

Zeitschrift: Schweizerische Bauzeitung
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 86 (1968)
Heft: 14

Artikel: Das Warenhaus "Globus" an der Bahnhofstrasse in Zürich
Autor: G.R.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-70011>

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: 31.01.2026

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

Das Warenhaus «Globus» an der Bahnhofstrasse in Zürich

DK 725.214

Warenhausbau im Rückblick

Das Mitte September 1967 auf dem Areal des ehemaligen Linthescher-Schulhauses zwischen Bahnhofstrasse und Löwenplatz eröffnete neue Haus des Zürcher Globus reicht in seinen Anfängen zugleich in die Entstehungszeit des Warenhauses an sich zurück (vgl. «Merkmale aus der Geschichte des Zürcher Globus», Seite 217 dieses Heftes).

Neue Aufgaben

Wohl wurden die Ursprünge des Warenhausbaus bisher noch nicht präzise und in chronologischer Folge aufgezeichnet. Bekannt sind aber zahlreiche Tatsachen, welche die Entwicklung dieser Gebäudegattung als einer schon zur Zeit des Klassizismus im 19. Jahrhundert neu sich stellenden technisch-architektonischen Bauaufgabe im grossen und ganzen belegen¹⁾. Diese Entwicklung erfolgte in Amerika und in Europa zeitlich ungefähr gleichlaufend, wobei aber – bei ähnlichen Grundprinzipien – unterschiedliche Gegebenheiten und Auffassungen den zunächst in Frankreich und England sowie in der Neuen Welt entstehenden Warenhäusern ihr Gepräge gaben.

Neue Handelsformen

Der sich rasch abwickelnde Verkauf vielfältiger Waren unter einem Dach an eine grosse Zahl von Konsumenten, unter Preisgabe der hergebrachten Direktbeziehung zwischen Erzeuger und Käufer, bildete eine neue, zeitgemässe Handelsform als Folge des Anwachsens der Stadtbevölkerung, des rascheren Lebensstempos und der Möglichkeit, Waren billiger zu produzieren. Dies besonders in Amerika, wo material- und herstellungsbezogene Bindungen zumeist fehlten und neuen Fertigungsmethoden, zum Beispiel in der Fabrikation von Konfektionskleidern, denen die Warenhäuser mit ihren Massenangeboten zum Durchbruch verhelfen. «Ready-made Clothing» inserierte schon 1850 die Oak Hall in Boston, Mass. – lange bevor Henry Ford das Automobil durch die Serienfabrikation seines Modells T (die berühmte «Tin Lizzie») popularisierte.

¹⁾ Einzelne Angaben sind dem Werk «Raum, Zeit Architektur» (Warenhäuser als Folge der Industrialisierung, Seiten 169 bis 174) von S. Giedion entnommen. Verlag Otto Maier, Ravensburg

Der neue Zürcher Globus im Stadtbild. Von der baumbestandenen Linthescher-Anlage am Bildrand links zieht sich die Bahnhofstrasse gegen den See hin. An dieser sind die Warenhäuser Globus (im Vordergrund), dahinter Oskar Weber und rechts (am Bildrand) Jelmoli erkennbar. An der Einmündung des Rennwegs steht das kürzlich ebenfalls neu erstellte Schuhhaus Capitol. (Phot. «Comet», Zürich)



