

Zeitschrift: Werk, Bauen + Wohnen
Herausgeber: Bund Schweizer Architekten
Band: 68 (1981)
Heft: 1/2: Neue Architektur in Deutschland

Artikel: Historische Architektur in der Bundesrepublik
Autor: Petsch, Joachim
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-51912>

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>

Joachim Petsch

Historistische Architektur in der Bundesrepublik

Architecture néo-historique en République Fédérale Allemande

Historical tendencies in the German Federal Republic

Neue Tendenzen im Warenhausbau

Analysiert man die Erscheinungsform der Architektur der 70er Jahre und der Gegenwart nach überwiegend formalästhetischen bzw. stilistischen Kriterien und Kategorien, wie es beispielsweise Ch. Jencks tut¹, so lassen sich auch in der bundesdeutschen Baukunst drei Hauptströmungen unterscheiden:

- 1) Eine Baukunst, die ihre Formensprache aus dem lokalen und regionalen Kontext bezieht.
- 2) Eine Baukunst, die sich um historische Kontinuität bemüht.
- 3) Eine Baukunst, die den Kunstcharakter ihrer Architektur besonders hervorhebt und aus ästhetischen Gründen Form-, Ordnungs- und Strukturelemente der klassizistischen und konstruktivistischen Architektur verwendet (rationalistische Architektur).

Wie die Baupraxis zeigt, erweist sich die Einordnung einzelner Bauten in dieses Stilschema häufig als schwierig, da natürlich stilistische Überschneidungen an einem Bauwerk vorkommen können. Der vorliegende Beitrag will die historisierende Architekturauffassung, die vor allem bei Warenhausneu- und -umbauten in der Bundesrepublik eine grosse Rolle spielt, anhand einiger ausgewählter Beispiele vorstellen; darüber hinaus bemüht er sich, da Analyse und Bewertung der historischen Architektur in der Literatur vorwiegend auf formalästhetischen Kriterien basieren, die geänderten ökonomischen Rahmenbedingungen als Ursachen für den Formenwandel aufzuzeigen und die historisierende Architekturauffassung als neueste ästhetische Strategie der die Stadtentwicklung und Stadtgestaltung bestimmenden wirtschaftlichen Gruppen nachzuweisen.

Der Kaufhof-Umbau in Bonn

Während bei dem Kaufhof-Umbau in Bonn der innere Ausbau und die Ge-

staltung des Schaufensterbereichs einem einheimischen Architekten übertragen wurden, stammt der Fassadenentwurf von den renommierten Stuttgarter Architekten H. Kammerer und W. Belz, die sich 1974 an dem beschränkten Wettbewerb beteiligt hatten und von der Kaufhof AG, dem zweitgrößten bundesdeutschen Warenhauskonzern, mit der Ausführung betraut wurden. Die zweischalige Fassade über gabelstumpfförmigen Stützen im Erdgeschoss wurde zur Jahreswende 1978/79 fertiggestellt, der innere Um- und Ausbau ist dagegen noch nicht abgeschlossen. Anlass des Umbaus war eine erhebliche Vergrößerung der Verkaufsfläche.

Die neue, historische Architekturformen und Gestaltungselemente aufgreifende Kaufhoffassade (skelettierte Fassade aus sandgestrahltem Beton, Ausmauerungen aus Tuffstein) wurde vom Kaufhof-Konzern im Dezember 1978 (8.12.1978) in einer ganzseitigen Anzeige in den Bonner Lokalzeitungen «Bonn und seinen Bürgern als Weihnachtsgeschenk» präsentiert.² Sie sei ein



1



2

1+2

Kaufhof Bonn. Neugestaltung der Fassade durch H. Kammerer und W. Belz, Stuttgart. Fertigstellung 1978
Grand magasin, Bonn. Nouvelle conception de la façade

par H. Kammerer et W. Belz, Stuttgart. Achèvement 1978
Department store, Bonn. Redesign of the elevation by
H. Kammerer and W. Belz, Stuttgart, Completion 1978

«Beitrag zur Stadtverschönerung» und «runde» die in Angriff genommene Neugestaltung des Bonner Münsterplatzes «zu einem der schönsten Plätze der Bundeshauptstadt» – der Bonner Oberbürgermeister sprach sogar von einem «der schönsten Plätze Europas» – «sinnvoll» ab.³ Zur Neugestaltung des Platzes (Architekt: G. Böhm) gehören neben der neuen Pflasterung, der Verbindung von Plätzen zu einer Platzfolge, Verlagerung der Tiefgaragenu- und -ausfahrten vor allem Bankneubauten – teilweise unter Einbeziehung der vorhandenen Gründerzeitfassaden errichtet –, für die Vorkriegsarchitektur abgerissen wurde bzw. noch weichen muss.

