

Lichtdom und Kaufpalast Das Warenhaus Tietz in Düsseldorf

STEFFEN KRÄMER

Die Entwicklung des Warenhauses, die im Deutschen Kaiserreich, anders als in Frankreich, aufgrund der verspätet einsetzenden Industrialisierung erst im letzten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts begann, erreichte durch die wirtschaftliche Konjunkturphase nach 1895 ihren ersten Höhepunkt. Was die typologischen Bestandteile und konstruktiven Neuerungen betrifft, bildeten die französischen Grands Magasins die Grundlage für die Vielzahl deutscher Warenhausprojekte um die Jahrhundertwende. Ihre architektonische Gestaltung belegt indessen den Willen zu einer grundlegenden Reform, was vor allem durch die großen Waren- und Kaufhäuser in Berlin und in den Rheinlanden dokumentiert werden kann. Mustergültig hierfür steht das Kaufhaus Tietz in Düsseldorf von Joseph Maria Olbrich.

1904 plante die Stadtverwaltung den Abriss des königlichen Gymnasiums an der Alleestraße (heute Heinrich-Heine-Allee), wodurch ein weiträumiges Grundstück am Rande der Altstadt zur Bebauung frei wurde. Hatte sich die Firma Leonhard Tietz zunächst vergeblich um dieses Terrain in bester Geschäftslage bemüht, so gelang es ihr schließlich durch die geschickte Transaktion, mittels einer eigens für diesen Zweck gegründeten Gesellschaft – der Düsseldorfer Baugesellschaft m.b.H. – den Baugrund im Oktober 1905 zu erwerben. Ein Jahr später wurde der Wettbewerb für ein Warenhaus der Firma Tietz ausgeschrieben.¹ Die offiziellen Anforderungen des Bauprogramms belegen, dass mit diesem Projekt auch der städtische Anspruch verbunden war, Düsseldorf zur regionalen Handelsmetropole zu erheben.

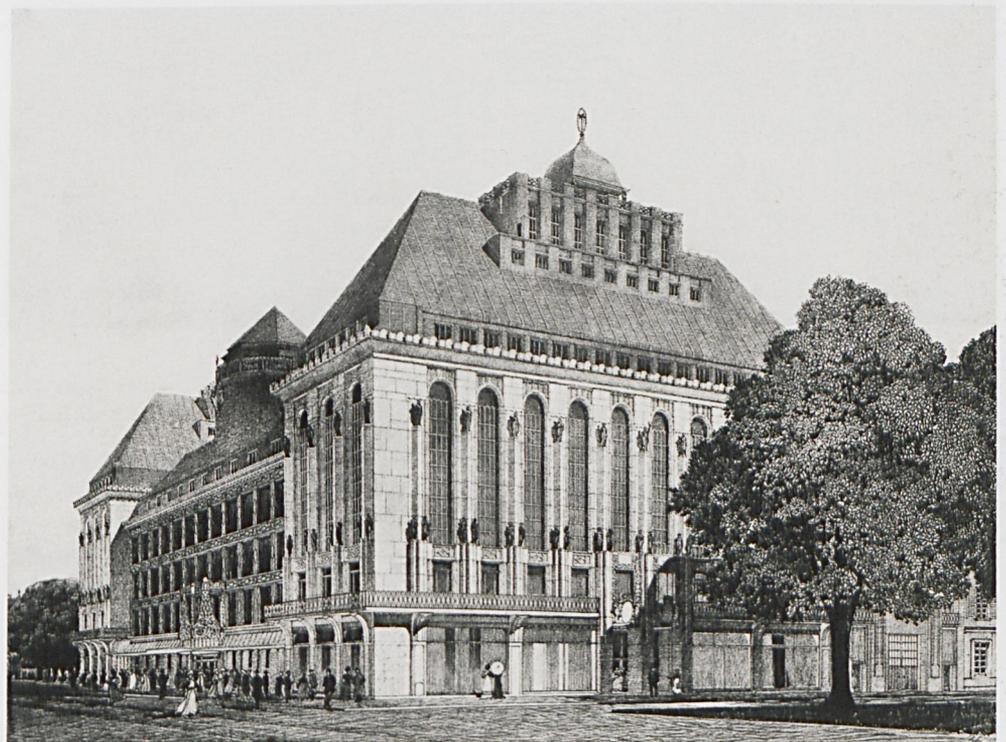
Größter Wert wurde darauf gelegt, »ein hervorragend schönes Werk zu schaffen«, das sich durch eine »monumentale Gesamtwirkung« auszeichnen sollte.² Der Neubau war demnach nicht nur als firmeneigenes Warenhaus, sondern ebenso als kommunales Wahrzeichen der aufstrebenden Großstadt gedacht. Von den insgesamt 130 eingereichten Beiträgen wurden vier Entwürfe prämiert, darunter auch der Joseph Maria Olbrichs mit dem Kennwort »Toskana«. Ein zweiter Wettbewerb, zu dem lediglich die vier Preisträger und der Architekt Wilhelm Kreis eingeladen wurden, brachte allerdings keine Einigung beim Preisgericht. Erst nachdem drei Architekten nach ihren Entwürfen Modelle angefertigt hatten, fiel die Entscheidung zugunsten Olbrichs. Nach einem veränderten Ausführungsprojekt wurde der Neubau im Juni 1907 begonnen und nach dem Tod Olbrichs im August 1908 von seinem Assistenten

