

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/  
Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Tech-  
nischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or  
master thesis is available at the main library of the  
Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>

Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne in Wien.  
Ein Leitfaden für Wertschätzung, Umgang und Erhalt.

Donhauser Lisa

Die approbierte Originalversion dieser Diplom-/  
Masterarbeit ist in der Hauptbibliothek der Tech-  
nischen Universität Wien aufgestellt und zugänglich.

<http://www.ub.tuwien.ac.at>



The approved original version of this diploma or  
master thesis is available at the main library of the  
Vienna University of Technology.

<http://www.ub.tuwien.ac.at/eng>

## DIPLOMARBEIT

# Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne in Wien. Ein Leitfaden für Wertschätzung, Umgang und Erhalt.

ausgeführt zum Zwecke der Erlangung des akademischen Grades  
einer Diplom- Ingenieurin unter der Leitung von

Univ.Prof.Dr.phil.lic.phil. Nott Caviezel

E 251.2 Abteilung Denkmalpflege und Bauen im Bestand  
Institut für Architektur und Entwerfen

eingereicht an der Technischen Universität Wien  
Fakultät für Architektur und Raumplanung  
Master Studium Architektur von

Lisa Donhauser  
Matr. Nr. 0742072

Wien, am 19.02.2018

# Abstract

Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne.

Ein Leitfaden für Wertschätzung, Umgang und Erhalt.

In Wien lassen sich vereinzelt noch Geschäftseinbauten der 1950er, 1960er und 1970er Jahre auffinden. In ihrer Architektur zeigen sie das „Typische“ ihres Jahrzehnts. Sie werden somit Zeitzeugen des alltäglichen Lebens der Nachkriegsmoderne.

Oftmals wird der Wert solcher Geschäfte aber nicht erkannt. Ihre Ästhetik wird als nicht konform mit der heutigen Auffassung empfunden. Sie werden daher umgebaut oder abgerissen und ersetzt.

Ziel dieser Arbeit ist es, sich gegen diese Veränderungsmaßnahmen zu positionieren. Es soll auf die Gefährdung dieser Geschäftslokale aufmerksam gemacht werden.

Anhand ausgewählter Beispiele der 1950er, 1960er und 1970er Jahre werden die charakteristischen Merkmale herausgearbeitet und die Qualitäten der Geschäfte gezeigt. Die Arbeit stellt eine Art Leitfaden für den Umgang mit diesen Nachkriegsobjekten dar. Exemplarisch wird das Erkennen der Bedeutsamkeit der Geschäftsflächen bis hin zur Maßnahmensetzung für die Erhaltung behandelt.

Post war modernity's stores in Vienna

A guideline for appreciation, handling and conservation.

In Vienna you still can find a few stores of the 1950ties, the 1960ties and the 1970ties. With their architecture, they show the typical points of their decade. That's why they become contemporary witnesses of the post war modernity's everyday life.

Often the value of such stores isn't appreciated. Their aesthetic doesn't agree with the current view. Because of that they get reformed or get pulled down and are replaced.

The aim of this thesis is to lean against such arrangements. The risk of loosing these stores should be indicated.

On the basis of selected examples of the 1950ties, the 1960ties and the 1970ties, the characteristics are worked out and the qualities get described. The thesis represents a kind of guideline for handling with post war modernity's objects. Through the examples, you can learn from recognizing the meaning of the stores to placing measures for conservation.



### Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit eidesstattlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benutzt und die den benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Lisa Donhauser

Wien am 19.02.2018



Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird in der folgenden Arbeit keine geschlechterspezifische Differenzierung getätigt. Jeder Ausdruck im generischen Maskulinum ist beidergeschlechtlich zu verstehen und impliziert keine Benachteiligung des weiblichen Geschlechts.

Danksagung

Zuallererst möchte ich mich hier herzlich bei Herrn Univ.Prof. Dr.phil.lic.phil. Caviezel bedanken für die Betreuung meiner Diplomarbeit und für die inspirierenden Gespräche.

Des Weiteren danke ich Universitätsassistentin Dipl.-Ing. BSc Doris Grandits für die Hilfsbereitschaft und die Anregungen beim Schreiben der Arbeit.

Mein Dank gebührt auch allen Ladenbesitzern, die mir einen Einblick in ihren Geschäftsladen und ihre Geschichte gewährt haben.

Abschließend möchte ich meiner Schwester Luzia und meiner kleinen Nichte Charlotte danken, die mich auf der Suche nach Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne durch Wien treu begleitet haben.



14-19	 Einleitung
15-16	1. Ziel der Arbeit
17-19	2. Forschungsstand
20-27	 Nachkriegszeit in Wien
21-25	1. Wien nach 1945
25-27	2. Nachkriegsbauten in Gefahr
28-39	 Geschäftsflächen – historischer Rückblick
29-30	1. Die Anfänge des Ladenbaus
20-34	2. Der Architekt und die Bauaufgabe „Ladenbau“
34-39	3. Ladenbau und Denkmalpflege
40-99	V Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne in Wien
42-61	I. Die 50er Jahre
44-45	I.1. Parfümerie Schleien
46-49	I.2. Juwelier Baraev Alla
50-53	I.3. Naber Kaffee
54-57	I.4. Konditorei Schmalzl
58-61	I.5. Hartingers Nähzubehör
62-77	II. Die 60er Jahre
64-67	II.1. Schirme Brigitte
68-71	II.2. Juwelier Berthold

72-73	II.3. Niemetz Mineralien
74-75	II.4. Knöpfe
76-77	II.5. Fleischerei Ringl
78-99	III. Die 70er Jahre
80-83	III.1. Funder
84-87	III.2. Hali
88-91	III.3. Miba
92-95	III.4. Stempel Lobenhofer
96-99	III.5. Papier Lustig
100-227	V Umgang mit Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne
102-103	I. Allgemeine denkmalpflegeische Strategien
104-227	II. Charakteristika und Maßnahmen
106-123	II.1. Eingang
108-115	I. Eingangsbereich
108-109	I.1. geschlossene Fassadenfront
110-113	I.2. Nischenzugang
114-115	I.3. Passage
116-119	II. Tür
120-121	III. Absperrvorkehrungen
124-137	II.2. Schaufenstergestaltung
126-129	I. Abgetrennte Schaufenster
130-135	II. offene Schaufenster
138-163	II.3. Materialien und Oberflächen
140-143	I. Glas
144-149	II. Aluminium & andere Metalle
150-151	III. Stein
152-153	IV. Terrazzo
154-155	V. Fliesen
156-159	VI. Kunststoff

164-189	II.4. Innenraumgestaltung
168-179	I. Theke
180-185	II. Regalsysteme
186-187	III. Sonstige Präsentationstechniken
190-205	II.5. Schriftzüge
192-192	I. Schreibschrift
193-197	II. Blockschrift
198-201	III. Kombinierte Schrift
206-227	II.6. Beleuchtung
208-213	I. Innenbeleuchtung
214-223	II. Außen- & Auslagenbeleuchtung
224-225	III. Leuchtschriften
228-233	VI Ausblick und Schlusswort
233-241	VII Literaturverzeichnis
242-251	VIII Abbildungsverzeichnis

|. Einleitung

## |. Einleitung

Der Begriff „Geschäftsfläche“ bedeutet im näheren Sinn eine „ betrieblich genutzte Fläche eines Handelsbetriebs, also die Verkaufsfläche zzgl. der Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro- und Sozialräume.“<sup>1</sup> Stellvertretend wird oft der Begriff Laden gebraucht.

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt hauptsächlich auf Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne, die sich in Wien befinden. Unter dem Begriff Nachkriegsmoderne versteht man die Zeitepoche nach dem Zweiten Weltkrieg. Der Zeitraum beschränkt sich von den späten 1940er bis in die 1970er Jahre.

### |.1. Ziel der Arbeit

Die vorliegende Arbeit soll auf die Wertigkeit der Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne aufmerksam machen und gleichzeitig eine Hilfestellung zur Behandlung dieser Objekte darstellen.

Im Aufbau gliedert sich die Arbeit in vier Teile. Einführend wird auf die Entwicklungen der Stadt Wien in den 1950er, 1960er und 1970er Jahren eingegangen, um einen geschichtlichen Überblick abzudecken. Begleitend wird die drohende Gefährdung der Bauten dieser Zeit angesprochen.

Der nächste Teil befasst sich vorwiegend mit der Geschäftsfläche selbst. Ein historischer Abriss des Ladenbaus führt in das Thema ein. Anschließend wird die Rolle der Architektur angesprochen. Der Architekt als Schöpfer einer bis ins Detail überlegten Ladeninszenierung tritt hier entscheidend hervor. Exemplarisch werden einige Architekten der Nachkriegsmoderne mit den von ihnen gestalteten Läden vorgestellt. Auf den Umgang der Denkmalpflege mit Nachkriegsobjekten soll anschließend eingegangen werden. Ein paar interessante Beispiele abgerissener Lokale werden dem Kapitel ergänzt, um den Verlust der Nachkriegsläden bildlich zu verdeutlichen.