Architektonische Formensprache, Bautyp und die Materialien der Kaufhof-Fassade verdeutlichen die ästhetischen Absichten des Konzerns. Die kleinteilige

Fassadengliederung (Staffelung der Fassade), die Wahl der Architekturelemente und Dachformen (plastische Gliederung der Fassade durch Glaserker und Zwerchgiebel-Walmdach) orientieren sich ebenso wie die Baumaterialien (Tuffstein, Moselschiefer) sowohl formal als auch im Massstab an der historischen kleinparzellierten Nachbarbebauung (gründerzeitliche Wohn- und Geschäftshäuser). Der Rückgriff auf historische Formen erfolgt jedoch willkürlich. Es ist nicht ersichtlich, welche Epoche aufgegriffen wird bzw. in welcher Zeit die historischen Formen verankert werden sollen – dies zeigt der völlige Verzicht auf historische Architekturelemente und auf Dekor. Die historistische Fassade soll die eigentlichen Ursachen des Umbaus, bei dem die alte Baufuge verlassen wurde, verschleiern: die Vergrößerung der Ver-

kaufsfläche um gut 4000 m² (von 11 000 m² auf 15 000 m²) – von dem Bauherrn als «notwendige Erweiterung» und «zugeleich Voraussetzung für diese architektonische Lösung» ausgegeben.⁴

Dass die Fassadengestaltung als Ergebnis einer oberflächlichen Anpassung an die historische Baukunst und das Verhältnis dieser historisierenden Architektur zur Stadtgeschichte als rein formaler Rückzug in die Geschichte zu werten sind, offenbart sich in der Tatsache, dass für die Erweiterung der rückwärtigen Warenanlieferung und für die Auslagerung einzelner Fachabteilungen kombinierte Wohn- und Geschäftshäuser aus der Gründerzeit aufgekauft und durch Neubauten ersetzt wurden, die sich in einzelnen Fällen hinter kulissenähnlich stehengelassenen Fassaden verstecken.



3



5

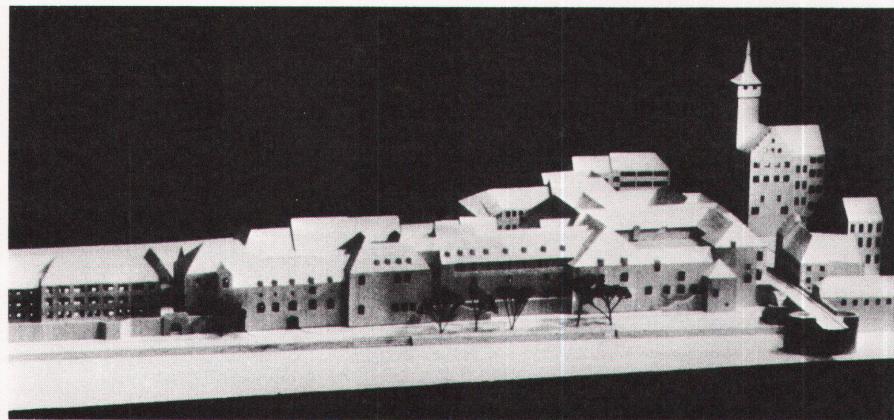


4

Warenhausneubauten in Würzburg, Freiburg und Ettlingen

Der wichtigste Warenhausneubau mit historischer Fassade ist zweifellos das Hertiekaufhaus in Würzburg (1976–1980 – gut 13 000 m² Gesamtnutzfläche), das im Auftrag der Frankenland Vermögensgesellschaft m.b.H. (wer sich hinter dieser Kapitalgruppe verbirgt, ist dem Autor nicht bekannt) errichtet wurde; wie schon am Beispiel Bonner Kaufhof vorgeführt, zeichnet für das äußere Erscheinungsbild des Warenhauses ein bekannter bundesdeutscher Architekt verantwortlich (A. Freiherr von Branca). Grundrissversetzungen, eine abwechslungsreiche Sockelzone, turmartige Gebäudevorsprünge, ausladende Gesimse und die Variation der Dachformen (abgewalmte Ziegeldächer) sowie zierliche Dachgauben schaffen ein reich gegliedertes, malerisches Gesamtbild. Die äußere Form des Baukörpers orientiert sich an der fränkischen Burg und an der barocken Stadtarchitektur Würzburgs und versucht so, sich dem historischen Stadtbild anzugeleichen und sich in die historische architektonische Struktur zu integrieren. Besonders deutlich wird dies durch die Kontinuität der Trauflinie.