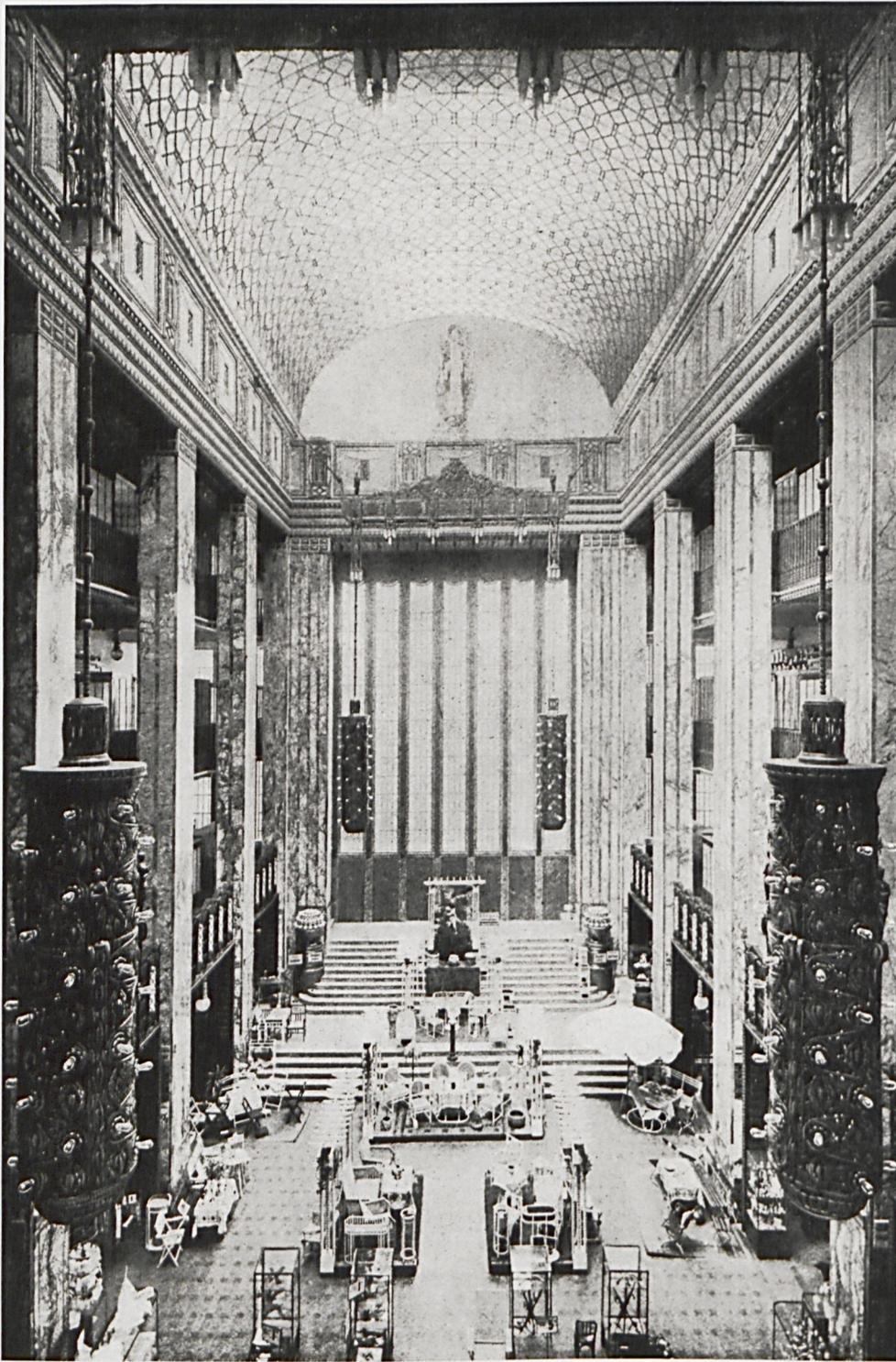
Philipp Schaefer und der Firma Schöndorff bis 1909 fertiggestellt.

Olbrichs Wettbewerbsentwurf »Toskana« sah einen dreiteiligen Baukomplex mit erhöhten Seitenpavillons und einem niedrigeren Mitteltrakt vor. Auffallend ist vor allem der Wechsel in der architektonischen Formgebung des Außenbaus.

Plante der Architekt für die optisch dominierenden Seitenpavillons eine alternierende Abfolge von geschossübergreifenden Pfeilern und Rundbogenfenstern, so wurde die Fassade des Mitteltrakts in eine kleinteilige Textur durchlaufender Kolonnaden aufgelöst. Bekrönt werden sollte der Baukomplex durch eine vielteilige Dachlandschaft [ABB. 1]. Was in diesem ersten Entwurf Olbrichs noch klar zum Ausdruck kommt, ist die Bevorzugung einer historisierenden Formensprache. Mithilfe unterschiedlich gestalteter Einzelkörper versuchte er, das multifunktionale Bauprogramm eines Warenhauses zu gliedern. Von »monumentaler Gesamtwirkung« konnte hier jedenfalls nicht die Rede sein, und so schien es nur mehr konsequent, dass der Architekt sein Ursprungskonzept nochmals vollständig überarbeitete.³

1
Wettbewerbsentwurf »Toskana«
für das Warenhaus Tietz,
Düsseldorf, 1906
Lichtdruck





2
Warenhaus Tietz, Düsseldorf,
großer Lichthof, 1908/09

Ausführung und Ausstattung des Kaufhauses

In der geometrischen Grundform eines einfachen Rechtecks bildet das Kaufhaus einen von drei Straßen eingefassten Kopfbau mit Hauptfront zur Bazarstraße (heute Theodor Körner-Straße) aus. Der Grundriss basiert auf einem modularen Stützensystem tragender Stahlbetonpfeiler im Achsmaß von 6,2 Meter zu 5,6 Meter [ABB. S. 370]. Die drei zur internen Belichtung notwendigen Lichthöfe sind im Innenraum gleichmäßig verteilt, ebenso die Treppehäuser und Aufzüge zur Erschließung der einzelnen Geschosse. Dieses Konstruktionsprinzip der offenen Skelettbauweise auf einem Rastergrundriss in Verbindung mit mehreren Lichthöfen und Zirkulationssystemen etablierte sich bereits in den französischen Grands Magasins und fand im Pariser Warenhaus Bon Marché seinen ersten Höhepunkt.

Neu in Olbrichs Anlagedisposition ist hingegen die strenge Axialität, die auf der symmetrischen Anordnung der einzelnen Raumkompartimente beruht. Schon 1909 hob Max Creutz die »übersichtliche Klarheit in der Gruppierung um die drei Lichthöfe« hervor, die vor allem der einfachen Orientierung der Besucher im Kaufhaus dienen sollte.⁴ Betrachtet man diesbezüglich den von Otto Engler eingereichten und prämierten Wettbewerbsbeitrag von 1906, dann zeigen sich formale Analogien in der Grundrisslösung, die teilweise bis ins Detail gehen.⁵ Vermutlich orientierte sich Olbrich an Englers Entwurf, als er sein Wettbewerbsprojekt für die Ausführung grundlegend überarbeitete.