1 Springer Gabler Verlag o.J.

Der dritte Abschnitt widmet sich den Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne in Wien. Dabei werden die Flächen zeitlich in drei Abschnitte geteilt. Nacheinander werden jeweils fünf Läden zunächst der 1950er, daraufhin der 1960er und anschließend der 1970er Jahre dargestellt. Die beschriebenen Läden befinden sich in den inneren Gemeindebezirken von Wien. Bei ihrer Auswahl wurde auf zwei Kriterien Rücksicht genommen. Den ersten Faktor bildet der Erhaltungszustand. Läden, die sowohl ihre Gestaltung, als auch ihre Funktion beibehalten haben, fungieren als Träger von Erinnerungen und spiegeln die historischen Entwicklungen wider. Als zweites Kriterium kennzeichnet sich die architektonische Leistung. Diese ergibt sich aufgrund der den Materialien, den technischen Mitteln und den architektonischen Geschmack der Zeit widerspiegelnden Gestaltungselementen. Durch solch eine ausgezeichnete Ausformulierung sollen einzelne Geschäftslokale als denkmalwürdig hervorgehoben werden.

Um die essentiellen Merkmale der Nachkriegsläden klar darzustellen, werden im vierten Teil dieser Arbeit Ladenbestandteile in Leitkategorien zusammengefasst. Verschiedene Ladenbereiche werden thematisch in Gruppen zusammengefasst und ausführlich begutachtet, um ihren Wert zu veranschaulichen. Ergänzend werden einige Ratschläge für einen angemessenen Umgang zugefügt. Ausgangspunkt für alle Eingriffe ist dabei der Schutz der originalen Substanz.

Anhand der 15 ausgesuchten Geschäftsflächen soll abschließend ein denkmalpflegerischer Leitfaden erstellt werden, der eine Anleitung für den adäquaten Umgang mit den Läden und den dadurch resultierenden Erhalt gibt. Der Leitfaden soll künftig auch bei der Beurteilung anderer Geschäftsflächen relevant sein.

## 1.2. Forschungsstand

In der Literatur lassen sich vor allem ab dem Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts Beiträge zum Geschäftsladen finden. Im Zuge der aufkommenden architektonischen Geltung der Bauaufgabe konnte sich der Laden im theoretischen Diskurs etablieren. In Büchern und Zeitschriften wurden Ratschläge und Richtlinien für den Geschäftsbau, sowie exemplarische Neuerungen von ausgezeichneten Lösungen dokumentiert.

Im Jahre 1935 gibt bereits Alois Ortner in seinem Buch „Portal. Schaufenster und Ladenbau“ architektonische Ratschläge zur Errichtung eines Geschäftes.<sup>2</sup>

Nach dem Krieg waren es insbesondere Zeitschriften, wie *der Bau*, die regelmäßig neu entstandene Geschäftslokale vorstellten.<sup>3</sup>

Weiters beschäftigten sich Konrad Gatz und Fritz Hierl in mehreren Bänden über die Laden- und Kaufhausgestaltung. Im ersten Band sind zahlreiche Grundlagen für den Ladenbau zusammengefügt.<sup>4</sup> Außerdem werden einige internationale Beispiele aufgelistet, zu denen im zweiten Teil Detailzeichnungen dargestellt werden.<sup>5</sup>

Robert Gutmann und Alexander Koch zeigen in ihrem Buch „Ladengestaltung. Shop Design“ aus dem Jahre 1956 eine Auswahl an vorbildhaften Geschäftsläden aus der ganzen Welt.<sup>6</sup> Individuelle und einfallreiche Läden werden elf Jahre später auch in der Fortsetzung „Ladengestaltung. Shop Design 2“ präsentiert.<sup>7</sup>

1973 bildet die Deutsche Bauzeitschrift in der Ausgabe „Bauten des Handels“ eine von Siegfried Nagel ausgesuchte Auswahl internationaler Läden, Warenhäuser und Einkaufszentren ab.<sup>8</sup>

Die beiden Architekten Karl und Eva Mang beschreiben 1981 in ihrem Buch „Neue Läden“ nach einem kurzen Überblick über den Ladenbau allgemein einige Läden aus verschiedenen Ländern.<sup>9</sup>

2 Ortner Alois 1935.

3 Zentralvereinigung der Architekten(Hrsg): Der Bau.

4 Gatz/Hierl 1956/1.

5 Gatz/Hierl 1956/2.

6 Gutmann/Koch 1956.

7 Gutmann/Koch 1967.

8 Deutsche Bauzeitschrift 1973.

9 Mang 1981.

Berthold Schwanzer analysiert in seinem 1. Band aus seiner fünfteiligen Serie zu Marktforschung die Bedeutung der Architektur für ein Unternehmen. Im dritten Band konzentriert er sich auf die Wirkung der Gestaltung von Geschäften und Schaufenstern.<sup>10</sup>

1999 führt Johannes Spalt in seinem Buch „Portale und Geschäfte“ einige Beispiele Wiener Geschäftsläden an.<sup>11</sup> Eine Beschreibung des Entstehungsgeschichte des Ladens, sowie ein Beitrag von Otto Kapfinger werden vorab ergänzt.

Susanne Breuss spezialisiert sich 2010 in ihrem Buch „Window shopping“ insbesondere auf die Entwicklungen des Schaufensters, welche durch historische Fotografien sehr schön veranschaulicht werden.<sup>12</sup>

Einen gegenwärtigen Diskurs über Läden der Nachkriegszeit lässt sich in der Literatur kaum finden. Eine Ausnahme bildet beispielsweise Inge Podbrecky, die in ihrem Artikel in der österreichischen *Zeitschrift für Kunst und Denkmalpflege* unter anderem auch auf die Nachkriegsläden aufmerksam macht.<sup>13</sup>

Einen weiteren Beitrag von Podbrecky findet man in einer Ausgabe der Zeitschrift *Denkmal heute*, in dem das in den 1950er Jahren entstandene Kaffeehaus Naber vorgestellt wird.<sup>14</sup>

Die Architektur nach dem zweiten Weltkrieg in Wien wird allgemein bereits in den 1960er Jahren literarisch behandelt.

1966 fertigt Ottokar Uhl in seinem Buch „Moderne Architektur in Wien“ eine Rezeption der Nachkriegserzeugnisse in Wien an.<sup>15</sup> Die Bauten, die in den ersten Jahren nach dem Krieg entstanden sind, werden von ihm großteils negativ bewertet.

Eine Publikation zur Ausstellung 1969 zeigt Österreichische Architekten von 1960– 1970 mit ihren Bauobjekten.<sup>16</sup>

10 Schwanzer 1988.

11 Spalt 1999.

12 Breuss 2010.

13 Podbrecky 2012.

14 Podbrecky 2015.

15 Uhl 1966.

16 Österreichische Gesellschaft für Architektur 1969.

Mit der architektonischen Entwicklung Wiens befasst sich auch Karl Schwanzer 1975. In zwei Bänden werden von ihm nach Kategorien geordnet Wiener Bauten des 20. Jahrhunderts präsentiert.<sup>17</sup>

Äußerst intensiv beschäftigt sich Friedrich Achleitner mit der österreichischen Architektur in mehreren Büchern und Publikationen.<sup>18</sup> In einem vierteiligen Architekturführer werden bezirksweise von ihm ausgewählte Bauerzeugnisse in Wien aufgelistet und datiert.<sup>19</sup>

Eine explizite Auseinandersetzung über Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne wurde bisweilen nicht getätigt. In der Arbeit soll deshalb versucht werden einen denkmalpflegerischen Ansatz für den Umgang mit Nachkriegsläden zu erstellen.

Inspirierend war dabei der Beitrag „Gefährdete Nachkriegsmoderne – Eine Forschungs- und Vermittlungsaufgabe“ aus dem Jahre 2007, in welchem sich Adrian Butler primär mit der öffentlichen Ablehnung der Bauobjekte aus den 1960er und 1970er Jahren auseinandersetzt.<sup>20</sup> 2010 fasst Adrian Butler in seinen „Acht Thesen zum Denkmalschutz der Nachkriegsmoderne“ ergänzend denkmalpflegerische Vorgehensweisen für den Kontakt mit Nachkriegsbauten zusammen.<sup>21</sup>

Als weitere Anregung für die Arbeit stellten sich die 2009 in dem Buch „Bauten der Boomjahre. Paradoxien der Erhaltung“ gesammelten Berichte heraus, welche einen Einblick in die Bautätigkeit der Nachkriegszeit gewähren und die Bauerzeugnisse in denkmalpflegerische Überlegungen miteinbeziehen.<sup>22</sup>

17 Schwanzer 1964 u. 1975.  
 18 Achleitner 1969, 1995 u. 1996.  
 19 Museum Moderne Kunst Wien 2010(1990).  
 20 Buttlar 2007.  
 21 Buttlar 2010.  
 22 Hassler 2009.