Dem Würzburger Warenhausneubau kam Modellcharakter für andere bundesdeutsche Kaufhausbauten zu. Zu den Wegbereitern der neuen Warenhausarchitektur, die sich vom spezifischen Erscheinungsbild der Kaufhäuser in den 60er Jahren abwandten (einheitliche Fassadengestaltung für alle Niederlassungen eines Warenhauskonzerns), zählt auch der Freiburger Architekt H. Mohl. Insbesondere beim Freiburger Kaufhaus Schneider (1970–1975) gelangte er weniger durch Übernahme oder Modifikation historischer Motive und Architekturformen als durch Kombination historischer Gestaltungs- und Ordnungselemente mit modernen Formen und Materialien zu einer überzeugenden Lösung. Die Kleinmasstäblichkeit der Fassade führte zu einer nahtlosen Anpassung an die historische Architektur; darüber hinaus ersetzt der Neubau ein Warenhaus derselben Firma, das sich an gleicher Stelle befunden hat. In neueren Bauten verwendet



6

Mohl allerdings verstärkt historische Motive und benutzt sie als historische Versatzstücke in den Fassaden, ohne dass die Formen neuen Bedeutungen zugeführt werden (Kaufhaus Schneider in Ettlingen 1977, Rathaus von Rottweil).

Historistische Architektur: Zusammenfassung

Bei den vorgeführten Beispielen erhalten die Fassaden einige Merkmale ihrer architektonischen Umgebung, die dazu dienen, die negativen Auswirkungen des Stadtumbaus formal zu mildern. Bei der Übernahme des historischen Formenvokabulars und der Verwendung von Architekturzitaten handelt es sich jedoch nicht um eine Aneignung historischer Architektur oder um ihre Hinterfragung auf Zeitbedingtheit und Zeitgemässheit, genausowenig wie das vorhandene Erfahrungs- und Wissenspotential ins Bewusstsein gebracht wird, sondern um eine oberflächliche Anpassung an die historische Architektur. Die vereinzelt auftretenden historischen Formelemente werden, da inhaltliche Bezüge sowohl zur Bauaufgabe als auch zur Stadtgeschichte weitgehend fehlen – die Verankerung in einer bestimmten Epoche interessiert häufig nicht –, zu reinen Versatzstücken; auf historische Details und den historischen Dekor kann folglich weitgehend verzichtet werden.

Das Verhältnis zur historischen Architektur stellt sich in Wirklichkeit ahistisch dar: es ist rein ästhetisch. Die historische Architektur erhält kein neues Gewicht, im Gegenteil, sie interessiert nur so lange, wie sie der kommerziellen Verwertung nicht im Wege steht – den Beweis liefert die mit den historischen Neubauten verbundene Zerstörung historischer Architektur, die darüber hinaus noch als architektonische Schatzkam-

mer dient, aus der vereinzelte Schmuckstücke ausgewählt werden.

Man glaubt, die sich auflösende Stadt der Gegenwart durch die Wiederherstellung der ästhetischen Ganzheit wieder zusammenfügen zu können, dem Zerfall des historischen Stadtgefüges durch historistische Fassaden entgegenzuwirken. Mit dem Bild der intakten Stadt soll sich der Stadtbürger wieder identifizieren können, denn zur Sicherung der Identität durch Kontinuität spielt die historistische Architektur eine wichtige Rolle. Da die Änderungen – wie ausgeführt – aber auf den formalen Bereich beschränkt sind, können sie, wie die Baupraxis der vorgestellten Beispiele beweist, den Traditionenverlust nicht auffangen, genausowenig wie die tiefgreifenden Strukturveränderungen in den Kernbereichen der Städte zu stoppen sind – die Stadtflucht bzw. die Verdrängung der Wohnbevölkerung hat in den 70er Jahren noch zugenommen.