Im Gegensatz zu Olbrichs ursprünglichem Projekt sind die drei Straßenfronten des Kaufhauses durch eine geschossübergreifende Pfeilerstellung nun völlig vereinheitlicht. Anstelle homogener Außenflächen entschied sich der Architekt für das modulare Stützenraster als wandgliederndes Element, sodass die Skelettbauweise am Außenbau sichtbar wird. Konstruktion und Fassadengestaltung sind damit kongruent. Aufgrund einer städtischen Vorgabe musste das gesamte Stahlbetonskelett allerdings mit hellem Sandstein verblendet werden, wodurch der Gesamtbau eine zwar feingliedrige, aber dennoch gravitatische Außenerscheinung aufweist.⁶ Die Tendenz zur Vertikalisierung im Fassadenaufriß setzt sich in der Binnengliederung der Fenster weiter fort, wobei die schmalen Fensterbahnen durch Metallpaneele geschossweise unterteilt sind. Lediglich das Erdgeschoss weist großformatige Schaufenster auf. Ein von der Außenflucht zurückgesetztes Attikageschoss oberhalb des Hauptbaus wird von einer vierteiligen Dachlandschaft mit geschweiften Giebeln überragt. Der vertikale Bewegungsimpuls der Fassadengliederung findet in den großen Dachschwüngen demnach seinen dynamischen Abschluss [ABB. S. 371].

Obleich Olbrich bei der Fassadengestaltung größten Wert auf die Auflösung des Wandkontinuums zugunsten der modernen Skelettbauweise legte, sind Reminiszenzen an die historische Baukunst erkennbar. Die Anordnung von einem Sockel-, mehreren Haupt- und einem Attikageschoss erinnert an die kanonische Dreierabfolge neuzeitlicher Paläste. Und schließlich zeigt sich im reichen Programm der Bauplastik mit ihren Personifikationen und Allegorien das prächtige Ornament traditioneller Dekorationskunst.⁷ Moderner Ingenieurbau und historistische Formgebung gehen in Olbrichs Konzept eine baukünstlerische Verbindung ein. Damit reagierte der Architekt auf die damaligen Anforderungen an die repräsentative Bauaufgabe eines Warenhauses, dessen historisierende Details auf den benachbarten Kontext des lokalen Baubestandes Bezug nehmen sollten.⁸ Zugleich umhüllte er den urbanen Großbau mit jener »Aura denkmalhafter Geschichtlichkeit«, wodurch sich die neue Betriebsform eines Warenhauses auf dem Fundament der architekturhistorischen Tradition nunmehr entwickeln konnte.⁹ Schon die Zeitgenossen bezeichneten das Düsseldorfer Warenhaus als einen »Kaufpalast« und brachten dadurch das hohe Anspruchsniveau sowohl des Architekten wie der Auftraggeber sinnfällig zum Ausdruck.¹⁰

Die ursprüngliche, heute nicht mehr erhaltene Aufteilung des Innenraumes entsprach den damaligen Vorstellungen von einem Warenhaus für die bessere Gesellschaft.¹¹ Gegenüber dem gewöhnlichen Angebot in den bereits bestehenden Filialen der Firma Tietz wurden nun neue Abteilungen, etwa für kunstgewerbliche Artikel, eingerichtet. Zudem standen den Besuchern eine Leihbibliothek und Kunstsalons für Wechselausstellungen zur Verfügung. Diese zusätzlichen Raumfunktionen dienten nicht primär dem Verkauf. Vielmehr wollte man das Publikum für einen ebenso guten wie zeitgemäßen Geschmack empfänglich machen und es für künstlerisch hochwertige Handwerks- und Industrieprodukte sensibilisieren. Dies unterstrich zugleich das unternehmerische Selbstbewusstsein, konnte sich doch Leonhard Tietz mit seiner Firma damit im Sinne eines Kunstmäzens öffentlich darstellen. Als privater Investor gab er sich kulturell ebenso ambitioniert wie jene gesellschaftlich gehobenen Schichten, die im Warenhaus fortan kaufen sollten.

Architektonisch versinnbildlicht wurde der hohe Repräsentationsanspruch im zentralen Lichthof in der Mittelachse mit seinen gewaltigen Ausmaßen [ABB. 2]. Über vier Stockwerke entwickelte sich der einfache Kastenraum, dessen Steilproportionen durch die 17 Meter hohen Pfeiler optisch betont wurden und dessen oberer Abschluss aus einem transparenten Tonnengewölbe aus reflektierendem Luxfer-Prismenglas bestand. Durch umlaufende Emporen waren die einzelnen Stockwerke zum Lichthof hin geöffnet,



sodass sich die seitliche Raumbegrenzung in ein offenes Gitter von vertikalen und horizontalen Strukturelementen auflöste. Den Höhepunkt dieser räumlichen Entmaterialisierung bildete aber zweifellos die 11 Meter hohe siebenachsige Fensterfläche, welche die Rückwand fast vollständig ausfüllte.

Der Besucher, der vom Haupteingang durch das niedrige Vestibül den zentralen Innenhof betrat, muss von dieser lichtdurchfluteten Glaswand überwältigt gewesen sein. Aufgesockelt durch die vorgelagerte Freitreppe und eingefasst von einem massiven Pfeilerpaar, entstand der Eindruck eines beinahe sakral anmutenden Raumbereichs,

3
Louis Charles Boileau und Gustav Eiffel, Grand Magasin Bon Marché, Paris, Lichthof, 1867–1887



4
Alfred Messel, Warenhaus
Wertheim, Berlin, Kopfbau,
3. Bauabschnitt, 1896–1906

ähnlich einem gotischen Kirchenchor mit seiner diaphanen Wandstruktur. Nicht umsonst bezeichnete Olbrich selbst den Lichthof einmal als seinen »Dom«.¹² Wie an den Außenfassaden reflektierten die geschossübergreifenden Pfeiler das interne Stahlbetonskelett, sodass Innenraum und Außenbau in ihrer architektonischen Gestaltung miteinander korrespondierten.