|| . Nachkriegszeit in Wien

## 11.1. Wien nach 1945

Wien als Trümmerstadt nach 1945 war mit etlichen Problemen konfrontiert. Als Folge des Krieges waren nicht nur Gebäude und die Verkehrsinfrastruktur zerstört. Soziale Sicherheit, Heimatgefühl und Lebensstandard gingen ebenfalls verloren. Oberstes Ziel war die Stadt Wien im Wiederaufbau zu stabilisieren und wirtschaftlich anzukurbeln. Durch eine „fordistische Produktionsweise“<sup>23</sup> nach amerikanischem Vorbild versuchte sich Österreich aus der finanziellen und staatlichen Krise herauszuarbeiten. Rationalisierte Abläufe und standardisierte Herstellung von Gütern sollten die Produktivität steigern und die Wirtschaftsfähigkeit Österreichs antreiben. Von der Bevölkerung wurde vor allem in der ersten Zeit nach dem Krieg Einsatzbereitschaft trotz niedriger Belohnung gefordert. Durch Arbeiten und anfängliches Verzichten würde für ein besseres Leben vorgesorgt werden.<sup>24</sup> Im sogenannten Marshallplan wurde Österreich durch das European Recovery Programm unterstützt und konnte sich wirtschaftlich rasch erholen. Erkennbar wurde der Wirtschaftsaufschwung in dem alltäglichen Leben der Bürger. Motorräder, Autos, Küchengeräte, sowie Radio und Fernseher waren bald Bestandteile einer expandierten Gesellschaft.<sup>25</sup>

Neu aufgebaut werden musste auch das Nationalbewusstsein. Nach den Jahren der nationalsozialistischen Diktatur unter Hitler musste Österreich sich als unabhängiges Land neu finden. Traditionelle Werte sollten die österreichische Identität stützen. Die sogenannte „Re-Austrifizierung“<sup>26</sup> wurde durch Verfilmungen von Heimatromanen, wie beispielsweise „Sissy“ gestärkt.<sup>27</sup> Gleichzeitig wurde aus Amerika ein neuer, fröhlicher Lebensstil überliefert. Über Fernseher und Radio weckte man den Wunsch nach einem freien, modernen Leben. Durch die amerikanische Sehnsucht entstand bei den Österreichern eine Motivation, hart zu arbeiten, um ihre Träume zu verwirklichen.<sup>28</sup>

23 Sieder 1996, S.10.

24 ebenda, S.10 u. 15.

25 ebenda, S.12 u. 16.

26 ebenda, S.16.

27 ebenda, S.17.

28 ebenda, S.19.

Neben wirtschaftlichen und sozialen Themen standen nach 1945 auch Probleme der Bautätigkeit im Mittelpunkt. Planungen für den Wiederaufbau Wiens wurden unmittelbar nach dem Krieg vom Wiener Stadtbauamt ausgeführt. Wichtige Bauobjekte, wie etwa die Oper oder der Stephansdom wurden als äußerst bedeutend bewertet und mit Vorrang wieder aufgebaut.<sup>29</sup>

Genauso wichtig war die Schaffung neuer Wohnungen für die Menschen, die durch die Bombenzerstörungen ihr zu Hause verloren hatten. Vor allem im Wohnbau wurden neue, zukunftsorientierte Ziele gesetzt. Fortschrittliche Lösungen sollten bessere und gesündere Lebensqualität bieten. Es entstanden großflächige Wohnhausanlagen, wie etwa die Wohnsiedlungen von Franz Schuster.<sup>30</sup> Als Konsulent der Stadt Wien gab er durch seine Blockwahnbauten neue Impulse im Wohnbau.<sup>31</sup>

Der Bau des West- und des Südbahnhofs setzte bei der Erneuerung des zerstörten Verkehrssystems entscheidende und bahnbrechende Schritte. Durch den zunehmenden Verkehrsfluss durch Automobile wurden für die Fußgänger Unterführungen mit integrierten Kaffees und Geschäften geschaffen. Die Opern-, Babenberger- und die Schottentorpassage standen für eine neue, moderne und weltoffene Lebenseinstellung.<sup>32</sup>

Bereits in diesen ersten Jahren nach dem Krieg war die architektonische Lage selbst in einer schwierigen Situation. Viele bedeutende Architekten hatten aufgrund des Nationalsozialismus das Land verlassen und kamen nur teilweise wieder nach Wien zurück. Andere waren von Hitlers Regime zur Pension gezwungen worden. Aufgrund dieser Umstände war es für die wenigen im Land verbliebenen Architekten nach dem Krieg schwer direkt an die Konzepte der Zwischenkriegszeit anzuschließen.<sup>33</sup> Durch ihren Lehrauftrag an den Universitäten von Wien versuchten Architekten wie Erich Boltenstern, Max Fellerer, Oswald Haertl oder Franz Schuster sich ein neues Architekturumfeld aufzubauen. Clemens Holzmeister und Lois Welzenbacher konnten an der Akademie der Bildenden Künste durch ihren Unterricht künftige Architekten wie Josef Lackner, Gustav Peichl, Hans Hollein und Anton Schweighöfer, sowie die Arbeitsgruppe 4 inspirieren.<sup>34</sup>

29 Podbrecky 2012, S.19-20.

30 ebenda.

31 Uhl 1966, S.91.

32 Podbrecky 2012, S.21-22.

33 ebenda, S.13.

34 Achleitner 1995, S.44.

Die Kriegserlebnisse und die allgemein schlechten Situation der Stadt Wien verlangten anfänglich eine stabile und motivierende Architektur, die Freiheit und neu gewonnene Lebensfreude symbolisierte. Die Architektursprache dieser frühen 1950er Jahre zeigte sich daher zunächst bescheiden und gediegen. Hinter einer später als „zu uninspiriert und zu angepasst“<sup>35</sup> empfundenen Architekturfassade, versteckten sich häufig aufwendig gestaltete Interieurs. Ihre Eigenart entwickelte die Architektur der 1950er Jahre vor Allem im Kleinteiligen. Die schlichten und einfachen Gebäude vermitteln im Inneren durch schwungvolle Formen, helle, fröhlich gemischte Farben und hochwertige Materialien eine lebensfrohe Gelassenheit. Durchlässige Scheiben und dynamische Vordächer verhelfen zu einer Leichtigkeit, nach der man sich nach den schweren Kriegsjahren sehnte.

Österreichs neu entdecktes Selbstbewusstsein nach dem Staatsvertrag 1955 übertrug sich auch auf das architektonische Umfeld. Architekten fühlten sich bekräftigt neue, unabhängige Wege einzuschlagen. Clemens Holzmeisters Schüler Wilhelm Holzbauer, Friedrich Kurrent, Johannes Spalt wurden als „Arbeitergruppe 4“ zu Vorreiter im modernen Architekturdiskurs. Auf der Suche nach Ordnung und Rationalität, orientierten sie sich an dem in die USA geflohenen Architekten Konrad Wachsmann und seine konstruktive Vorgehensweise.<sup>36</sup>

1958 erhielt Roland Rainer die Stelle als Stadtplaner. In den nur drei Jahren seiner Amtszeit beschäftigte sich Rainer intensiv mit der aktuellen Lage Wiens und erarbeitet Konzepte für die städtische Entwicklung. In seinen Entwürfen versuchte er stets an die Moderne der Zwischenkriegszeit anzuknüpfen und deren Ideale zu sichern. Die bestehenden funktionalistischen Ansätze vertrat Rainer durch die Anwendung von einer vorgefertigten Bauweise und stellte sich gegen die „romantische“<sup>37</sup> und „naive“<sup>38</sup> Architektur, welche die frühen 50er Jahre prägte.<sup>39</sup> Ideen zur Vorfertigung als Mittel zur Standardisierung des Wohnungsbaus erinnerten an die funktionalistischen Ansätze der Vorkriegsmoderne und entstanden bereits in den ersten Jahren nach dem Krieg.

35 Podbrecky 2012, S.22.

36 Achleitner 1996, S.114 u. 116.

37 Achleitner 1996, S.112.

38 ebenda.

39 Achleitner 1996, S.112-113.

Spätestens ab den 1960er Jahren konnte ein schneller, rationalisierter Wohnungsbau mittels dem Einsatz vorgefertigter Einheiten und Plattenbauten vorangetrieben werden.<sup>40</sup>

Architektonisch wurden die neu aufkommenden Einflüsse durch ein sachliches, streng gegliedertes Erscheinungsbild sichtbar. Die liebliche, leichte Architektursprache in den Anfangsjahren nach dem Krieg wurde von einer kühleren Gestaltungsart abgelöst.