3

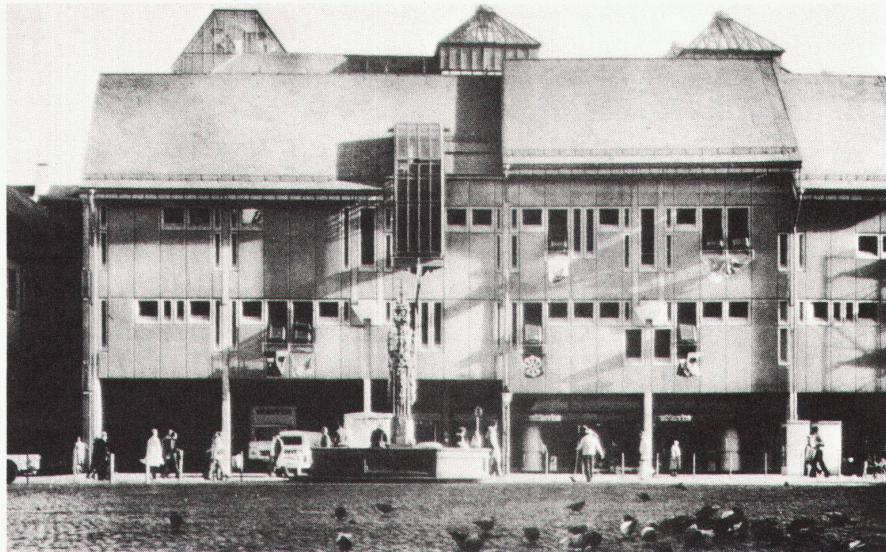
Alte Kaufhafassade. Architektur als Markenzeichen (Architekt: Leiter der Kaufhof-Bauabteilung, Wunderlich) L'ancienne façade du grand magasin. Architecture comme emblème publicitaire (Architecte: Directeur des constructions du «Kaufhof», Wunderlich) Old store elevation. Architecture as emblem of products (Architect: Director of "Kaufhof" building department, Wunderlich)

4 5

Auslagerung von Fachabteilungen des Kaufhofes in Gründerzeitarchitektur: Abriss der Gebäude oder Vorbildung der Fassaden vor Neubauten. Die Umbaumaßnahmen sind noch nicht abgeschlossen. Rechts jeweils die Fassade mit historistischer Architekturauffassung Organisation des stands du magasin en style fin 19ème siècle. Démolition des bâtiments ou doublage des façades par de nouvelles constructions. La transformation n'est pas encore achevée. Dans chaque cas à droite, façade en architecture néo-historique Special shop displays in 19th century style: demolition of the buildings or camouflage in front of new constructions. The reconstruction has not yet been completed. Right, in each case elevation conceived in historicist style

6

Hertie-Kaufhaus Würzburg. Architekt: A. Freiherr von Branca (1976–80) / Grand magasin Hertie, Würzburg. Architec: A. Freiherr von Branca (1976–80) / Hertie Store, Würzburg. Architect: A. Freiherr von Branca (1976–80)



7

Warenhausarchitektur und Stadtentwicklung nach 1945

Nach dem Wiederaufbau der entweder vor dem 1. Weltkrieg oder in den 20er Jahren errichteten und im Krieg zerstörten Warenhausbauten in den 50er Jahren erfolgte – verstärkt seit den 60er Jahren – eine Expansion des Warenhandelskapitals in den Innenstädten, die zwischen 1960 und 1971 zu einer Verdopplung der Verkaufsflächen führte (Leitbild: die verdichtete Stadt). Der ökonomische Verdrängungswettbewerb führte bald zu einem forcierten Stadtumbau mit einschneidenden sozialen Folgen: Ganze Kernstadtgebiete wurden umstrukturiert. Entweder wurden Altstadtquartiere abgerissen und ihre Bewohner in neue Trabantenstädte umgesetzt (Kennzeichen der 60er Jahre: Kahlschlagsanierungen), oder die historische, überwiegend gemischt genutzte Architektur wurde neuen, profitableren Nutzungen zugeführt. Diese Entwicklung ging vor allem zu Lasten des traditionellen mittelständischen Einzelhandels. Um den Konsumenten auf bestimmte Einkaufsstätten festzulegen, entwickelten einige Konzerne in den 60er Jahren ein spezifisches Erscheinungsbild für das Warenhaus, sie führten eine einheitliche Fassade für alle ihre Filialen ein (E. Eiermann entwarf beispielsweise für die Horten-Gruppe die