Anstelle der äußeren Sandsteinverblendung waren die Pfeiler des Lichthofes mit gelben Marmorplatten aus Siena verkleidet und durch dunkle Streifen aus Skyros-Marmor unterteilt [ABB. S. 374, 375].¹³ In Verbindung mit den Brüstungen aus dunklem Mahagoni im ersten Stockwerk und den bronzenen Stabgeländern in den beiden oberen Stockwerken ergab sich ein polychromer Farbklang, der durch die bunte Bemalung in der Frieszone nochmals gesteigert wurde. Olbrich hätte den zentralen Lichthof kaum aufwendiger gestalten können, der trotz seiner Farbvielfalt einen monumentalen Habitus aufwies. Durch nachkriegszeitliche Umbaumaßnahmen wurde der Innenraum allerdings vollständig verändert, und die erhaltenen Schwarz-Weiß-Fotos übermitteln nur mehr eine vage Vor-

5
Alfred Messel, Warenhaus
Wertheim, Berlin, großer Lichthof,
3. Bauabschnitt, 1896–1906

stellung von der ursprünglichen Prachtentfaltung im zentralen Lichthof.

Eine derart exquisite Architektursprache im Innenraum reagierte nicht nur auf das gesteigerte Prunkbedürfnis im deutschen Kaiserreich. Zugleich basierte dieses Ausstattungskonzept auf einer perfekt kalkulierten Verkaufsstrategie, die durch luxuriöse Ausgestaltung das Interesse der Besucher erwecken sollte. Bereits 1913 beschrieb Alfred Wiener im Jahrbuch des Deutschen Werkbundes jene »eigenartige psychologische Wirkung«, die von den Warenhäusern und ihren Verkaufshallen ausging und seiner Vorstellung zufolge hauptsächlich darauf ausgerichtet war, potenzielle Käufer heranzuziehen.¹⁴ Als Vorreiter galten diesbezüglich erneut die französischen Grands Magasins wie der Pariser Bon Marché mit seinem zentralen, vorwiegend aus Glas und Gusseisen bestehenden Lichthof [ABB. 3]. Neue Möglichkeiten der Konstruktionsweise wurden hier in Form frei schwebender Treppenanlagen vorgeführt. Der neobarocke Glanz, in dem sich dieser Pariser Lichthof präsentierte, beruhte auf der Struktur moderner Skelettbauweise. Und gerade darin lag ein Hauch neuartiger Exotik, mit der man zur Zeit der Belle Époque die Aufmerksamkeit der Pariser Öffentlichkeit auf die Warenhäuser lenken wollte.

Zwar orientierte sich Olbrich bei der Gestaltung seines Düsseldorfer Lichthofes auch an dem Rastersystem der internen Konstruktion. Doch erklärte er die tragenden Stahlbetonpfeiler zum geschossübergreifenden Hauptmotiv des Wandaufnisses und verringerte zudem den gesamten architektonischen Formenapparat auf nur wenige Bestandteile. Im Gegensatz zu jenem vielgliedrigen Charakter des Lichthofes im Bon Marché entwickelte sich daraus eine ungemein kraftvolle Erscheinungsform, die durch die Reduktion auf das architektonisch Wesentliche den Innenraum monumentalisierte. Man mag darin die individuelle Vorgehensweise Olbrichs erkennen, der auch schon seinen Wettbewerbsentwurf zugunsten einer gravitatischen Gesamtform verändert hatte. Doch sind dies Gestaltungsprinzipien, die bereits ab Ende des 19. Jahrhunderts in der deutschen Warenhausarchitektur entwickelt worden waren.

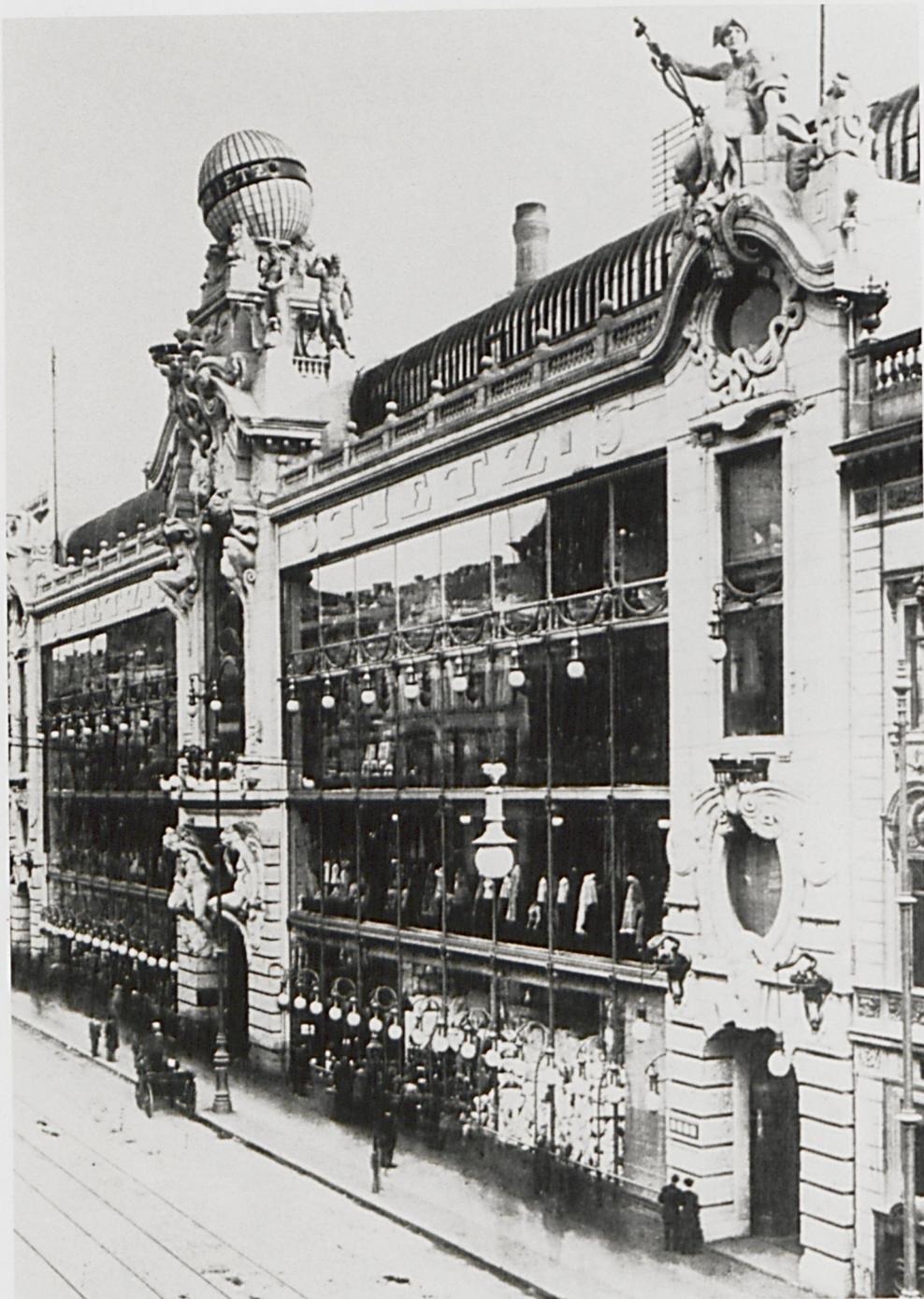
Die Berliner Warenhäuser Wertheim und Tietz

