

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art

Band: 39 (1952)

Heft: 5: Geschäftshäuser

Artikel: Ein neues Warenhaus in Mailand : "Le Rinascente", 1949/51, Entwurf und Fassadengestaltung : Prof. Ferdinando Reggiori, Architekt ; Konstruktion und Bauleitung : Dr. ing. Aldo Molteni ; Innenausstattung, Schaufenster und Eingänge : Carlo Pagani, Architekt

Autor: W.R.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-30234>

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: 18.02.2026

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



Gesamtansicht 2. Obergeschoß mit Rolltreppe. Graulila Spannteppich, Decke im Vordergrund dunkelblau, hinten braunviolett | Vue générale du second étage, et escaliers roulants | General view second upper floor with escalator

Photos: Fortunati, Mailand

Ein neues Warenhaus in Mailand

«La Rinascita», 1949/51, Entwurf und Fassadengestaltung: Prof. Ferdinando Reggiori, Architekt; Konstruktion und Bauleitung: Dr. ing. Aldo Molteni; Innenausstattung, Schaufenster und Eingänge: Carlo Pagani, Architekt

Eine der Überraschungen der letztjährigen Triennale von Mailand gerade für die Schweizer Besucher war die Tatsache, daß die ausgestellten formschönen, billigen und praktischen Möbel, Lampen und anderen Einrichtungsgegenstände der Wohnabteilung aus dem großen Mailänder Warenhaus «La Rinascita» stammten. Die fortschrittlichen, teilweise ins Experimentelle vorstoßenden Einrichtungen zeugten von einer aufgeschlossenen Einstellung eines Warenhauses, die beispielhaft ist. Sie bewog viele ausländische Besucher, das im Zuge des Wiederaufbaus unmittelbar gegenüber dem nördlichen Querschiff des Domes errichtete Warenhaus selbst zu besichtigen. Dem Bau sind heftige Kontroversen vorausgegangen, die über Mailand hinausgegriffen haben: Sie betrafen das Äußere des Baues, seine Eingliederung in die Front der Galeriebauten an der Nordseite des Domplatzes. Am ausgeführten, mit einigen Kompromissen behafteten, jedoch nicht als Fremdkörper wirkenden Bau fällt die weitgehende Fensterlosigkeit auf. Auch auf die vorhandenen Fenster hätte von der Organisation des Betriebes her verzichtet werden können. Diese Fensterlosigkeit ist nicht neuartig. Sie setzt sich für große Verkaufsgeschäfte, denen das Tageslicht auch unter den günstigsten Lichtverhältnissen nur einen Bruchteil der nötigen Beleuchtung bieten kann, mehr und mehr durch, vor allem in

Amerika. Doch sind auch in Deutschland seit Kriegsende einige fensterlose Warenhausbauten entstanden.

Der organisatorische Aufbau der «Rinascita» ist folgender: Das Gebäude, dessen Hauptfront am Domplatz liegt, nimmt die vordere Hälfte eines dreieckigen Grundstücks ein, das seitlich von zwei zum Dom mündenden engen Straßen begrenzt wird. Das Warenhaus besitzt Erdgeschoß, sieben Obergeschosse und zwei Untergeschosse. Die Verkaufsabteilungen verteilen sich wie folgt auf 5 Geschosse:

Untergeschoß: Geschirr, Glas, Besteck, Haushaltartikel, Haushaltmaschinen, Küchenmöbel, Geschenkartikel (gesamte Fläche 1666 m²).

Erdgeschoß: Bonetterie, Mercerie, Chemiserie, Parfümerie, Schmuck, Herrenschuhe, Herrenbekleidung, Kleiderstoffe, Taschen, Schirme, Rauchwaren, Papeterie, Stände für Gelegenheitsartikel (gesamte Fläche 1741,86 m²).

1. Stock: Baumwollstoffe, Wollwaren, Seiden- und Kunstsseidenstoffe, Leinen und Haushaltwäsche, Sportartikel, Spielwaren, Lederwaren, Reiseartikel, Reisebüro (gesamte Fläche 2076,66 m²).