ornamentale Keramik-Fassade, die Kaufhof AG bevorzugte die Verwendung bestimmter Farben) – mit dem Ziel, das Warenhaus zum Markenzeichen werden zu lassen. Die Gesetze der Warenästhetik bestimmten die Gestaltung dieser Fassaden. Zugrunde lag diesen Kaufhausbauten der Typ des Verwaltungsgebäudes – die «gläserne Halle» findet sich bei bundesdeutschen Kaufhausneubauten nach 1945 nicht mehr –, der bei den Bauwerken einzelner Konzerne auch die äussere Erscheinung der Fassade bestimmt. Ästhetische Aspekte und Fragen nach der Bedeutung von Formen wurden vernachlässigt – man bemühte sich lediglich um eine Stilisierung der technischen Form (Glasfassaden). Die historische Dimension fehlt bei den Warenhausbauten der 60er Jahre völlig.

Die grossvolumigen Funktionsbauten negieren den städtebaulichen und architektonischen Kontext, sie zerstören historische Ensembles und führen oft zum Verlust des gesamten historischen architektonischen Umfeldes, zu dem nicht nur Bauwerke, sondern auch Höfe, Platzanlagen etc. zählen.

Die bald einsetzende Verkehrsmisere (Leitbild: die verkehrsgerechte Stadt) führte Ende der 60er Jahre zu neuen Verkaufsformen an der Peripherie der Städte (Verbrauchermärkte/Einkaufszentren), die zunehmend die Käu-

fer von der traditionellen City abzogen und diese in ihrer ökonomischen Funktion bedrohten («Krise der Stadt» = Krise der Innenstädte). Die Überkapazitäten hatten zur Folge, dass ab Mitte der 70er Jahre die Warenhauskonzerne trotz steigender Umsätze «karge Gewinne» machten und teilweise die Dividenden senken mussten.⁵

Um der Konkurrenz durch die Einkaufszentren zu begegnen und die Kaufkraftströme zurück in die City zu lenken, musste die «Attraktivität» der Kernstadt wiederhergestellt werden.⁶ Aus diesem Grund übernahmen die Kommunen und die die City bestimmenden Wirtschaftsgruppen Vorschläge aus der 1965 einsetzenden progressiven Städtebau- und Architekturkritik (A. Mitscherlich 1965: «Über die Unwirtlichkeit unserer Städte» – Verödung und Monotonie als Kennzeichen des Städtebaus und der Architektur – Verlust der Tradition – Forderung nach Stadtgestaltung und Stadterhaltung) und nutzten sie in ihrem Sinne. Durch gezielte städtebauliche und architektonische Massnahmen erfolgte eine Aufwertung der Innenstädte, ohne die Art der Nutzung der Kernstadt in Frage zu stellen. Man versuchte, die Attraktivität der Innenstädte vor allem durch die Verbanung des Autos (Einrichtung von Fussgängerzonen), aber auch durch ein geändertes architektonisches Erscheinungsbild zu steigern.

Historische Architektur der 70er Jahre: Bewertung

Bei der historisierenden Architekturauffassung der 70er Jahre handelt es sich um eine populistische Architekturideologie: Man passt die Bauten oberflächlich ihrer Umgebung an, indem man einige architektonische Merkmale der historischen Baukunst verwertet, ohne inhaltliche Bezüge herzustellen. Die «Krise der Stadt» erfährt lediglich eine ästhetische Bewältigung, da sich die Nutzung der Stadt nicht grundlegend ändert. Im Gegenteil, der Wandel vollzieht sich ausschliesslich in der äusseren Aufmachung, der Form der Architektur, die Ursachen für die «Unwirtlichkeit unserer Städte» dagegen bleiben unverändert, so dass eine weiter zunehmende Verödung der In-

nenstädte voraussehbar ist. Die formal-ästhetische Stadtbildpflege kann lediglich eine formale Milderung des einschneidenden Stadtumbaus bewirken.