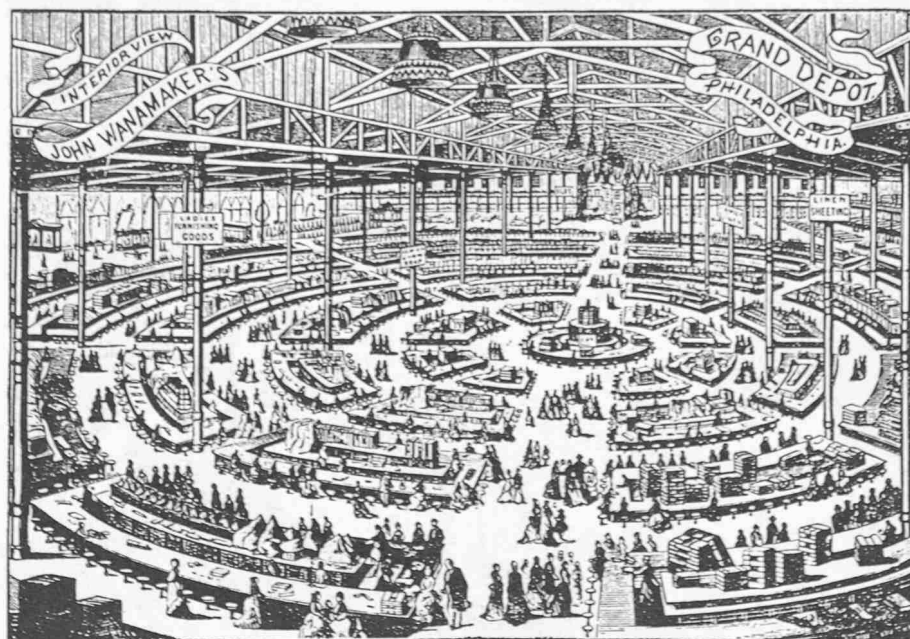


Washington Stores, New York 1845. Amerikanische Vorläufer des Warenhauses, die Commercial Buildings, vereinigten eine Reihe von Läden (des Einzelhandels) unter einem Dach. Getrennte Einheiten konnten zu einem einzigen Geschäft vereinigt werden. Die meisten dieser Geschäftshäuser waren Spekulationsbauten, und die Besitzer vermieteten die einzelnen Läden an Detailhändler oder Grossisten. In neuester Zeit scheint das Gemeinschafts-Warenhaus zum Beispiel in Schweden (Stockholm) und in Deutschland wieder zu auferstehen

Das europäische Gegenbeispiel zum Aufkommen neuer Warenverteilungsmethoden bildete Frankreich, das schon durch seine Grande Révolution mit den alten Zunftordnungen gebrochen und über seine bonapartistische Verfassung auch den Handel liberalisiert hatte. Für das Pariser Magazin «Au Bon Marché» an der Rue du Bac galten schon 1852 Verkaufsgrundsätze, wie sie für das Warenhaus (und grössere Branchengeschäfte) noch heute üblich sind:

- Ware mit Preisetikette (Ausschluss des Feilschens),
- Kein Kreditverkauf (vom heutigen Warenhaus wieder fallen gelassen),
- Konsequente Politik des grossen Umsatzes (Ladenhüter werden billigst abgestossen),
- Umtausch gestattet,
- Kein Kaufzwang,
- Gleiche Bedienung aller Kunden ohne Standesunterscheidung.

John Wanamaker Store, Philadelphia, 1876. Das Grand Depot war ursprünglich ein Frachtschuppen der Pennsylvania-Eisenbahn, bevor Wanamaker die kühne Idee hatte, es in ein riesiges ebenerdiges Warenhaus mit einer Bodenfläche von 8000 m² für Stoffe und Zubehör umzubauen. Das Zentrum des radial und in Kreisbögen verlaufenden Gangsystems bildete ein runder Warentisch von 27 m Umfang



Wegen. Vorläufer bildeten die früheren Warenumschlagplätze, das heisst einerseits die grossen mehrstöckigen Commercial Buildings in St. Louis, Boston oder die Washington Stores (1845) in New York, andererseits die Markthallen und die Pariser docks à bon marché der sechziger Jahre.

In Amerika...

In den Vereinigten Staaten behielt man bis in die Ära des repräsentativen Warenhauses den Lagerhaustyp, das heisst durchgehende Geschossflächen ohne feste Unterteilung bei.

Das bevorzugte, fast modisch werdende Konstruktionsmaterial bildete Gusseisen mit dem an der River Front in St. Louis ganze Fassaden errichtet wurden. Neu war 1857 ein Personenaufzug, den Mr. Otis in einem New Yorker Warenhaus mit vier Obergeschossen konstruiert hatte.

Das umfangreichste Warenhaus-Unternehmen der Welt ist heute die J. C. Penney Co. Inc., die 1902 in Wyoming (USA) gegründet wurde und Warenhäuser in 1964 Ortschaften der Vereinigten Staaten unterhält. Das grösste Warenhaus-Gebäude gehört der R. H. Macy & Co. Inc. Es ist zugleich das grösste Geschäftslokal der Welt überhaupt und liegt am Broadway in New York. Seine Grundfläche misst also 186 900 m². Die Zahl der Angestellten beträgt 11 000. Wer hätte das gedacht, als Herr Macy im Jahre 1858 einen kleinen Laden für Galanterie-Waren in der 6th Avenue eröffnete?