»Alfred Messel«, wie Alfred Wiener 1912 formulierte, »war in Deutschland der Erste, dem es gelang, für den Zweck des Warenhauses die rechte Form zu finden [...]«.¹⁵ Wieners Urteil bezieht sich auf das berühmte Berliner Warenhaus Wertheim, das dieser in drei Bauabschnitten von 1896 bis 1906 errichtet hatte und das aufgrund der Zer-



störungen im Zweiten Weltkrieg 1955 vollständig abgerissen wurde.¹⁶ Schon mit dem ersten Bauabschnitt von 1896/97 an der Leipziger Straße schuf Messel das architektonische Paradigma für eine moderne Warenhausfront. Ohne Unterbrechung liefen die schlanken Pfeiler vom Boden bis unter das Dach, während die Fenster lediglich durch schmale Gesimse voneinander abgesetzt waren. Was sich in dieser Fassade erstmals manifestierte, war der Versuch des Architekten, die Forderungen nach größtmöglichen Schaufensterflächen und adäquater Belichtung des Innenraumes baukünstlerisch umzusetzen. Funktionale Erwägungen bestimmten damit Messels Fassadenkonzept im ersten Bauabschnitt.

6
Bernhard Sehring, Warenhaus
Tietz, Berlin, Fassade, 1899/1900



Für den in einem dritten Bauabschnitt 1904 vollendeten Kopfbau an der Ecke zum Leipziger Platz musste der Architekt seine Formensprache allerdings grundlegend modifizieren [ABB. 4]. Einerseits hatten sich die baupolizeilichen Verordnungen verschärft, andererseits sollten sich die innerstädtischen Neubauten an den lokalen Baubestand anpassen.¹⁷ Messel reagierte auf die neuen Bedingungen, indem er den Kopfbau als eine mittelalterlich anmutende Torhalle gestaltete. Der Wandaufriß präsentierte sich nunmehr zweiteilig, mit Rundbogenarkaden im Erdgeschoss und durchgehenden schmalen Fensterbahnen im Obergeschoss.

Der Innenraum im dritten Bauabschnitt wurde von dem großen Lichthof beherrscht [ABB. 5]. Mächtige Pfeilerarkaden mit eingehängten Emporen gliederten die Schmalseiten, während eine riesige Glastonne den Gesamttraum überspannte. Das spektakulärste Gestaltungselement bildeten indessen die Bronzebrücken, die ein rein künstlerisches Motiv darstellten, da sie nicht begehbar waren. Messels Raumschöpfung im großen Lichthof war vorwiegend auf eine Monumentalwirkung angelegt, die jedem Besucher unmittelbar vor Augen führen sollte, dass hinter dieser gewaltigen Pracht nichts anderes stand als die wirtschaftliche Solidität des Unternehmens.

Bei der 1899/1900 errichteten, im Zweiten Weltkrieg zerstörten Fassade des Berliner Warenhauses Tietz an der Leipziger Straße setzte Bernhard Sehring jene architektonische Entwicklung konsequent fort, die Messel bei der Frontgestaltung für den ersten Bauabschnitt des Warenhauses Wertheim initiiert hatte. Doch statt die Außenfläche durch eine alternierende Folge von Pfeilern und Fensterbahnen zu gliedern, wie Messel es getan hatte, löste Sehring den gesamten Fassadenverband in zwei riesige Schaufenster mit einer Grundfläche von je 26 Metern zu einer Höhe von 17,5 Metern auf [ABB. 6]. Das tragende Pfeilergerüst wurde zwei Meter nach hinten in den Innenraum versetzt, sodass die dünnen Glaswände sogenannte »Curtain Walls« – also nicht tragende Wandmembranen – darstellten. Eingerahmt wurden die riesigen Schaufenster von drei steinernen Eingangstravéen mit einem üppigen Ornat plastisch vortretender Bauskulpturen. Kaum stärker hätte Sehring den Kontrast zwischen den modernen Glaswänden und der historisierenden Steinarchitektur formulieren können. Daher kritisierte Alfred Wiener bereits 1912 dieses Fassadenkonzept, »da der rechte Ausgleich zwischen den beiden so entgegengesetzten Elementen fehlt«.¹⁸

Olbrichs Stellung zwischen Messel und Sehring

Schon unmittelbar nach Fertigstellung des Düsseldorfer Kaufhauses wurden die formalen Analogien zu Messels