Die formale und massstäbliche Anpassung der Architektur beschränkt sich auf Stilfragen. Das Spielen mit historischen Architekturelementen lässt sich als Architekturnostalgie bezeichnen, denn die historischen Architekturelemente werden willkürlich aus dem ursprünglichen Sinnzusammenhang gelöst, sie werden zu reinen Versatzstücken und sind den Architekturmoden ausgeliefert. Die historischen Formen dienen in erster Linie einer Inszenierung der City zum attraktiven Geschäftsbereich; sie haben die Aufgabe, Einkaufen zum Erlebnis zu machen (Warenurbanismus). Die historische Architektur dient folglich der ästhetischen Anschauung und soll den Be-

trachter durch Assoziation einstimmen, wobei ihre Aneignung nur in der Form von Konsum und nicht durch ihren Gebrauch möglich ist, da Wohnen in der Stadt nicht vorgesehen ist. Um das «reizvolle» städtebauliche Arrangement ungestört auf den Betrachter einwirken zu lassen, wird das Auto aus dem Kernstadtbereich verdrängt; die Einrichtung von Fussgängerzonen verlagert die Verkehrsprobleme jedoch nur in die Randzonen, in denen Hoch- und Tiefgaragen errichtet werden und die zunehmend verslumen.

Die Aneignung historischer Architektur im Sinne einer Weiterentwicklung und Neinterpretation hat es in der Geschichte der Architektur immer gegeben, sie trifft jedoch nicht für die historistische Architektur der 70er Jahre zu. Diese signalisiert in Wirklichkeit einen Verlust an Tradition: Der scheinbare Rückzug in

die Geschichte stellt in Wahrheit einen Verzicht auf Geschichte dar⁷, wie das unverminderte Wegträumen von Stadtgeschichte beweist. Die Aufgabe des Architekten, der auf die Festlegung der Funktionen keinen Einfluss hat, ist darauf reduziert, für die ästhetische Verhüllung (richtige Formenwahl) der kommerziell genutzten Bauten zu sorgen. J. P.

Anmerkungen

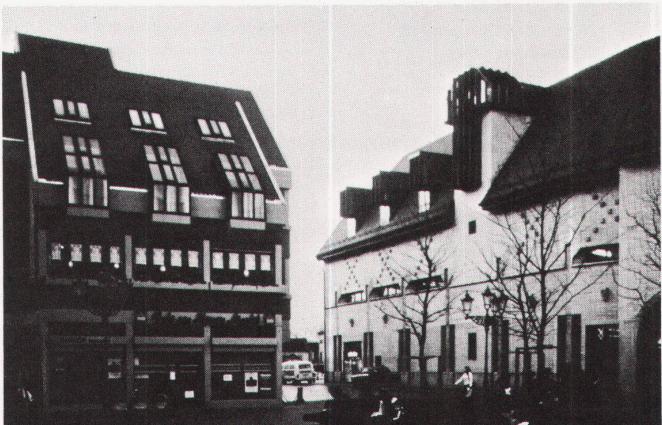
- 1 Ch. Jencks: Die Sprache der Postmodernen Architektur. Stuttgart 1978.
- 2 General-Anzeiger. Unabhängige Tageszeitung für die Bundeshauptstadt Bonn und Umgebung vom 8.12.1978. Ganzseitige Anzeige S. 5.
- 3 Vgl. Anm. 2.
- 4 pan: Der Münsterplatz hat ein neues Gesicht: Kaufhof-Fassade aus Tuff und Moselschiefer. In: General-Anzeiger, a.a.O. (Anm. 2). S. 4.
- 5 Vgl. den Bericht in der Süddeutschen Zeitung vom 20.5.1980.
- 6 Vgl. W. Durth: Die Inszenierung der Alltagswelt. Zur Kritik der Stadtgestaltung. Braunschweig 1977.
- 7 Vgl. D. Hoffmann-Axthelm: Vom Umgang mit zerstörter Stadtgeschichte. In: arch + Nr. 40/41, 1978. S. 14.



8



9



10

7 Kaufhaus Schneider, Freiburg. Architekt: H. Mohl (1970–75) / Grand magasin Schneider, Fribourg. Architecte: H. Mohl (1970–75) / Schneider Store, Freiburg. Architect: H. Mohl (1970–75)

8 9 10 Kaufhaus Schneider, Ettlingen. Architekt: H. Mohl (1977–79) / Grand magasin Schneider, Ettlingen. Architecte: H. Mohl (1977–79) / Schneider Store, Ettlingen. Architect: H. Mohl (1977–79)