und in Frankreich

In Frankreich und in England hatte die Eisenbauweise schon im 18. Jahrhundert eingesetzt auf Grund molekularer Strukturkenntnisse und der Möglichkeit, durch Kohlefeuerung im Schmelzofen Eisenbarren zu erzeugen. Weiteren Auftrieb erhielt sie wohl durch die Pariser Weltausstellung und das Magazin Central der Bibliothèque Nationale (1858–1868 von Henri Labrousse) sowie durch manch andere Aufsehen erregende Eisenkonstruktionen. Einen beherrschenden Eindruck vermittelte damals ohne Zweifel auch der Londoner Kristallpalast, für den der Franzose Hector Horeau eine leichte Eisenkonstruktion im Basilikatypus vorgeschlagen hatte (1. Wettbewerbspreis). Der Kristallpalast wurde 1937 durch eine Feuersbrunst zerstört.

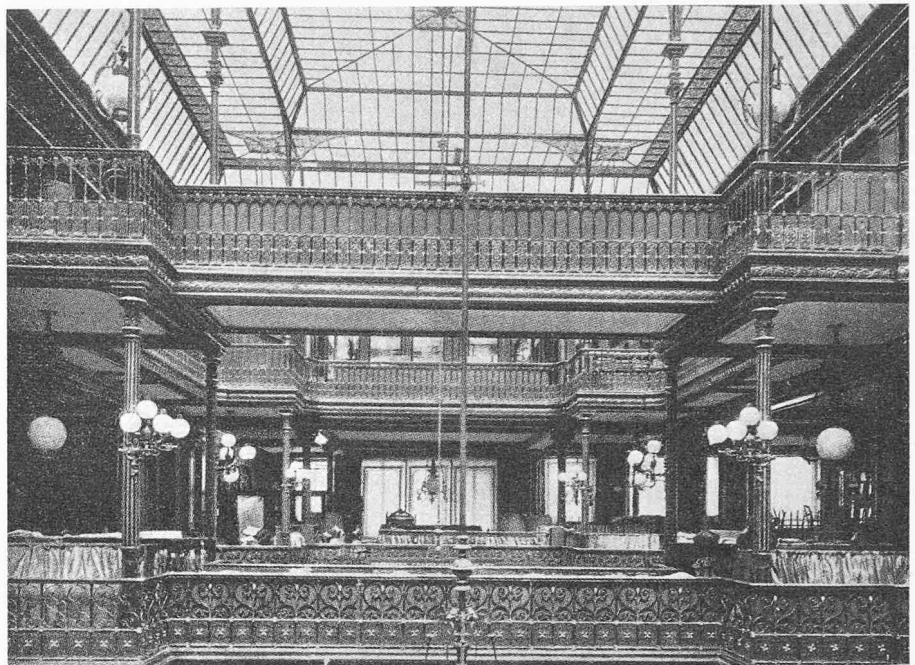
Der Typ des kontinentalen Warenhauses verkörperte vor allem das Magazin au «Bon Marché» (1876, von Eiffel und Boileau). Dieses erste moderne Warenhaus aus Eisen und Glas wies einen für den Warenhausbau in Europa charakteristisch gewordenen mehrgeschossigen *Lichtof* in einer Kombination von Oberlichtern und eisernen Passerellen auf. Schlanke Gusseisensäulen und Geländer, verkleidete Frieze usw. zeigten – bei aller konzeptionellen Strenge – einen Einschlag in jene ornamentalen Formen, die in der Folge im Warenhaus üppige Blüten trieben. Wahrscheinlich sollte dieser Zug überbordender Zier und luxuriöser Materialien, wie er dann in Deutschland besonders offensichtlich wurde, die mit dem Warenhaus verbundene Vorstellung vom «Bazar» überwinden, in welchem billige und daher eher minderwertige Ware feilgehalten wird. Das Warenhaus wollte sich vom Odium des Marktschreierischen und des Ramsches befreien und salonfähig werden – koste es, was es wolle!

In Deutschland

In der deutschen auf das Geschäftshaus bezogenen Begriffsbildung wird zwischen dem *Kaufhaus* und dem *Warenhaus* unterschieden. Unter dem eigentlichen Kaufhaus wird ein Spezialgeschäft als Grossbetrieb verstanden. Diese Geschäftsform überragt bei weitem das Kleingeschäft – aus welchem sich das Kaufhaus vielfach entwickelt hat – im Umfange seiner rationell ausgerichteten Einkaufs-, Werbe-, Verkaufs- und Betriebsorganisation. Im Unterschied zum Warenhaus, mit dem es in der Konzentrierung des Einzelhandels in einer Hand Ähnlichkeit aufweist, bietet das spezialisierte Kaufhaus dem Kunden den Vorteil seiner grossen Lagerhaltung und differenzierten Auswahl von Waren derselben Gattung. Dabei kann diese eine ergänzende Ausweitung in nahe verwandte Branchen erfahren (z. B. ein Kaufhaus, das Herrenkleider führt, nimmt auch Herrenartikel und -wäsche, eventuell auch Schuhwaren, hinzu usw. In Zürich würde etwa die Firma Seiden-Grieder dem Typ Kaufhaus entsprechen).