2. Stock: Damen- und Mädchenkonfektion, Damen- und Kinderschuhe, Trikotagen, Wäsche, Hüte, Bébé-Artikel, Kinderkonfektion, Damencouleur, Schönheitssalon, Modesche Bouquette, Saal für Modevorführungen, Lesesaal, Tea-Room (gesamte Fläche 2500,22 m²).

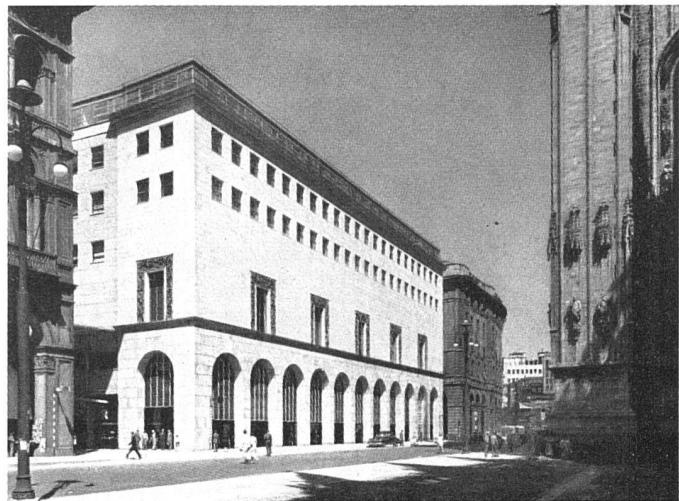
3. Stock: Möbel und Einrichtungsgegenstände, Teppiche, Vorhang- und Möbelstoffe, Tapeten, Lampen, Radio und Grammo, Antiquitäten, Wohnberatung, wechselnde Wohnausstellungen, Kasse (gesamte Fläche 2251,15 m²).

Total der Verkaufsfläche 10 235,29 m².

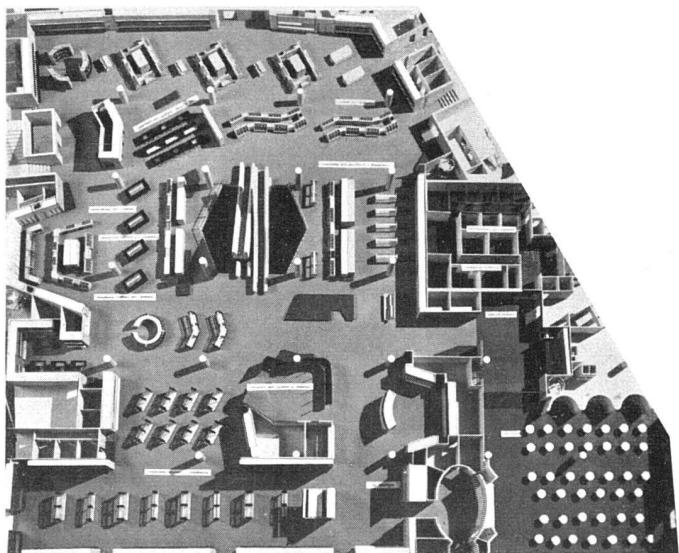
Jedes Stockwerk ist als ungeteilter, nur durch die tragen den Säulen gegliederter Raum völlig überschaubar. Alle Administrationsräume, Treppen- und Liftanlagen, Dienst- und Nottreppen, Lager u. a., sind an die Außenmauern besonders der angebauten Rückseite geschoben. Für Lager, Wareneingang, Spedition, Verwaltung und Personal stehen zudem das zweite Kellergeschoß und 4 Obergeschosse zur Verfügung. Das Dachgeschoß ist gegen den Dom stark zurückgesetzt. Das Zentrum jeder Verkaufsetage bildet eine Rolltreppenanlage, die durch eine sechseckige Öffnung die Stockwerke verbindet und über die sich ein wesentlicher Teil des Verkehrs sehr flüssig abwickelt. Das Erdgeschoß besitzt fünf Eingänge, an den vier Ecken des Grundstücks sowie in der Mitte der Hauptfassade. Für die Gestaltung der Eingänge war der Gedanke wegleitend: so viel Sicht als möglich von außen ins Innere, deshalb Verwendung von rahmenlosen Kristallglastüren. Einer der Windfänge enthält ein Hauptwerk der neuen italienischen Kunst: ein großes Mosaikbild von Massimo Campigli.