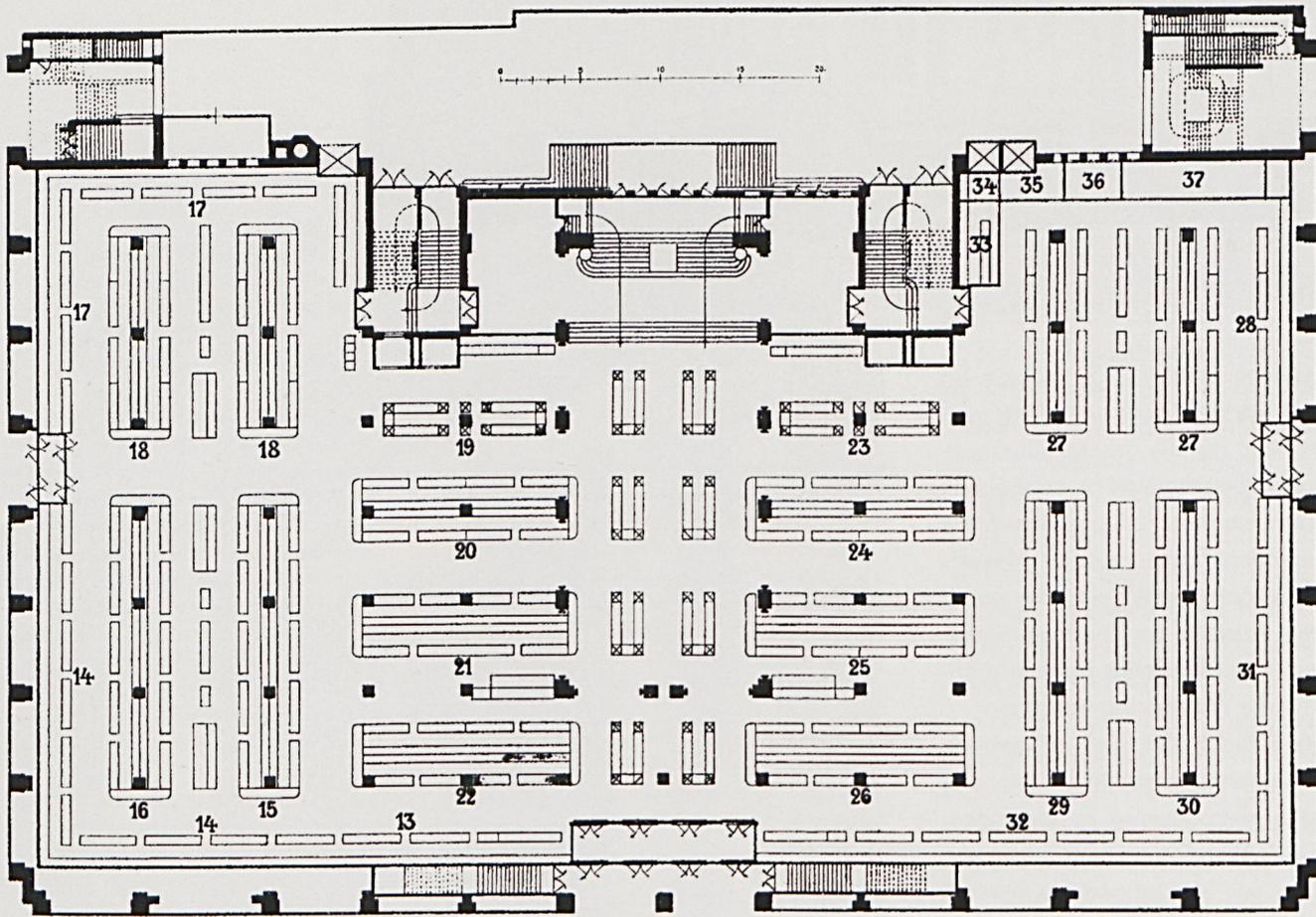
7
Warenhaus Tietz, Düsseldorf,
Frontansicht von der Ecke Bazar-
straße/Alleestraße, 1908/09

Berliner Warenhaus Wertheim erkannt.¹⁹ Grundlage für Olbrichs Fassadenkonzept war der Kopfbau am Leipziger Platz (1904), von dem er nicht nur die geschossübergreifenden Pfeiler, sondern auch die schmalen Fensterbahnen im oberen Stockwerk übernahm [ABB. 7]. Doch verzichtete Olbrich auf den gotisierenden Formenapparat Messels und setzte dagegen auf die optische Wirkung der wandgliedernden Pfeilerstruktur. Anstelle der Rundbogenarkaden im Erdgeschoss des Berliner Kopfbaus fügte er großformatige Schaufenster für die Warenpräsentation ein.

Konsequent verfolgte Olbrich das Ziel, zeitgemäße Anforderungen an die Warenhausarchitektur mit den Möglichkeiten moderner Skelettbauweise zu verbinden. Jene radikale Auflösung des Wandkontinuums zugunsten transparenter Glasflächen, wie sie Sehring am Berliner Warenhaus Tietz vollzogen hatte, übernahm er allerdings nicht. Stattdessen entschied er sich für eine Steinverkleidung der Skelettstruktur, um dem Kaufhaus eine monumentale Außenerscheinung zu verleihen. Damit gelang dem Architekten eine baukünstlerisch überzeugende Synthese von historisierender und moderner Formgebung. Bereits 1910 erkannte der damalige Direktor der Hamburger Kunsthalle Alfred Lichtwark die hohen architektonischen Qualitäten von Olbrichs Kaufhaus Tietz und charakterisierte den innerstädtischen Großbau dementsprechend als »das Wahrzeichen Düsseldorfs unter den Bauten der neueren Zeit«.²⁰