Die bauliche Entwicklung des Kaufhauses und der ihm verwandten Warenhäuser ging in Deutschland seit der Mitte des letzten Jahrhunderts meist ganz willkürlich und eher in kleinerem Massstabe vor sich. Oft handelte es sich um Um- und Erweiterungsbauten, verbunden mit einer äusseren Neugestaltung. Im allgemeinen stand man den Aufgaben des Geschäftshausbaues architektonisch recht hilflos gegenüber. Dies geht auch aus einer Publikation in der Schweiz. Bauzeitung im Jahre 1899 (Bände Nr. 34 und nachf. im Jahre 1899/1900) hervor, worin in Fortsetzungen von Baurat C. Junk über «Neue Berliner Kauf- und Warenhäuser» berichtet worden ist. Zwar erfasste man damals durchaus, dass Kauf- und Warenhäuser realistischen Zwecken dienen und daher auch einen realistischen Aufbau erfahren sollen. Doch war dies gemäss damaliger Anschauung eben auch «in künstlerischem Ausdruck klar zur Schau zu bringen». Darunter hat man im allgemeinen den trockenen Akademismus zu verstehen, der mangels eigener schöpferischer Kraft die Vorbilder früherer Stilarten, vorwiegend der Renaissance (welcher als besondere Errungenschaft mitunter noch klassische Motive unterlegt wurden!) oder «mittelalterliche Struktur- und Stilform», eventuell noch bereichert durch einen Schuss «von Schmuckformen des Barock- und Rokoko-stils deutscher Auffassung» bis zum Überdruß abwandelte. Wo sich indessen «alte Schmuckformen zur Erfüllung neuer Forderungen nicht mehr geeignet erwiesen», suchte man sie entsprechend umzubilden oder durch andere zu ersetzen. Ein derartiges «Werden des Neuen» etwa als «Amerikanismen» zu bezeichnen, war streng verpönt. Überhaupt wurden ausländische Vorbilder im Geschäftshausbau entschieden abgelehnt mit der Einrede, dass Verkehrsverhältnisse, Grundstückform und Baupolizeivorschriften zu wenig Verwandtschaft mit anderen Grossstädten aufweisen würden.

Das erste bedeutende moderne Kauf- und Warenhaus bauten die Berliner Architekten *Messel & Altgelt* 1897/98 an der Leipziger Strasse im Auftrag von *A. Wertheim*, der in Berlin drei Warenhäuser errichtete, darunter eines von den gleichen Architekten an der Oranienstrasse. A. Messel kombinierte an der



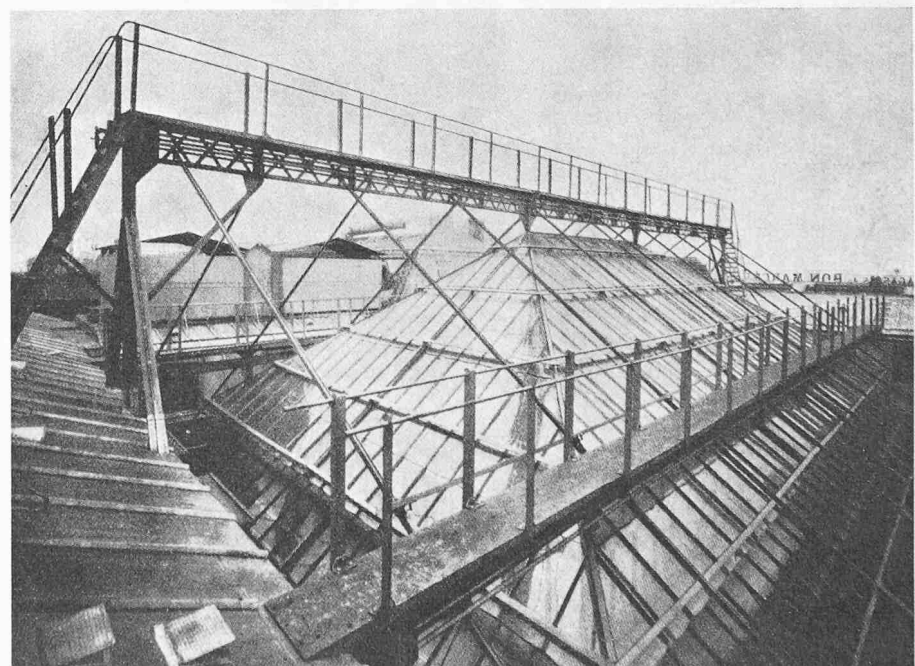
Magasins Au Bon Marché in Paris, 1876 erbaut von Eiffel und Boileau. In dieser Kombination von Oberlichtern, luftigen eisernen Passerellen, schlanken Eisenstützen und ornamentalen Formen drückte sich die schöpferische Phantasie des 19. Jahrhunderts aus (S. Giedion)