Für die Grundrißgestaltung der einzelnen Stockwerke wurde nicht bloß wegen der Vielfalt der Verkaufsobjekte auf ein starres Schema verzichtet. Der Gesichtspunkt der Flexibilität bildet die Grundlage der ganzen inneren Gliederung des Warenhauses. Durch immer wieder andersartige räumliche Disposition immer wieder andersartigen Mobiliars suchte der Innenarchitekt den Besucher und Käufer in räumlicher Spannung zu halten, zu interessieren und vor Ermüdung zu bewahren. Deshalb wurde auch, soweit möglich, auf den traditionellen Ladenkorpus verzichtet, der sich zwischen Käufer und Verkäufer stellt. Daß vor allem jedes starr rechtwinklige Ordnungsprinzip der Verkaufsgestelle und andern Mobilien vermieden und die ganze Warenausstellung und Lagerung vollständig aufgelockert ist, wirkt sich sehr wohltuend aus. Meist in diagonaler Staffelung ordnen sich, allseitig zugänglich, Tische, Gestelle oder Schränke zu kleinen Gruppen, die sofort wieder von einem andersartigen Arrangement der nächsten Abteilung abgelöst werden. Das vielfältige, teilweise neuartige Mobiliar nimmt auf die Besonderheiten der Ware in höchstem Maße Rücksicht.

Dazu kommt als Wesentlichstes der vollständige Verzicht auf Tageslicht. Die gesamte künstliche Beleuchtung in wohltuender Mischung erfolgt von den Decken aus, in die in wechselnder Anordnung und Größe die Lichtquellen versenkt sind: große Wabenfelder an Stellen, die starke Beleuchtung erfordern, Reihen von rechteckigen oder quadratischen Lichtquellen, schließlich, weitaus am häufigsten, die kleinen kreisförmigen Tiefstrahler. Im Raume selbst wird die Beleuchtung als solche gar nicht bewußt wahrgenommen. Auch der Wechsel von stark ausgeleuchteten zu dämmigeren Zonen wird als ganz natürlich empfunden, vor