- 1 Zum Wettbewerb vgl. Eberhard Grunsky, »Das Warenhaus Tietz in Düsseldorf«, in: Werner Busch u. a. (Hrsg.), *Kunst als Bedeutungsträger. Gedenkschrift für Günter Bandmann*, Berlin 1978, S. 518–521; Helga Behn, *Die Architektur des Deutschen Warenhauses von ihren Anfängen bis 1933*, Diss. Köln 1984, S. 110 ff.; Nadia Kömmling, *Das Warenhaus Tietz in Düsseldorf* von Joseph Maria Olbrich, Magisterarbeit Bonn 1997, S. 26–36.
- 2 »Warenhaus für die Firma Leonhard Tietz A.-G. in Düsseldorf«, in: Hermann Scheurembrandt (Hrsg.), *Architektur Konkurrenzen*, Bd. II, 4/5, 1907, S. 1f.
- 3 Vgl. ebd.
- 4 Max Creutz, *Joseph M. Olbrich. Das Warenhaus Tietz in Düsseldorf*, Berlin 1909, S. 11.
- 5 Otto Englers Wettbewerbsbeitrag ist abgebildet in *Architektur Konkurrenzen 1907* (wie Anm. 2), S. 11–17; vgl. dazu auch Grunsky 1978 (wie Anm. 1), S. 521 ff.
- 6 Zu dieser städtischen Vorgabe siehe Kömmling 1997 (wie Anm. 1), S. 28.
- 7 Zur Bauplastik am Außenbau und zu ihrer Ikonografie siehe Grunsky 1978 (wie Anm. 1), S. 524.
- 8 Vgl. dazu Kömmling 1997 (wie Anm. 1), S. 21.
- 9 Zur »Aura denkmalhafter Geschichtlichkeit« siehe Eberhard Grunsky, »Rezension zu Peter Stürzebecher: Das Berliner Warenhaus«, in: *Deutsche Kunst und Denkmalpflege*, 39, 1981, S. 214.
- 10 Zum Begriff des »Kaufpalastes« vgl. Festschrift *Neubau Tietz Düsseldorf*, Berlin o. J. [ca. 1909], S. 5; Behn 1984 (wie Anm. 1), S. 111.
- 11 Die Raumaufteilung und Innenausstattung des Kaufhauses sind nach den Zerstörungen im Zweiten Weltkrieg vollständig verändert worden. Zur ursprünglichen Aufteilung des Innenraumes siehe Julius Hirsch, *Das Warenhaus in Westdeutschland; seine Organisation und Wirkungen*, Leipzig 1910, S. 49 f.; Behn 1984 (wie Anm. 1), S. 208 ff.; Grunsky 1978 (wie Anm. 1), S. 518.
- 12 Zu Olbrichs Bezeichnung siehe *Neubau Tietz o. J.* (wie Anm. 10), S. 13 und 26; Richard Klapheck, *Neue Baukunst in den Rheinlanden*, Düsseldorf 1929, S. 30.
- 13 Zu Olbrichs Farbgestaltung des Lichthofes siehe Kömmling 1997 (wie Anm. 1), S. 62–66.
- 14 Alfred Wiener, »Das Warenhaus«, in: *Die Kunst in Industrie und Handel. Jahrbuch des Deutschen Werkbundes*, Jena 1913, S. 45.
- 15 Alfred Wiener (Hrsg.), *Das Warenhaus. Kauf-, Geschäfts-, Büro-Haus*, Berlin 1912, S. 32.
- 16 Zur Baugeschichte des Berliner Warenhauses Wertheim siehe Behn 1984 (wie Anm. 1), S. 91–98; Simone Ladwig-Winters, *Wertheim. Geschichte eines Warenhauses*, Berlin 1997, S. 138 f.
- 17 Zu den baupolizeilichen Verordnungen siehe Wiener 1912 (wie Anm. 15), S. 50.
- 18 Wiener 1912 (wie Anm. 15), S. 185.
- 19 Siehe dazu etwa Robert Schwerdtfeger, »Das letzte Werk Joseph Maria Olbrichs«, in: *Morgen. Wochenschrift für deutsche Kultur*, 21, 20. 5. 1909, S. 738; Creutz 1909 (wie Anm. 4), S. 5 f.
- 20 Alfred Lichtwark, *Briefe an die Kommission für die Verwaltung der Kunsthalle*, hrsg. von Gustav Pauli, Bd. 2, Hamburg 1924, S. 310.

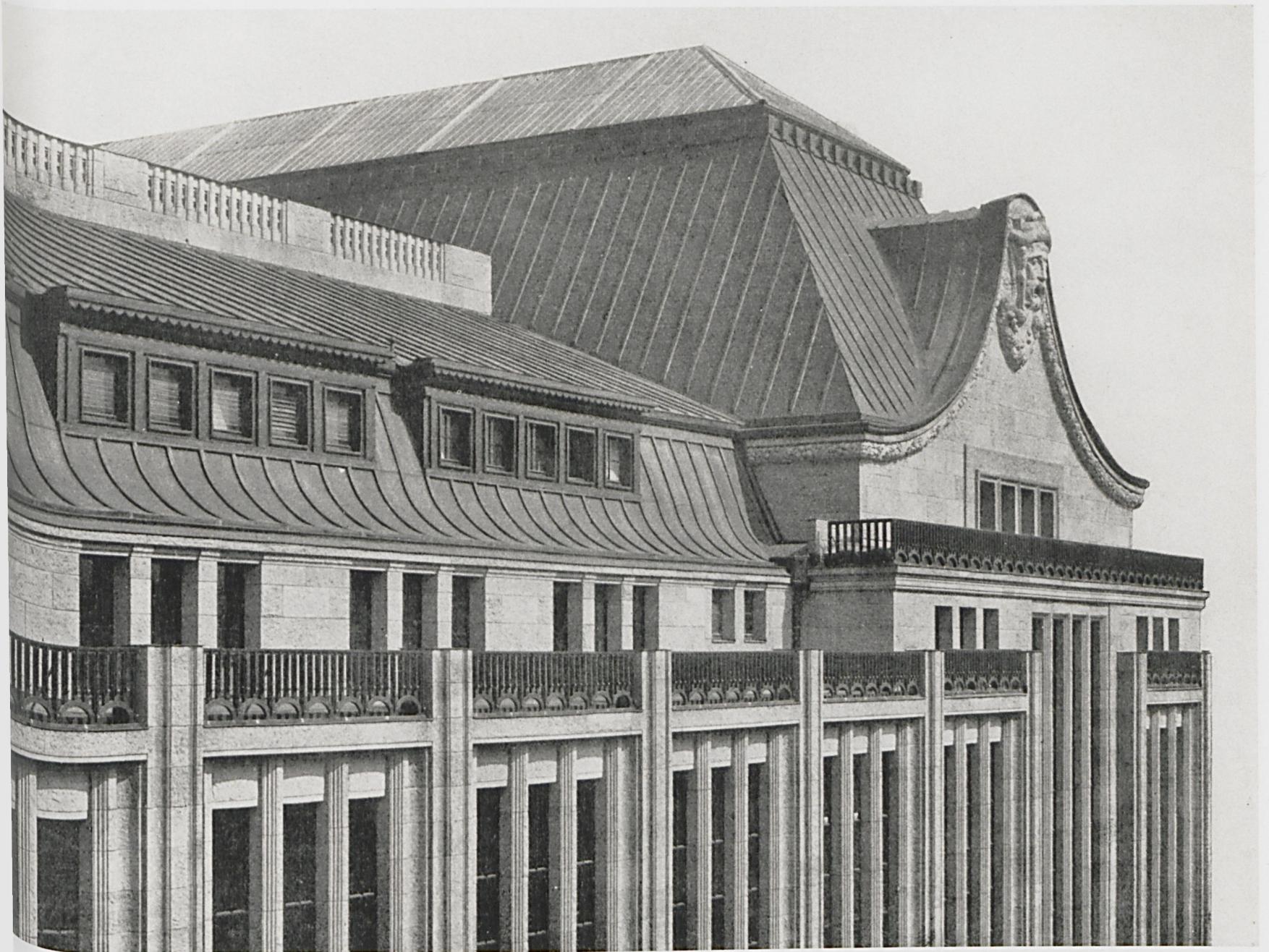
EINRICHTUNG DES WARENHAUSES TIETZ IN DÜSSELDORF.