Als Gegenbewegung zu dieser rationalen Architekturentwicklung und der funktionalistischen Leitsätze formierte sich bereits Ende der 1950er Jahre eine neue Architekturszene. In Österreich öffneten Hans Hollein und Walter Pichler durch neuartige und provokative Entwürfe eine neue architektonische Position. In Holleins Manifest „Absolute Architektur“ wandte er sich klar von dem „Zwecksrationalismus“<sup>41</sup> der 1950er Jahre ab.<sup>42</sup>

Gleicher Art positionierten sich Friedrich Hundertwasser mit seinem Verschimmelungsmanifest oder Günther Feuerstein in seinen Thesen zur inzidenten Architektur. In der Zeitschrift *Der Bau* traten die Architekten mit ihren Ansätzen und ihrer Kritik in die Öffentlichkeit.<sup>43</sup>

Durch die Architekturgestaltung wurden die neuen Impulse vergegenständlicht: Voluminöse, plastische Baukörper verdrängten geometrische, gerasterte und gegliederte Gestaltungsprinzipien der Moderne.<sup>44</sup>

Aus diesen avantgardistischen Architekturansätzen schlossen sich Mitte der 1960er Jahre mehrere Architekten zu Gruppen mit visionären Vorstellungen zusammen, wie etwa Haus-Rucker-Co, Coop Himmelblau, Zünd-up oder Missing Link.<sup>45</sup> Die fortschreitende Technik und der Beginn der Weltraumfahrt wurden für die Gruppen inspirierende Leitmotive. Über Skizzen und Modelle zeigten sie ihre futuristischen und utopischen Entwürfe und integrierten ihre utopischen Phantasien.<sup>46</sup> Ein Großteil der geplanten Projekte wurde jedoch nicht realisiert. Wiens Kernprojekte blieben in den Händen des herkömmlichen Architekturkreises.<sup>47</sup>

40 Podbrecky 2012, S.24.

41 Feuerstein 1991, S.60.

42 ebenda, S.59-60.

43 Podbrecky 2012, S.28-29.

44 ebenda, S.29.

45 Feuerstein 1991, S.98.

46 Nerdinger, S.186.

47 Podbrecky 2012, S.31.

Ende der 1960er und Anfang der 1970er Jahre setzte Kreisky durch seine sozialdemokratische Führung neue Ziele für Wien. Die Entwicklung der Donauinsel, der Bau des AKHS und die Schaffung von Fußgängerzonen, wie die Kärntnerstraße werden durch seine Initiative verwirklicht.<sup>48</sup>

Die Architektur dieser Jahre ist von einem starken Ausdruck und einem zuversichtlichen Selbstbewusstsein geprägt. Die dominanten, auffallenden Bauerzeugnisse spiegelten den bedenkenlosen Glauben an den Fortschritt der Technik und Wirtschaft wider. 1973 zerstörte die Ölkrise diese Zuversicht schlagartig.<sup>49</sup>

## 11.2. Nachkriegsbauten in Gefahr

Die Nachkriegsbauten sind gegenwärtig stark gefährdet. Schlechte Zustände durch langjährige Vernachlässigung, sowie die oft betonten schlechten bauphysikalischen Eigenschaften der Materialien geben Anlass an der Qualität dieser Bauten zu zweifeln. Folge ist nicht selten ein rücksichtsloser Abriss und der Ersatz durch einen fortschrittlichen Neubau. Das Schicksal des Wiener Südbahnhofs ist ein treffendes Beispiel, das diese Annahme bestätigt. (Abb.1) Trotz vorhandener Funktionstüchtigkeit fiel hier der Entschluss gegen einen Erhalt. 2010 wurden die von Heinrich Hrdlicka geplanten Räumlichkeiten abgerissen und durch den neuen vergrößerten Bahnhof ersetzt. Ebenfalls sichtbar wird die akute Gefahr an dem geplanten Abriss des Hotels Intercontinental. (Abb.2) Carl Appels Hotelkomplex aus den 1960ern konnte nicht verteidigt werden und soll künftig durch ein Hochhaus ersetzt werden.

Dass die Bauten dieser Zeit in Gefahr sind, zeigt auch Adrian Buttlar in seinen acht Thesen zur Denkmalpflege und seinem Text „Gefährdete Nachkriegsmoderne“. Gründe dafür sieht er unter anderem in „den hohen Instandsetzungskosten, an den veränderten bauphysikalischen Normen [...] und an veränderten Funktionsabläufen und Bequemlichkeitsstandards.“<sup>50</sup> Ein Neubau offenbare sich nach diesen Ansätzen als rentabler und fortschrittlicher Ausweg.

48 ebenda, S.32.

49 Achleitner 1995, S.49.

50 Buttlar 2007, S.22.

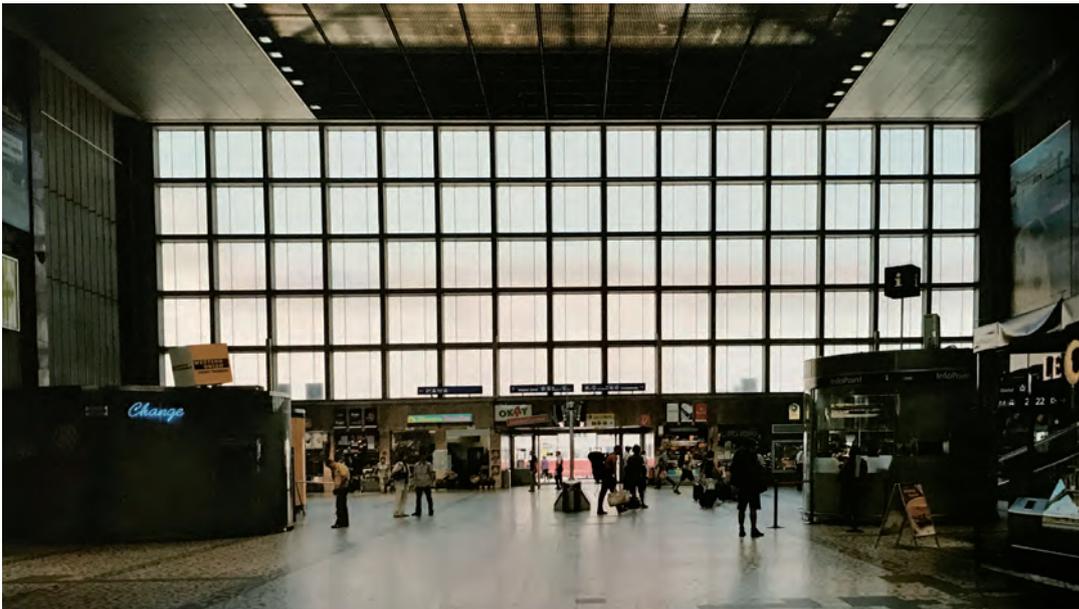


Abb.1 Eingangshalle des ehemaligen Südbahnhofs

Anstelle bewusster Lösungsansätze für einen ökonomischen Umgang werden diese problematischen Punkte höher gewichtet. Es macht gar den Anschein, als würden diese als Rechtfertigung für die Zerstörung der Bauten benutzt werden.

Bei aktuellen Entscheidungen für einen Abriss greift auch das Kriterium der „Schönheit“<sup>51</sup> gravierend ein. Den Bauten werden fehlende ästhetische Qualitäten zugeschrieben, die ihre Zerstörung rechtfertigen sollen. Buttler erwähnt, dass vor Allem die Bauten der 1960er und 1970er Jahre von diesem Missfallen betroffen sind. Während die architektonische Sprache dieser Epoche stark auf Ablehnung stoßen, steigt aktuell die Sympathie gegenüber den Bauten der 1950er Jahre.<sup>52</sup> Ein Grund für diese geänderte, positive Einstellung kann durchaus die zunehmende zeitliche Distanz darstellen. Möglicherweise entspricht das bescheidenere, lieblichere Erscheinungsbild der 1950er Jahre eher dem aktuellen Schönheitsanspruch, als die exzentrischeren Erzeugnisse der 1960er und 1970er Jahre.

Der fehlenden Akzeptanz gegenüber den Nachkriegsbauten liegt sehr oft ein Unwissen zu Grunde. Buttler betont in seinem Text die Notwendigkeit eines genauen Erfassens dieser Gebäude und spricht dabei von einer so genannten „Inwertsetzung“<sup>53</sup>.

51 Buttler 2010, S.129.

52 Buttler 2007, S.14.

53 ebenda, S.22.



Abb.2 Hotel Intercontinental

Um eine vorschnelle Ablehnung zu verhindern, sollen vorgefertigte, negative Meinungen durch einen öffentlichen Diskurs umgepolt werden.<sup>54</sup> Durch den öffentlichen Streit wird der Nachkriegsbau in den Mittelpunkt gestellt. Dadurch wird seine stille Beseitigung zu verhindern versucht. Gerade diese Widersprüche und kontroverse Auffassungen heben die verurteilte Bausubstanz hervor und belohnen sie mit einer außerordentlichen Wertigkeit. Diesen Wertezuspruch durch ambivalente Meinungen formuliert Gabi Dolff- Bonekämper, indem sie Riegls Denkmalwerte durch den sogenannten „Streitwert“ ergänzt.<sup>55</sup> Um die Für und Wider des Diskurses abzuwiegen, ist eine genaue Analyse des Nachkriegsobjektes in Hinsicht auf seine Wertestellung Grundvoraussetzung. Seine Beurteilung kann nur durch eine „kunst- und architekturhistorische Forschung“<sup>56</sup> erfolgen.