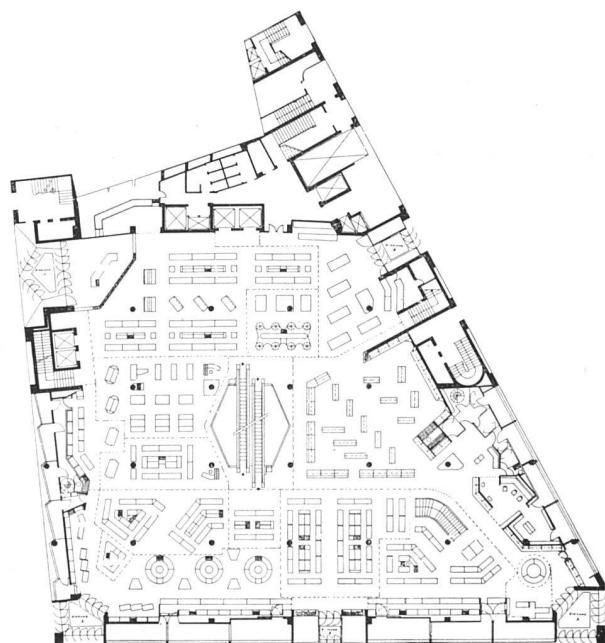


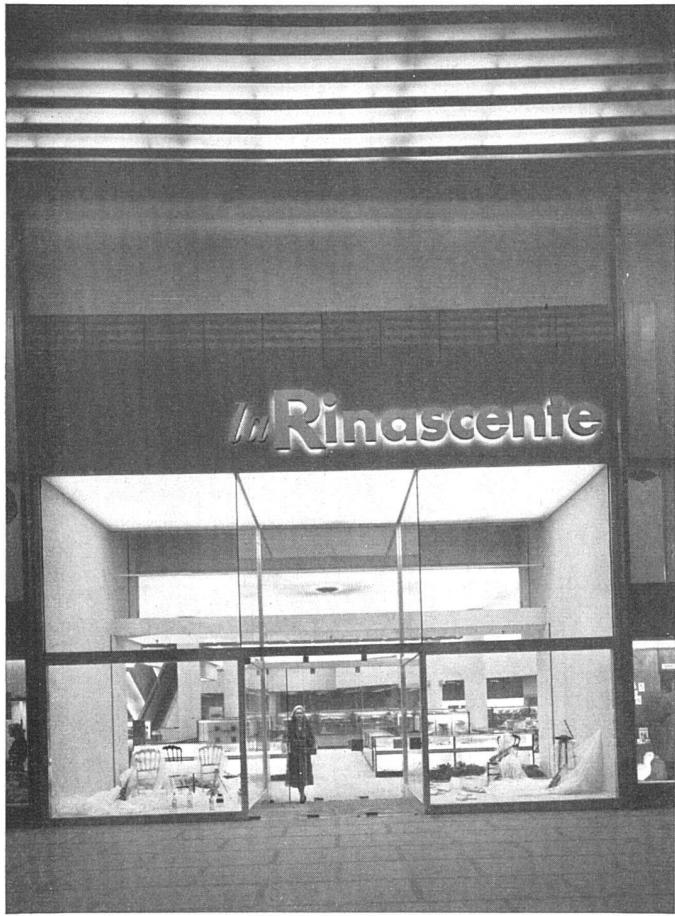
Fassade gegen den Domplatz | Façade sur la place du Dôme | Elevation towards Cathedral Square



Möblierungsplan 2. Obergeschoß (nach Modell) | Plan de l'ameublement du second étage (d'après maquette) | Furniture lay-out in second floor (after model)

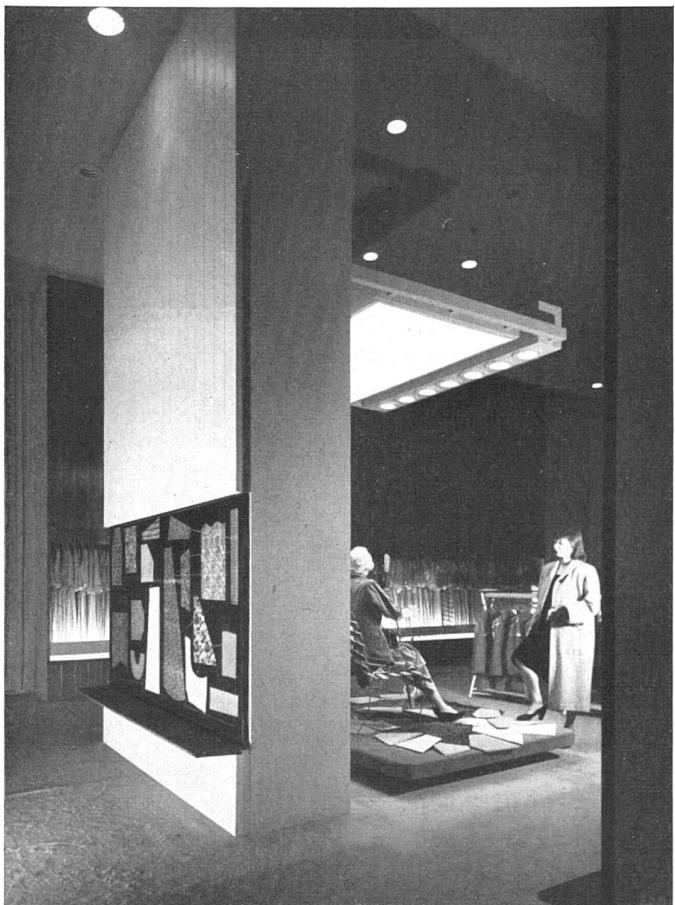
Erdgeschoß mit Arkaden 1:800 | Rez-de-chaussée | Ground floor with arcades





