeordneten Fensterbänder der Verkaufsgeschosse leuchtet, repräsentiert das Haus bei den Käufern besser als Lichteffekte, die um ihrer selbst willen außen angeordnet sind.«

Die Einfügung:

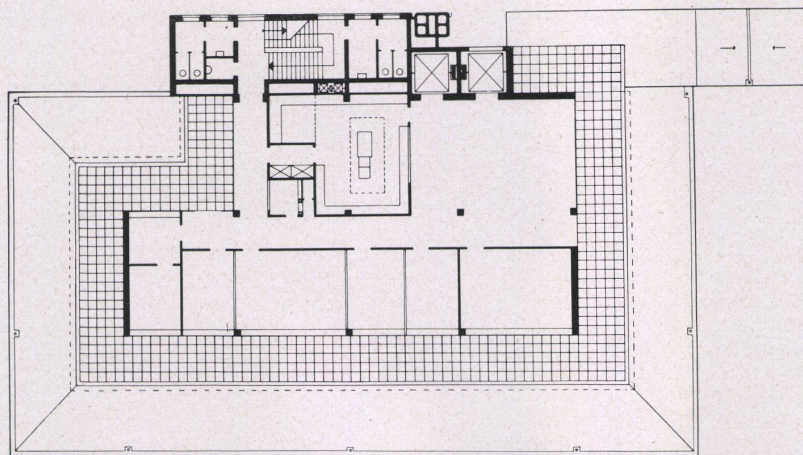
Architekt und Stadtplaner waren sich von Anfang an einig, daß ein Kaufhaus als ein Bau von ungewöhnlichen Ausmaßen und ausgeprägter Eigenart nicht mit denselben Mitteln gestaltet werden kann wie die Geschäftshäuser, die bislang das Bild der neuerstehenden Altstadt bestimmt hatten. Es ist richtiger, beide Typen in ihrer Art rein auszubilden, sie klar gegeneinander abzugrenzen und das Verbindende lediglich im Maßstab der Einzelgestaltung zu suchen. Daher lenkte der Architekt nach Einsicht in die Stadtbaupläne die Grundstücks-käufe der AG. so, daß sich in der Bauland-umlegung ein von Straßen umgrenztes Areal ergab, der Neubau also nicht direkt an andersgeartete Gebäude anschließt. Hierdurch wurden unerquickliche Übergänge von vornherein vermieden. Gleichwohl klingt der dreigeschossige Neubau mit der Kragplatte des zurückgesetzten Obergeschosses in seiner Gesamt-