ERDGESCHOSS

- | | | | |
|-------------------------|-------------------|-------------------------------|---------------------|
| 13. SEIDENLAGER | 20. WEISSWAREN | 26. LEDERWAREN UND GALANTERIE | 31. TISCHWÄSCHE |
| 14. KLEIDERSTOFFE | 21. HAARSCHMUCK | 27. SCHIRME, HÜTE, MÜTZEN | 32. MANUFAKTURWAREN |
| 15. SPITZEN UND BESÄTZE | 22. SILBERWAREN | UND KRAWATTEN | 33. SAMMELKASSE |
| 16. KURZWAREN | 23. TASCHENTÜCHER | 28. HERRENWÄSCHE | 34. ROHRPOST |
| 17. LITERATUR UND NOTEN | 24. LUXUSTOILETTE | 29. HANDSCHUHE UND STRÜMPFE | 35. ANMELDUNG |
| 18. SCHREIBWAREN | 25. PARFÜM | 30. TRIKOTAGEN UND SCHÜRZEN | 36. PRIVAT |
| 19. GÜRTEL | | | 37. SCHALTERANLAGE |

Warenhaus Tietz, Düsseldorf, Grundriss des Erdgeschosses mit Einrichtung, 1908

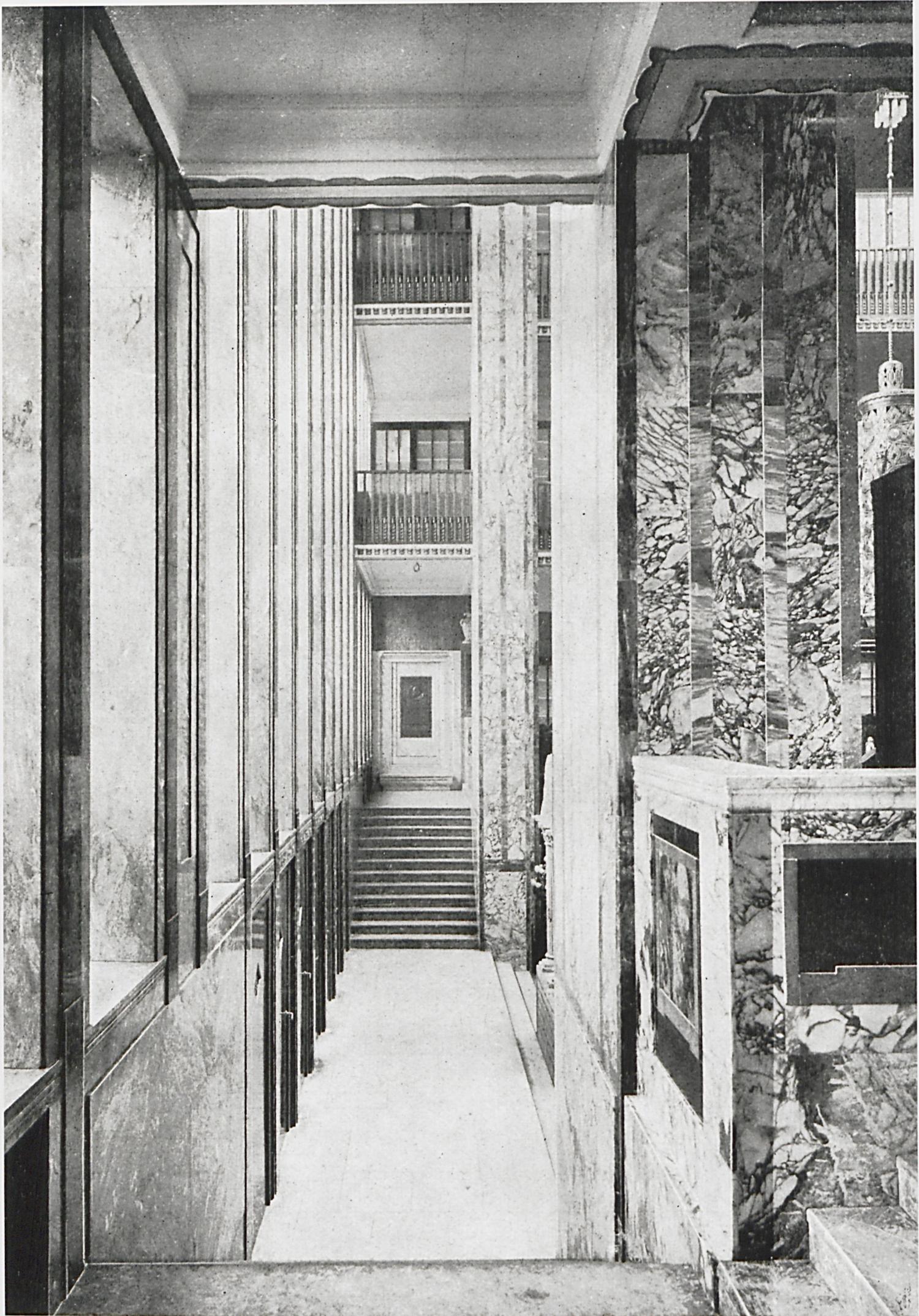


Warenhaus Tietz, Düsseldorf, Dachlandschaft, 1908



Warenhaus Tietz, Düsseldorf, Giebelmaske, ausgeführt von Johannes Knubel, 1908







Warenhaus Tietz, Düsseldorf, Lampe am Treppenaufgang im großen Lichthof, 1908