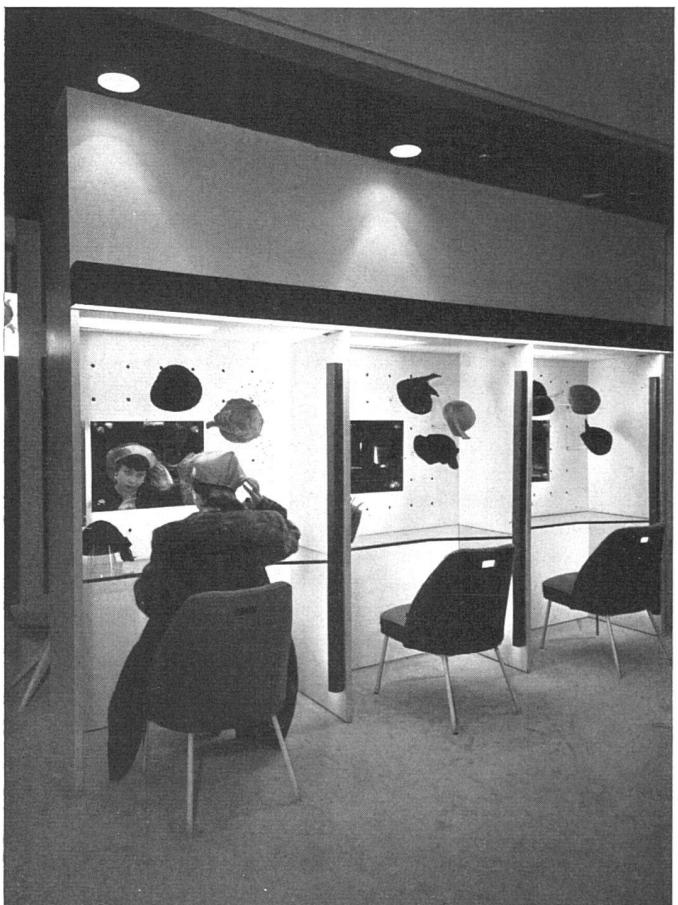
Haupteingang unter den Arkaden. Pendeltüren aus Securitglas, Metallteile aus Aluminium | Entrée principale sous les arcades. Portes pivotantes en verre sécurit. Parties métalliques en aluminium | Main entrance beneath arcades. Swing doors of securit glass, metal parts of aluminium

Detail aus der Damenkonfektion im 2. Obergeschoß | Détail du rayon de confection pour dames, au second étage | Second floor, detail of ladies' tailoring store



Seiteneingang mit Mosaik von Massimo Campigli | Entrée latérale et mosaïque de Massimo Campigli | Side-entrance with mosaic by Massimo Campigli

Probierkabinen der Hutabteilung | Cabines d'essayage du rayon des chapeaux de dames | Try-on cubicles, millinery dept.



Photos: Fortunati, Mailand

Möbelabteilung mit verstellbaren aufgehängten Wänden für Wechselausstellungen | Rayon du meuble. Les parois sont suspendues et mobiles, en vue des changements d'exposition | Furniture dept., with adjustable suspended walls for changing exhibits



*Gesamtansicht der Haushaltabteilung im Untergeschoß. Graublauer Gummi-
belag, Decke grau; Möbel helles Grau-
blau | Vue générale du rayon des articles de ménage au sous-sol | House-
hold dept., general view, basement*



*Blick von der Rolltreppe ins Unter-
geschoß | Le sous-sol vu de l'escalator |
View from escalator into basement*



allem, weil immer wieder Gestelle, Vitrinen und Tische Eigenbeleuchtungen besitzen.