Als essentieller Teil der Inwertsetzung charakterisiert sich die Lehre. Durch universitäre und wissenschaftliche Vermittlung kann der Grundstock der Inwertsetzung gefestigt und künftig weitergegeben werden.<sup>57</sup>

Hauptzweck dieser Inwertsetzung ist demnach das Erlangen einer transformierten, zustimmenden Einstellung gegenüber Nachkriegsbauten, um vor Gefahren, wie Zerstörung und gezielter Verwahrlosung, zu schützen.

54 Buttlar 2010, S.126.

55 Dolff- Bonekämper 2010, S.33-34.

56 Buttlar 2010, S.128.

57 ebenda, S.127.

### |||. Geschäftsflächen historischer Rückblick

### III.1. Die Anfänge des Ladenbaus

Der Laden hat seinen Ursprung in den frühen Lösungen des Marktstandes. Auf dem öffentlichen Platz wurde bereits im Mittelalter die Ware in Form eines Marktes angeboten und verkauft. Während zunächst das Angebot auf Tischen präsentiert wurde, entwickelten sich mit zunehmender Relevanz des Handelswesens verschiedene, komplexere Verkaufselemente. Bald entstanden eigenständige Marktbuden, die über Nacht verschließbar waren. Unter Tags öffnete sich die Bude durch das Aufklappen der Fassade, wodurch ein Verkaufstisch und ein Schutzdach entstand.<sup>58</sup>

Aus Platzmangel wurde das Verkaufsgeschäft in die Räumlichkeiten der Erdgeschosszone von Bestandshäusern verlegt. In eigens angelegten Verkaufsstraßen fand sich meist jeweils nur eine Zunfttrichtung zusammen.<sup>59</sup> Ab diesem Zeitpunkt bildete sich der Grundtypus des Ladenbaus, bestehend aus einem Namensschild, einer Eingangstür und einem Schaufenster. Die verriegelnden Holzlamellen des Fensters wurden zunächst nur während der Öffnungszeiten heruntergeklappt und fungierten als Schauauslage. Ansonsten wurden Fenster und Türen mit Holzläden verschlossen, auf welche die Namensgebung „Laden“ bis heute basiert.<sup>60</sup> Erst mit der Erfindung des Glases konnte das Schaufenster Tag und Nacht für die Passanten sichtbar bleiben. Die ersten gläsernen Schaufenster waren sehr teuer und deshalb noblen Edelgeschäften vorbehalten. Die anfängliche Produktion von Glas erlaubte nur kleinformatige Glasscheiben. Die Fenster wurden daher durch Sprossen unterteilt.<sup>61</sup> Mit zunehmender Entwicklung der Glasindustrie im 19. Jahrhundert konnten großflächigere Glasfronten hergestellt werden. Im Zuge dessen veränderte sich die gesamte Ladenfront. Die Tür wurde in die Tiefe versetzt, um größere Schaufensterzonen zu schaffen. Außerdem wurde das Schaufenster zu einem separaten Gestaltungselement, das bewusst durch den Dekorateur in Szene gesetzt wurde.<sup>62</sup> Mit der Erfindung des elektrischen Lichtes Ende des 19. Jahrhunderts wurden die Schaufenster auch nachts belebt. Als Freizeitbeschäftigung setzte sich der Schaufensterbummel durch die Beleuchtung nun auch abends durch.<sup>63</sup>

58 Spalt 1999, S.8.

59 Schwanzer 1988, S.14-15.

61 Breuss 2010, S.17.

61 ebenda, S.18.

62 Spalt 1999, S.8.

63 Breuss 2010, S.19.

Ende des 19. Jahrhunderts gewann auch die Rolle der Architektur an Bedeutung. Der Ladenbau etablierte sich in der Architekturszene als ernstzunehmende Bauaufgabe, die von bekannten Architekten übernommen wurden. Um 1900 zählen Otto Wagner und Adolf Loos zu den Hauptakteuren im Ladenbau.<sup>64</sup> Bei der Schaufenstergestaltung entschieden sich die Architekten zunehmend für großflächige Glasscheiben, welche die Trennung von Außen- und Innenraum minimieren sollten. Kritisiert wurde diese Tendenz schon früh vom österreichischen Heimatschutz, welcher darin eine Störungen des Gesamtstadtbildes sah.<sup>65</sup>

An Bedeutung gewann der Ladenbau verstärkt wieder nach dem Zweiten Weltkrieg. Nach den Vorbildern der Zwischenkriegszeit wurden weite, durchlässige Glasfronten geschaffen, welche die Erdgeschossbereiche des Bestandes weitgehend einnahmen. Diese sogenannte „Pfeilerentfernung“<sup>66</sup> wurde allerdings bald von der Architekturszene missbilligt abgewertet.<sup>67</sup> Architekten wie Hans Hollein oder Eva und Karl Mang stellten den ursprünglichen Ladenbau in Frage und setzten auf neuartige Läden mit origineller Technik. Österreichs wirtschaftliche Erholung Anfang der 60er Jahre ermutigte zusätzlich zu fortschrittlichen Lösungen.<sup>68</sup> Bis zu den 70er Jahren entwickelte man eigene Marketingkonzepte und schrieb jedem Unternehmen eine wettbewerbsfähige Persönlichkeit durch eine gestaltete „Corporate Identity“ zu.<sup>69</sup> Bei den Läden der späten 60er und frühen 70er Jahre wurde bevorzugt mit neuartigen Materialien, wie Kunststoff experimentiert, die außergewöhnlich arrangiert wurden und die Läden besonders extrovertiert wirken ließen.

Nach der Ölkrise stellten die neu aufkommenden Themen wie Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit einen Einfluss auf den Ladenbau dar. Der Mensch wurde zu einem Hauptkriterium bei den Planungen der Geschäftsflächen.<sup>70</sup>

Heute dominieren vorwiegend Markenketten anstelle von Einzelbetrieben das Geschäftswesen. Durch einheitliche Ladengestaltung präsentieren sie ein geschlossenes Unternehmen und fördern somit die Wiedererkennung.

64 Schwanzer 1988, S.19.

65 Breuss 2010, S.28.

66 Mang 1981, S.15.

67 ebenda.

68 Schwanzer 1988, S.8.

69 ebenda, S.27.

70 ebenda, S.8-9.

### III.2. Der Architekt und die Bauaufgabe „Laden“

Mit der aufkommenden Relevanz des Ladenbaus Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhundert erreichte der Architekt bei der Ladengestaltung eine wichtige Position.<sup>71</sup> Der Laden als „Ausdruck der Unternehmenspersönlichkeit“<sup>72</sup> repräsentiert die Vorstellungen des Geschäftsführers. Dem Architekten stand die Aufgabe zu, diese Persönlichkeit stellvertretend in der Formensprache der Ladenarchitektur nach außen zu kommunizieren.

Es entstanden zunehmend Geschäftslokale, die nicht allein durch ihr Warenangebot, sondern auch durch den beauftragten Architekten bekannt wurden. Vor Allem in der Nachkriegsmoderne sahen die Architekten in der Bauaufgabe eine Möglichkeit für neuartige, experimentelle Ansätze. Während in den 50er und frühen 60er Jahren teils noch genügend der Typus der Moderne als Vorbild genommen wurde<sup>73</sup>, schafften die Architekten in den 60er Jahren individuelle und extravagante Geschäftsläden. In Wien beeindruckt zu dieser Zeit der Architekt Hans Hollein mit seinen markanten Ladengestaltungen.

Das ehemalige Kerzengeschäft Retti am Kohlmarkt aus dem Jahre 1964-65 stellt eine vorbildhafte Lösung dar. (Abb.3) Der Laden präsentiert sich mit einer reservierten, dichten Fassade aus Aluminium, in die ein schmaler Eingang, sowie zwei kleine Schauvitriolen eingeschnitten sind. Im Gegensatz zu herkömmlichen Läden, deren Ladenfronten durch den Einsatz von großzügigen Glasflächen transparent und offen wirken, herrscht hier durch die großteils geschlossene Fassade eine klare Trennung von Innen- und Außenraum. Auch im Inneren bricht er mit den traditionellen Strukturen. Betritt der Besucher den Laden, gelangt er nicht wie gewohnt in einen herkömmlichen, rechteckigen Verkaufsraum, sondern in einen oktogonalen Schauraum, in dem die Waren ausgestellt sind. Gegenüber angebrachte Spiegel lassen diesen unendlich erscheinen. Erst nachdem der Kunde den Raum durchquert hat, erreicht er den hinteren Verkaufsraum mit Theke. Der Laden fällt außerdem durch eine utopisch wirkende Ausgestaltung auf. Material, Form und Farbe verleihen dem Laden eine Ästhetik, die an die Raumfahrt erinnert.<sup>74</sup>

71 Breuss 2010, S.20.

72 Schwanzer 1989, S.18.

73 Kapfinger 1999, S.10.

74 Der Bau 1966, S.36.



Abb.3 ehem. Kerzengeschäft Retti



Abb.4 ehem. Juwelier Schullin



Abb.5 CM - Boutique

Ein zweites Geschäft von Hans Hollein ist der ehemalige Juwelier am Graben 26 aus dem Jahre 1972-74. (Abb.4) Der Laden trägt eine Fassade aus in Raster angelegten, rechteckigen Granitsteinen. Im linken unteren Bereich schneiden Schau- und Eingangsbereich ein Rechteck in die Ebene ein. Indem Türe und Schaufenster leicht zurückversetzt gestaltet sind, bleibt ein eher geschlossenes Gesamtbild vorhanden. Ein weiteres Mal wird die geometrische Fassade durch eine amorphe Form, die sich wie eine Art Flamme lammellenartig nach oben und in die Tiefe des Steines ausbreitet, unterbrochen. Das Motiv wird durch integrierte Röhren und Leuchten bekräftigt. Es entsteht ein interessantes Spiel zwischen den geometrischen Muster der gräulichen Granitplatten und der goldigen, amorphen Formation.