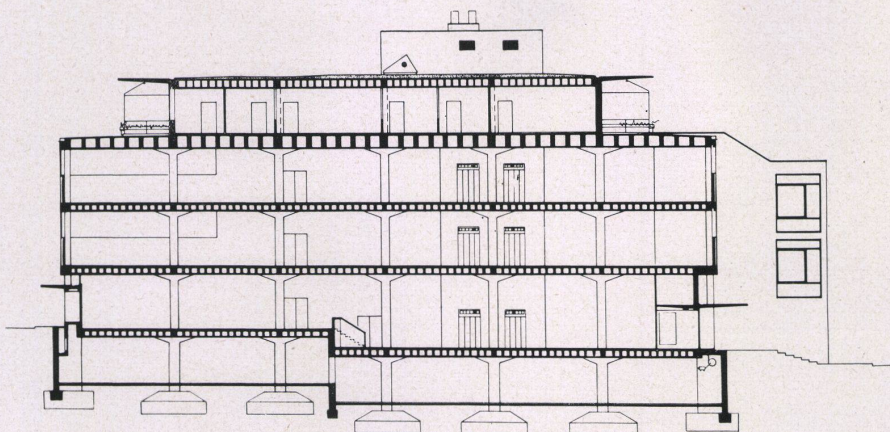
1



2



3



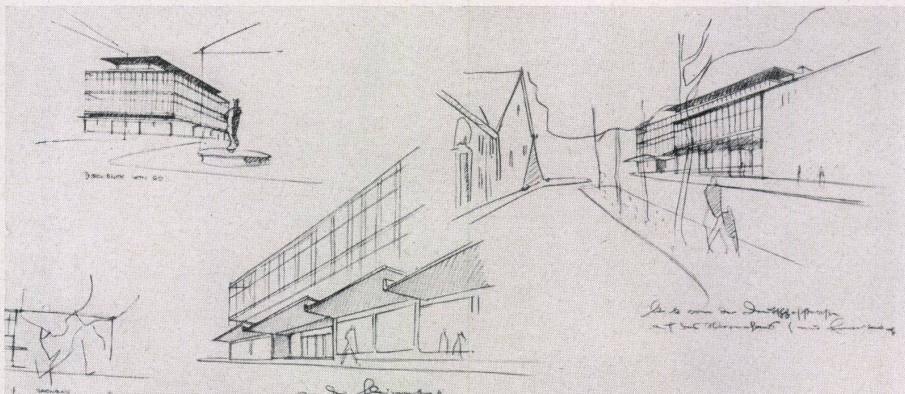
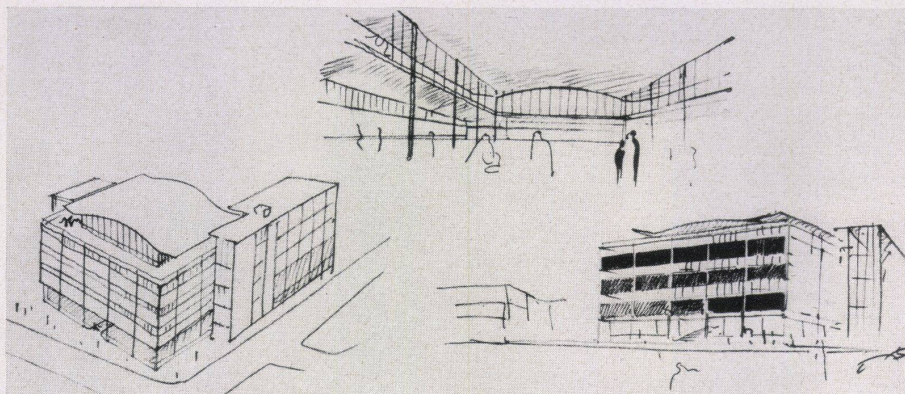
4

1
Grundriß des Erdgeschosses. Rechts Haupteingang mit den vorgelegten Stufen.
Plan du rez-de-chaussée. A droite l'entrée principale, précédée de quelques marches.
Ground-floor plan. Right: Main entrance with steps in front.

2
Grundriß des ersten Obergeschosses mit Verkaufsabteilungen.
Plan du premier étage.
Plan of the first floor.

3
Grundriß des Dachgeschosses mit umlaufender Dach-Terrasse.
Plan de l'étage supérieur avec toit-terrasse.
Plan of the top with surrounding roof terrace.

4
Längsschnitt durch die vier Etagen.
Coupe longitudinale des quatre étages.
Longitudinal section through the four floors.

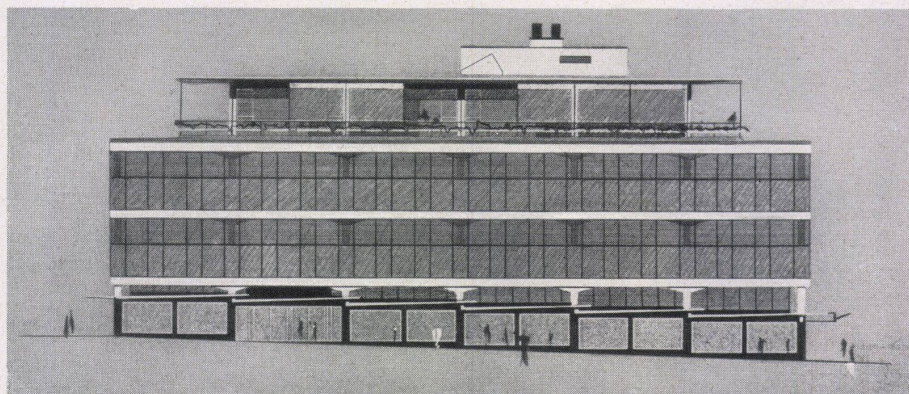


In den Entwurfs-Skizzen dokumentiert sich der Werdegang baulicher Gedanken, ihre Wandlung und Klärung. So zeigen z. B. eine perspektivische Skizze oben und die geometrische Fassadenzeichnung unten den Einfall, die sechs abgestuften Schutzdächer über den Schaufenstern etwas übereinandergreifen zu lassen. Auf diese Lösung wurde aber bei der Ausführung zugunsten einer klareren Linienführung verzichtet. (Siehe Foto Seite 93 unten.)