Die eigenartige, in all ihren Variationen angenehme künstliche Beleuchtung, deren werbe- und verkaufstechnische Vorteile geschickt ausgenützt sind, verbindet sich mit den übrigen architektonischen und dekorativen Gestaltungsmitteln: häufiger Wechsel in der Raumhöhe, Spiel der Durchblicke und Überschneidungen der Rolltreppenanlage, Vielfalt und Wechsel in den Materialien und frischen Farbklangen von Boden (Gummi- und Linoleumbeläge, Spannteppiche, Parkette), Säulen, Mobiliar und Decken (meist dunkel getönt). Jedes Stockwerk hat eine besondere Farbe, die in allen Tönungen durchgehalten wird. Zu diesen Gestaltungsmitteln, deren praktische Aufgabe es ist, dem Kunden nicht nur den Einkauf in jeder Weise zu erleichtern, sondern auch den Aufenthalt so angenehm als möglich zu machen, gehören auch die Maßnahmen zur Lärmbremsung und – in Italien besonders schätzenswert – eine ausgezeichnete Klimatisierung. Daß eine solche Innenausstattung eines Warenhauses, wie sie Architekt Pagani mit großem Geschick und sicherem Geschmack verwirklicht hat, auch eine lebendige und freie Art des Verkaufsbetriebes voraussetzt und fordert, läßt der überaus sympathische Betrieb der «Rinascente» deutlich erkennen.

Technische Daten: Gesamte bebaute Fläche: 2211 m². Umbauter Raum: 110000 m³.

Bauweise: Stahlskelettbau mit 8,5 m Stützen-Achsenabstand. Umfassungswände bis zum Straßenniveau in Stahlbeton. Die Decken bestehen aus Stahlträgern mit zwischen gespannten Stahlbetonplatten. Deckenstärke 0,50 m inkl. Fußboden und Deckenverschalung. Keine sichtbaren

Rayonkasse mit Packtisch, an der Säule aufgehängt / Caisse de rayon et table d'emballage, fixées à une colonne / Rayon counter with packing section suspended from column
Photos: Fortunati, Mailand



Unterzüge; alle Installationsstränge sind in den Decken und Säulen untergebracht.

Der im Grundriß unregelmäßige rückwärtige Teil des Gebäudes ist in Stahlbeton aufgeführt. Er enthält die Treppen und Aufzüge sowie die Schächte der Klima-Anlage. Hier sind auch die separaten Zugänge zu den Büros angebracht, die als Notausgänge verwendet werden können.

Bodenlasten im Durchschnitt 2,5 kg/cm², Nutzlasten in allen Gebäudeteilen 600 kg/m². Ausfachung der Skelettfächer mit Loch-Backsteinen 25/25/12. Außenwand: Marmorplatten-Verkleidung 4 cm, Zementmörtelbett 3 cm, Ausfachung 25 cm, Luftsicht 10 cm, verputzte Leichtplattenwand 8 cm, total 50 cm Wand. Der Wärmeleffizient entspricht einer 1 m starken Backsteinwand. Deckenverschalung: eisenbewehrte Gipsplatten 1,50/3,00.

Die zehn Personenaufzüge haben eine Geschwindigkeit von 1,20 m/Sek. Der größte Teil der Waren wird mit Paternoster befördert, Stundenleistung 20 t bei automatischer Lade- und Entladevorrichtung. Die Rolltreppen für das Publikum haben in beiden Richtungen eine Stundenleistung von 5000 Personen.

Den verschiedenartigen Möbeln in den fast selbständigen Verkaufsabteilungen wurde ein Einheitsmaß von 0,61 m zugrunde gelegt, das der Tiefe der Verkaufstische und Regale sowie der Verkäufergänge entspricht. Regallänge 1,22 m, Tischlänge 1,38 und 2,44 m. Höhe der freistehenden Regale 1,45, der Wandregale 2,0 m. Höhe der Verkaufstische 0,90 m. Verkaufsflächen mit synthetischem Harz, Gummi oder Linoleum belegt. Verwendete Hölzer: Nußbaum, Mahagoni, Birnbaum. Alle stark beanspruchten Möbel und Möbelteile aus Metall.

W.R.

Blick gegen das Zentrum des Erdgeschoßes mit Rolltreppe. Bodenbelag Travertin-Platten. Decke dunkelblau, in der Mitte weißer Raster mit Fluoreszenzlicht / Le centre du rez-de-chaussée et l'escalator / View towards centre ground floor with escalator