Ebenfalls im ersten Bezirk, in der Tegetthoffstraße 3, befindet sich Holleins ehemalige CM -Boutique aus dem Jahr 1966-67. (Abb.5) In eine annähernd quadratische Metallfassade ist als Auslagenfenster ein großer, gläserner, in vier Teile geteilter Kreis eingeschrieben. Sein Mittelpunkt ist durch einen weiteren, metallenen Kreis gefüllt, der orange gefasst ist und die Auslage wie eine Schallplatte erscheinen lässt. Eine geschlossene Metalltür legt sich rechts von der Mitte über dieses kreisrunde Auslagenfenster und minimiert dadurch die Sicht nach Innen.



Abb.6 Buchhandlung Morawa &amp; Co



Abb.7 Laden Thonet

Bei allen drei beschriebenen Geschäftslokalen, brach Hollein durch Form, Farbe und Materialität vollkommen mit der konventionellen Vorstellung eines Ladens. Als einer der Hauptvertreter der architektonischen Bewegungen Anfang der 1960er Jahre setzte er seine neuen Ansätze in der alltäglichen Bauaufgabe des Ladens um und gab diesem dadurch eine besondere Bedeutung. Holleins Geschäftsläden sind daher nicht bloß Zeitzeugen einer neuen Architektur der 1960er Jahre, sondern geben allen anderen Läden dieser Zeit als Vergleichsobjekte eine Wichtigkeit.

Weitere entscheidende Wiener Architekten im Ladenbau sind das Architektenehepaar Eva und Karl Mang. Sie gestalteten mehrere Geschäftslokale, wie etwa die Buchhandlung Morawa in der Wollzeile des ersten Bezirks und den ehemaligen Laden Gebrüder Thonet am Kohlmarkt. (Abb.6&7) Zusammen publizierten sie ein Buch über Läden und trugen zu der steigenden Etablierung des Ladenbaus im architektonischen Diskurs bei. In einem Ausstellungskatalog über Portal- und Ladenbau sprechen sie von einer nötigen „Verantwortung“<sup>75</sup> gegenüber Stadt und Mensch bei der Planung eines Ladens. Der stärker werdende Zuwachs an Geschäftsläden, beeinflusste das gesamte Erscheinungsbild der Stadt. Karl und Eva Mang forderten daher Ernsthaftigkeit und Substanzhaltigkeit im Ladenbau.<sup>76</sup>

75 Mang o.J., S.1.

76 ebenda.

Die Ladenarchitektur charakterisierte sich folglich nicht ausschließlich als Mittel zur Profitsteigerung. Der Architekt der Nachkriegsmoderne setzte den Laden durch eine bis ins kleinste Detail ausgearbeitete Planung auf ein hohes Niveau. Formen, Materialien und Farben faszinierten durch Beständigkeit und Qualität und wurden mit einer entschiedenen Bedachtheit aufeinander abgestimmt. Im Innenraum endete die Aufgabe des Architekten nicht in der Planung des Grundrisses. Mobiliar und Materialien wurden fein säuberlich von ihm ausgesucht. Die Folge war ein stimmiges Erscheinungsbild. Außen- und Innenelemente ergaben eine ausgewogene Einheit. Der Architekt arrangierte durch diese präzise herausgearbeitete Ausgestaltung den Laden zu einem Gesamtkunstwerk. Die Totalität dieser Läden, die durch die kraftvolle Planung des Architekten erzeugt wurde, ist bei den verbleibenden Nachkriegsgeschäften heute noch spürbar.

### III.3. Ladenbau und Denkmalpflege in Wien

Anhand einiger Beispiele wird sichtbar, dass in Wien nach und nach Geschäftseinbauten wertgeschätzt und auch unter Denkmalschutz gestellt werden: Die zuvor erwähnten Läden von Hans Hollein konnten sich durch die Berühmtheit ihres Architekten und durch ihre neuartige Gestalt beweisen und stehen heute unter Denkmalschutz.

Dieses Privileg genießen jedoch nicht alle Läden. Die Gefährdung der Nachkriegsbauten zeigt sich auch verstärkt im Ladenbau. Durch die Kurzlebigkeit des Geschäftssektors stehen die Läden vor einem ständigen Veränderungsdruck. Mögliche Wechsel des Besitzers, Umwidmungen, neue Anforderungen, veränderte Vorstellungen von Ästhetik, sowie neue Baunormen fordern eine Anpassung der Ladenräumlichkeiten. Vielmals dominiert der Wunsch nach zeitgemäßen, neu gestalteten Shops, durch welche die Besitzer sich und ihre Marke neu präsentieren können. Es wirkt so, als bestehe die Ansicht, nur mit einem Neubau Kunden anlocken zu können und ein profitables Unternehmen zu führen. Dafür werden bestehenden Läden aufgelassen, ohne Rücksicht auf deren Wert zu nehmen. Zahlreiche Geschäftseinbauten müssen demzufolge Neubauten weichen. Dabei scheint weder die Originalität und Individualität einzelner Einbauten, noch der Bekanntheitsgrad des Architekten relevant zu sein. Geschäftsläden namhafter Architekten werden ebenso



Abb.8 ehem. Ciro-Filiale

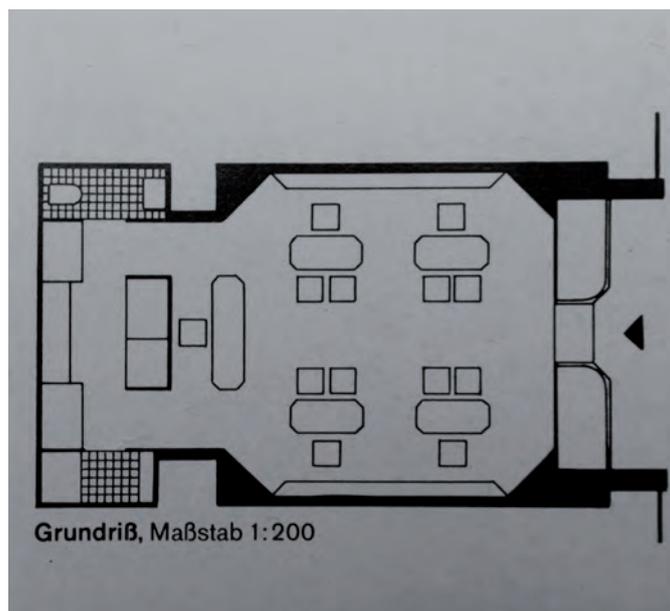


Abb.9 Grundriss Ciro

wenig berücksichtigt und abgerissen. So konnte zum Beispiel der Juwelierladen für die Firma Ciro vom österreichischen Architekten Carl Auböck aus den späten 1960er Jahren nicht erhalten werden. (Abb.8) Der Laden präsentierte sich mit einem aus schwarzem Schiefer verkleideten Portal und einer groß aufgezogenen Aufschrift aus eloxiertem Aluminium. In die Fassade wird der Schaufenster- und Eingangsbereich mittig eingeschnitten und etwas zurückversetzt. Die abgeschrägten Ecken des Ausschnittloches und die schräggestellten Schaufensterpodeste erzeugten eine interessante geometrische Optik.<sup>77</sup> Die Formen im Innenraum folgten dem Äußeren. Die polygonalen Konturen der Außenfassade wurden auf den Ladengrundriss übertragen. Geneigte Wände in den Raumecken formten sich zu einem polygonen Verkaufsraum. Die Verkaufstheken aus Schiefer zeigten durch abgekantete Ecken ein ähnliches polygones Bild. (Abb.9)

Die Wiederholung der äußeren Formen und Materialien im Inneren zeigen an diesem Beispiel die detaillierte Gesamtplanung des Ladens. Der Verlust dieses Geschäftsladens steht daher für eine nicht ausreichende denkmalpflegerische Initiative der Stadt Wien in Bezug auf die Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne.

77 Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.167.