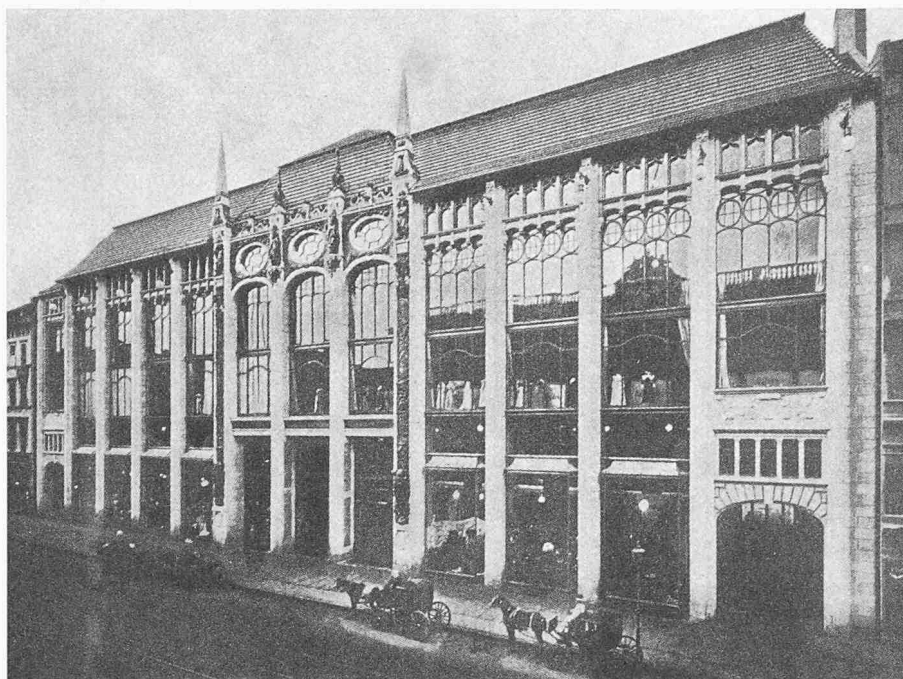
Leipziger Strasse den amerikanischen Lagerhaustyp (durchgehende Bodenflächen ohne feste Raumeinteilung) mit dem «europäischen» Lichthof, der über vier Geschosse hinweg durch ein grosses Oberlicht erhellt wurde. Im Äusseren brachte der Bau seine Pfeilerkonstruktion eher massig zum Ausdruck unter bemerkenswerter Auflösung der Zwischenfelder in Glasflächen. Das Innere ging da und dort mit seinem Reichtum an Schmuck und Zier (weisser Marmor, gemalte Glasfenster, exotisches Holzwerk mit an indische Formgebung erinnernder Schnitzerei und dergleichen mehr) «in der Raumstimmung über den Zweck einen feierlichen

Schritt hinaus». Ein Zeitgenosse verglich seinen Gesamteindruck von Wertheim mit der «wuchtigen Stimmung alter Kathedralen». – Immerhin, Messel ist es zuzuschreiben, Warenhäuser mit weitgehend in Glas aufgelösten Fassaden und funktionsbestimmter Grundkonzeption geschaffen zu haben.

Rund 10 Jahre später entstand in der niederrheinischen Industrieresidenz Düsseldorf das Warenhaus Tietz. Sein Architekt, Prof. *J. M. Olbrich* bekannte sich ebenfalls zum Grundsatz, dass beim Warenhaus alles auf den günstigen Einbau der Lichthöfe ankomme, um die sich die Warenstände gruppieren müssen (SBZ 1909, Bd. 53, Nr. 24).