Ces esquisses illustrent le développement et la clarification de la conception. Ainsi, par ex., l'avant-toit des étalages, absent sur le dessin du haut, paraît sur celui d'en bas, mais les gradins en sont encore légèrement imbriqués; on a ensuite renoncé à cette idée au profit d'une ligne plus nette (voir p. 93).

The sketches reflect the development of the architectural ideas, their transformation and evolution. E. g. the perspective sketch above and the geometrical front design underneath demonstrate the idea of allowing their six

terraced protection roofs to overlap somewhat above the shop-windows. But during construction this solution was dropped in favour of a simpler and clearer line. (See photograph on page 93 below.)



kontur leicht an die ringsum vorhandenen oder zu erwartenden Dachformen an. Die niedrig gehaltenen Geschosse wirken nach außen hin noch stärker gelagert durch ihre Gliederung in Brüstung und Fensterband, welche durch eine senkrechte Feinteilung den Maßstab der Umgebung aufnimmt. Der Verankerung des Neubaus dient die Staffelung der Schaufensterverdachungen im Gefälle der Straße und die starke Zurücksetzung der Baukörper von der Hauptstraßengabel, wodurch im öffentlichen Raum ein individueller Vorplatz zum Haupteingang geschaffen wurde, der räumlich sehr glücklich durch den Treppenturm und die Gehwegstufen begrenzt ist. Dem Architekten wie dem Stadtplaner lag im Hinblick auf die Umgebung daran, die an sich ungefüge Baumasse möglichst leicht und schwebend in die Erscheinung treten zu lassen. Dies wird durch die tiefen schattengebenden Unterscheidungen über den niedrig gehaltenen Schaufenstern und durch die helle Verkleidung der Brüstungen mit Opakglas erreicht, die im Verein mit den weißgestrichenen Deckenstreifen dem Ganzen das Lichte, Blanke und Klare eines Schiffes geben. Zu diesem frohgemuten Charakter paßt vortrefflich die unbekümmerte Farbgebung im einzelnen: das Rot in den tiefen Nischen oberhalb der Eingänge, das Blau des Aderwerks über den Fenstern und Brüstungen, das Gelb der Untersicht der oberen Kragplatte, das Weiß des Treppenturms; — dazu werden später bunte Blumen im Dachgarten kommen. Die Hofseite hat eine rote Backsteinverkleidung, wodurch sinnfällig gemacht ist, daß sich hier das Rückgrat der Anlage befindet. Die Einfügung des Baues in seine Umgebung wurde vom Stadtplanungsamt durch die beigelegten Lageplan- und Perspektivskizzen der Bürgerschaft vor Baubeginn erläutert. Trotz der Nachbarschaft der aufbauwürdigen Ruine des historischen Deutschhofes, die besondere Rücksichtnahme verdient, erhob sich kein Widerspruch, den auch der fertiggestellte Bau in der Öffentlichkeit nicht erfahren hat — eben, weil er bei aller Klarheit und Bestimmtheit seiner Formgebung die notwendige Rücksicht auf seine Umwelt nimmt.

Die Architekten:

Es war erregend, die Arbeitenden im Kampf mit ihrer Aufgabe zu sehen. Sie sind beileibe keine Ringer, eher Schachspieler. Wir freuen uns, der Knappheit, Eleganz, Trefflichkeit meisterlicher Züge — wieviel Sachkenntnis und Erfahrung, Konzentration und Phantasie, Mut zum Verwerfen und Neubeginnen, welch unbändiger Wille zur Klarheit und Konsequenz geht ihnen voraus! Konkret gesprochen: die Architekten haben in den wenigen Wochen, die für die Planung des Kaufhauses Merkur zur Verfügung standen, neben ungezählten Skizzen mindestens vier Projekte exakt durchzeichnen lassen, bis sie genau erkannt hatten, worin das Wesen eines Kaufhauses besteht und wie es an einem gegebenen Platz verwirklicht und dabei in seine Umgebung mit Anstand eingefügt werden kann. Rilke sagt im Malte-Laurids-Brigge von einem Mann, er sei ein Dichter, denn er hasse das Ungefähre. Von den Architekten möchte ich sagen: sie hassen das Ungefähre, also sind sie Baumeister.

Hans Gerber