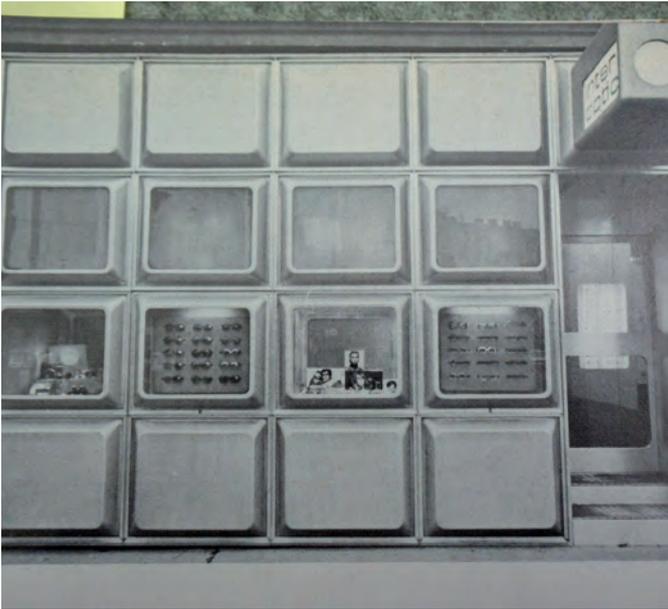


Abb.10 ehem. Optikerfachgeschäft



Abb.11 Optikerfachgeschäft innen

Ebenfalls nicht gerettet werden konnte der Optikerladen von Manfred Rapf und Dieter Lenhart. (Abb.10) Aus einer gerasterten Fassade treten sich wiederholende, rechteckige Kunststoffelemente hervor, die dem Laden einen utopischen Charakter verleihen. Auch im Inneren zeigen sich diese rasterförmig an Wänden und Decke eingesetzten Kunststoffrechtecke.<sup>78</sup> (Abb.11)

Der Laden stellt ein vorbildhaftes Beispiel für die ganzheitliche Planung von Innen- und Außenraum der Nachkriegszeit dar. Mit den aus Kunststoff geformten Rechteckelementen und der Materialwahl repräsentiert der Laden die charakteristischen Stilelemente des Pop Designs der späten 1960er und 1970er Jahre. Durch den Verlust des Geschäftes ging daher ein wichtiger Vertreter innerhalb der zeitgeschichtlichen Entwicklung des Ladenbaus verloren.

Ein weiteres Beispiel, das abgerissen wurde, stellt der ehemalige Schuhsalon „Romeo“ von Karl Mang aus dem Jahre 1955 dar. Der Laden mit der Leuchtschrift „Romeo“ bestand aus einer breiten Passage mit auffallendem Terrazzoboden. Ein heller Vorhang verdeckte teilweise die

78 Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.161.



Abb.12 Schuhsalon Romeo



Abb.13 Schuhsalon Romeo innen

mit der Leuchtschrift „Romeo“ bestand aus einer breiten Passage mit auffallendem Terrazzoboden. Ein heller Vorhang verdeckte teilweise die Glasflächen der nach hinten verlagerten Ladenfront und spielte dadurch mit den Blickbeziehungen von Innen und Außen. (Abb.12)

Im Inneren vervollständigte sich der Laden durch feinst abgestimmte Details der Ladeneinrichtung zu einem Gesamtkunstwerk. Die Fotografie des damaligen Innenraums zeigt die grünliche Theke mit einer Taschenablage aus gold eloxiertem Aluminium und hölzernen Füßen. (Abb.13) Weiters sind die mit Fliesen verkleidete Ablage und die roten Sitzmöbel abgebildet. An der hinteren schwarzen Wand sieht man eine Leiste, an die auf gebogenen, goldenen Metallstäben sowohl Beleuchtungskörper, als auch Schuhe angebracht sind.<sup>79</sup> Die Kombination der Pastellfarben mit dem gold eloxierten Aluminium, die speziell angefertigten Ladenmöbel mit ihren weichen, geschwungenen Formen, aber auch die imposante Passagenausbildung vor der fast vollkommen transparenten Ladenfront, machen den Laden zu einem typischen Exemplar der 1950er Jahre.

79 Gatz/Hierl 1956/1, S.256-257.



Abb.14 ehemaliges Schuhhaus Wimmer

Erwähnenswert ist ebenfalls das ehemalige Schuhhaus Wimmer von Bruno Echerer aus dem Jahre 1970. Der österreichische Architekt entwarf eine Fassade, vollständig aus Aluminium, in welche zwei polygone Formen lochartig ausgeschnitten waren. Durch die Verlagerung der Ladenfront in die Tiefe bildete sich eine Passage, die über die beiden Fassadenausschnitte betreten wurde. Der mittige Mauerpfeiler konnte dadurch wie eine Säule umgangen werden. Rot gerahmte, polygone Schauvirtinen wurden an den Seitenwänden der Ausschnitte angebracht und weckten die Aufmerksamkeit der Passanten. Durch aufgestellte Trennwände entstand im Inneren ergänzend zur äußeren Formgestaltung ein polygoner Verkaufsraum. In der Mitte des Raumes nahm eine verspiegelte Säule Bezug zum äußeren Mittelpfeiler. Unmittelbar davor war die Verkaufstheke platziert, die in einem Halbkreis dem eintretenden Kunden gegenüberstand.

Der Laden hat seine ursprüngliche Funktion als Schuhhaus verloren. Stattdessen befindet sich heute in den Räumlichkeiten ein Restaurant. Obwohl die Fassade nach der Geschäftsauflösung unter Denkmalschutz gesetzt wurde, wurde der Laden stark verändert. Die Aluminiumfassade

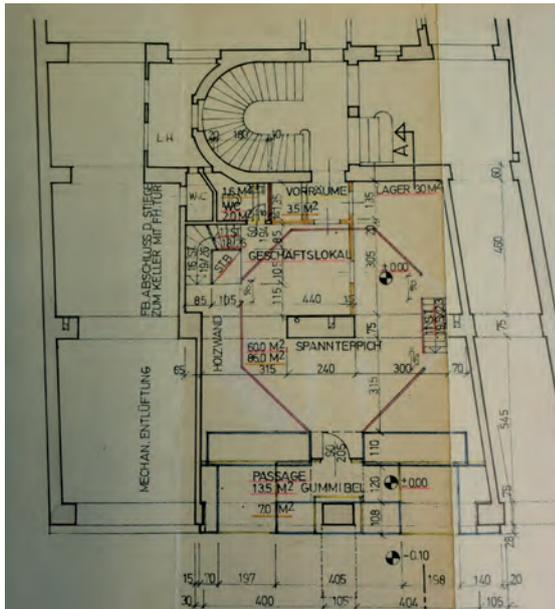


Abb.14 Grundriss Schuhhaus Wimmer



Abb.14 ehemaliges Schuhhaus Wimmer heute

mit den polygonalen Schauvirtinen konnte zwar weiterhin bestehen bleiben, die gesamte Passage wurde aber durch das Anbringen neuer Glastüren vollkommen zerstört. Der rote Kreis auf dem Schriftkasten, sowie die links angehängte Holzlamellenfassade des erweiterten Ladens wirken befremdlich. Ebenfalls nicht gerettet werden konnte der komplette Innenraum.

Das Beispiel des ehemaligen Schuhhauses Wimmer zeigt, dass auch bei einem denkmalgeschützten Laden die vollständige Erhaltung nicht garantiert werden kann. Obwohl die Fassadenfront bewahrt wurde, musste der Laden durch die umfassenden Eingriffe im Innen- und Außenraum jeglichen Originalcharakter einbüßen.

|

1950er Jahre

||

1960er Jahre

|||

1970er Jahre

## IV . Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne

Im Folgenden werden einzelne Fallbeispiele von Geschäftsflächen der Nachkriegszeit in Wien näher betrachtet. Dabei werden die einzelnen Läden den drei Jahrzehnten 1950er, 1960er und 1970er zugeordnet, um eine zeitliche Übersicht zu erzeugen. Zwischen den Epochen soll jedoch keine klare Trennung gesehen werden. Sie gehen vielmehr ineinander über und ihre Stilmittel vermischen sich teilweise. Für die Arbeit erwies sich die grobe zeitliche Gliederung für einen besseren Überblick als geeignet.

Alle drei Jahrzehnte charakterisieren sich durch individuelle Merkmale. Während in den 1950er Jahren durch eine dynamische, verspielte Ausdrucksweise Leichtigkeit suggeriert werden wollte, wurde in den frühen 1960er Jahren durch ein klares, direktes Erscheinungsbild und in den 1970er Jahren durch provokante Formgebung versucht, neue Wege einzuschlagen.

Die kulturellen und zeitgeschichtlichen Entwicklungen von den 1950er zu den 1970er Jahren manifestieren sich nicht nur in den großen Bauprojekten der Nachkriegszeit, sondern auch in den kleineren, alltäglichen Bauaufgaben, wie dem Ladenbau.