Au Bon Marché, Paris, 1876. Glasdach über dem Oberlicht. Diese Glasarchitektur war von der Strasse aus nicht sichtbar. Wenn das 19. Jahrhundert unbeobachtet war, wurde es kühn! (S. Giedion)





Kauf- und Warenhaus A. Wertheim an der Leipzigerstrasse in Berlin. Erbaut 1897/1898 durch die Architekten Messel & Altgelt. Das Äussere zeigt den straffen Pfeilerbau mit zwischengespannten Decken und durchwegs verglasten Fassadenflächen. Die ornamentalen Formen verdichten sich in der Bekrönung der mittleren Eingangspartie. Seitlich die Hofeinfahrten



In Deutschland haben Kauf- und Warenhäuser um die Jahrhundertwende und später nach der Inflation einen starken Aufschwung genommen. Besonders bekannt wurde das von Erich Mendelsohn betrieblich-architektonisch konsequent geplante Kaufhaus Schocken in Chemnitz. Eine Reihe bedeutender Geschäftsbauten Deutschlands sind den Bombardierungen im Zweiten Weltkrieg zum Opfer gefallen.

In der Schweiz

Wie *Peter Kaufmann*, Generaldirektor der Magazine zum Globus, bei der Eröffnung des neuen Hauses berichtete, nahmen die Häuser Loeb in Bern sowie Jelmoli und Globus in Zürich etwa gleichzeitig, nämlich 1899, den Charakter moderner Warenhäuser an. Damals hatten die Söhne von M. Loeb aus Freiburg i. Br. eben ein dreistöckiges Warenhaus in Bern eröffnet; Jelmoli war in seinem Neubau Sihlstrasse/Seidengasse (ebenfalls eine «Lichthoflösung») umgezogen, und Globus hatte sein Geschäft auf der Papierwerdinsel. Zu den «klassischen» Gründungen sind wohl noch die Häuser Kaiser & Co., Bern, und Veillon S.A., Lausanne (dieses auch als Versandgeschäft), zu zählen. Seither sind sich in der Schweiz mehrere Warenhausunternehmungen gefolgt.

*

Der neue Zürcher Globus bedeutet heute auch auch im Blick über die Grenzen unseres Landes die modernste Warenhauslösung. Sein Angebot umfasst in 106 Verkaufsabteilungen rd. 35 000 Artikel und rd. 7 500 Lebensmittel-Artikel. Von insgesamt 1050 Angestellten sind beschäftigt: im Verkauf 650, in der Administration 80, im Warenumsatz 320. G. R.

Bemerkung

Mit Ausnahme der Illustrationen zum Berliner Warenhaus Wertheim sind die in diesem Zusammenhang publizierten Bilder aus der Frühgeschichte des Warenhausbaus dem Buch «Raum, Zeit, Architektur (die Entstehung einer neuen Tradition)» mit freundlicher Genehmigung des Verfassers **Siegfried Giedion** entnommen (Seiten 169, 171, 172 und 173). In diesem Werk gibt der Autor unter «Warenhäuser als Folge der Industrialisierung» einen interessanten Abriss über die Entwicklung des Warenhausbaus im 19. Jahrhundert, dem wir auch für unsere Darstellung einige Angaben entnommen haben. Wo die Bildlegenden eine persönliche Aussage enthalten, haben wir den Namen des Urhebers beigelegt. «Raum, Zeit, Architektur» ist im Otto Maier Verlag, Ravensburg, 1965, erstmals in deutscher Sprache erschienen und in der SBZ 1966, Heft 3, besprochen worden.

Warenhaus Wertheim, Leipzigerstrasse, Berlin. Blick in die durch vier Geschosse reichende Oberlichthalle an der Eröffnung 1898. Die im Prinzip nicht unterteilten Etagen schliessen mit offenen Galerien an den Lichthof. Zentrales Motiv bildet eine sich verzweigende Freitreppe, auf welcher die Göttin der industriellen «Abundantia» als Symbol erfolgreichen Schaffens und Handelns thront, flankiert von hochragenden Beleuchtungsträgern in Form von Pilaren, aus Aluminiumbronze geschmiedet und getrieben. Das Innere dieses Abundantia-Tempels spiegelt das üppige Schmuckbedürfnis des damaligen Zeitgefühls. Messels Warenhausbauten wurden vielfach Vorbild für Lichthof-Lösungen in der früheren Warenhausepoche.