Für die Arbeit werden für die drei Jahrzehnte jeweils fünf Geschäftsflächen ausgewählt, um die Eigenheiten der 1950er, 1960er und 1970er heraus zu erarbeiten. Jede Geschäftsfläche wurde genauestens erforscht und begutachtet. In der Arbeit werden zunächst allgemeine Daten, wie Adresse, Entstehungsjahr, Planverfasser, Bauführer und -werber, sowie heutiger Geschäftsführer aufgelistet. Zusätzlich werden Funktion und eventueller Funktionswechsel beschrieben. Nach einer kurzen Beschreibung und Analyse der Fassadengestaltung, die jeden Laden genauer vorstellt, wird auf den aktuellen Zustand der Geschäftsfläche eingegangen. Sofern originale Pläne gefunden werden konnten, werden diese ergänzend abgebildet.

1

Parfumerie Schleien

2

Juwelier Baraev Alla

3

Naber Kaffee

4

Konditorei Schmalzl

5

Schneiderzubehör Hartinger

| . 1950er Jahre

Alle fünf ausgewählten Geschäftslokale vermitteln durch ihre Formgestaltung das freie, aufgelockerte Lebensgefühl der 1950er Jahre. Durch ihre schwungvolle Linienführung, ihre helle Farbgebung und ihre aufs Feinste abgestimmte Materialauswahl verloren sie damals jegliche Schwere der Kriegszeit und zeigen sich noch heute besonders fröhlich und lebhaft. Das Shoppengehen erzeugte nach dem Krieg einen neuen Lebensstandard, der Glücksgefühle wecken sollte. Geschäfte, wie etwa ein Juwelier oder eine Parfümerie, standen für eine verbesserte Zukunft und wurden deshalb für diese Arbeit als Untersuchungsobjekte ausgesucht. Die steigende Bedeutung der Freizeitgestaltung der 1950er wurde an den zahlreichen Kaffeehäusern der 1950er Jahre sichtbar. Das Kaffee Naber und die Konditorei Schmalzl vermitteln bis heute den damaligen Zeitgeist.

Die fünf Geschäftsflächen wurden außerdem für diese Arbeit gewählt, da sie noch heute beinahe im Originalzustand in Betrieb sind. Der Erhalt der Ursprungsfunktion macht die Läden zu etwas Besonderem. Sie tragen die gesamte Ladengeschichte in sich und überliefern uns diese durch ihre erhaltene Materialität.

## 1 Daten

Adresse: Wiedner Hauptstraße 40, 1040 Wien

Baujahr: 1954

Planverfasser: unbekannt

Bauführer: unbekannt

Bauwerber: Herr & Frau Schleien

heutiger Geschäftsführer: Herr G.Iro

Funktion damals & heute: Parfümerie



Abb.15 Parfumerie Schleien

## | . 1 . PARFUMERIE SCHLEIEN

## 2 Fassade

Die Fassade der Parfümerie gliedert sich in zwei Zonen: Die untere Verkaufszone mit Sockelleiste und Schaufenster, sowie einer darüberliegenden oberen Geschäftsabschlussleiste mit Aufschrift, welche zum Bestandsgebäude abschließt. Die Fassadengestaltung fasst zwei angrenzende Geschäftslokale zusammen und wird auf diese Weise in der Horizontalität betont.

Der rechte Geschäftsteil impliziert die Ladeneingangstür, welche die entlang der Straße in die Breite gezogenen Schaufensterreihe in der Mitte teilt. Die Sockelleiste aus Messing und Terrazzostein betont zusätzlich die Horizontalität des Ladens. Die aus eloxiertem Aluminium gefassten Schaufenster erlauben das breite Warensortiment zu studieren, ohne dabei in den Laden zu sehen. Links erweitert die später hinzugefügte, kleinere Geschäftsfläche die Parfümerie. Gegenüber der rechten Hauptseite tritt dieser Teil klar in den Hintergrund. Indem die Ladenfront nach hinten verschoben ist, wird dieser Effekt noch einmal herausgehoben. Die über Stufen erreichbare Tür wird nicht als Kundeneingang genutzt. Der linke Geschäftsbereich wird ebenfalls über die rechte Haupteingangstür betreten.

Eine blaue Markise bildet den Übergang zum oberen Geschäftsabschluss, welcher durch den blau gefärbten Hintergrund stark ins Auge tritt. Als Kontrast treten die beiden weißen, in die Länge gezogenen Schriftzüge „Schleien“ und „Parfumerie“ hervor, welche abermals dem Horizontalzug der Ladenfront folgen.

## 3 Aktueller Zustand

Die Parfümerie wird heute von der Tochter des Ehepaars Schleien und dessen Mann in alter Tradition weitergeführt. Die Besitzer zeigen dabei ein besonderes Feingefühl gegenüber dem Geschäftslokal, wodurch der Laden ein gepflegtes und gut erhaltenes Erscheinungsbild im Sinne des originalen Entwurfs zeigt.

## 1      Daten

Adresse: Reinprechtsdorferstraße 35-37

Baujahr: 1956

Planverfasser: unbekannt

Bauführer: Bmstr. Josef Foit

Bauwerber: Uhrmacher Keindl

heutiger Geschäftsführer: Frau Baraev Alla

Funktion damals & heute: Juwelier



Abb.16 Juwelier Baraev Alla

## 1.2. JUWELIER BARAEV ALLA

## 2 Fassade

Die zweiteilige Fassade des Juwelierladens wird von einer schwarzen, spiegelnden Rahmung aus Opaxit eingefasst, welche sich nach unten hin verjüngt. Durch die Abrundung der inneren Kanten entsteht eine weiche Kontur, welche den unteren, zurückversetzten Geschäftsbereich, sowie den vorspringenden, oberen Abschluss zusammenschließt.

In der unteren Region ist die Eingangstür nach hinten zurückversetzt, wodurch eine Art Loggia als Übergangsbereich zwischen Außen und Innen entsteht. Dieser Vorraum wird über eine Stufe betreten und hebt sich somit klar vom Straßenniveau ab. Zwei schräggestellte Auslagenfenster münden in die tiefer gelegene Eingangstür und lenken die Besucher ins Innere. Die an der Decke angebrachten Leuchtstoffröhren verlaufen ebenfalls in Richtung des Eingangs und weisen den Weg in den Geschäftsladen. Die Vollglasscheiben mit dünner Metallrahmung der Schauseite ruhen auf einer ca. 30cm hohen, weißen Sockelzone. Gemeinsam mit der Glastüre gestatten sie Blickbeziehungen von Außen und Innen.

Der obere Abschluss besitzt ist in einer Verzierung mit vertikal versetzten, alternierend matt glänzenden Metallstreifen hervorgehoben. Die Leuchtschrift „Juwelier“ tritt gegenüber dieser Musterung stark in den Vordergrund. Eine dünne, horizontale Leiste mit zahnradartigem Relief bildet eine markante Grenze zum unteren Bereich und setzt folglich im Kleinen das Muster der Abschlussfront fort.

## 3 Aktueller Zustand

An dem Geschäftslokal sind starke Gebrauchsspuren zu erkennen, die langfristig zu schweren Schäden führen könnten. Rechtzeitige Renovierungsarbeiten könnten nicht nur die Zerstörung des originalen Materials als Zeitzeugen verhindern, sondern außerdem vor der Gefahr eines Abrisses und Austausches schützen.

Die Schäden werden im unteren Bereich vor Allem am Boden sichtbar, welcher starke Risse zeigt. Weiters sind Absplitterungen des Lacks an Fenster- und Türrahmung erkennbar, welche in Kombination mit Witterung zu einer irreversiblen Zersetzung der Metallleiste führen könnten. Im oberen Bereich hat sich die Decke der Loggia an einigen Stellen gelöst und schwarz verfärbt. An der Metallleiste, dem Abschluss hintergrund und dem Schriftzug sind starke Verschmutzungen durch nicht fachgerechte Reinigung zu erkennen. (Abb.17-20)



Abb.17 Gebrauchsspuren Decke Baraev Alla



Abb.18 Risse am Boden Baraev Alla



Abb.19 Gebrauchsspuren Türrahmung Baraev Alla



Abb.20 Gebrauchsspuren oberer Abschluss Baraev Alla

## 1 Daten

Adresse: Wiedner Hauptstraße 40, 1040 Wien

Baujahr: 1958

Planverfasser: Otto Hofmann

Bauführer: Bmstr. J.Odwody u. Ing.J.Weidisch

Bauwerber: Firma G.Naber u. Sohn

heutiger Geschäftsführer: Patrick Schönberger

Funktion damals & heute: Kaffee



Abb.21 Naber Kaffee

### | .3. NABER KAFFEE

## 2 Fassade

Die Fassade des Kaffeeladens in der Wiedner Hauptstraße 40 gliedert sich in zwei übereinanderliegende Zonen.

Der untere Eingangs- und Auslagenbereich ist durch seitliche, vertikale Rahmungsleisten, welche mit kleinen Mosaiksteinen besetzt sind, links und rechts eingefasst. Zwei Auslagenfenster verlaufen schräg nach hinten und münden in die von der Mitte aus nach links platzierte Eingangstür. Die gläserne Tür, sowie die Auslagenfenster sind mit braunem Holz und goldenen Metalleisten doppelt gerahmt und ermöglichen dem Passanten einen Einblick in das Innere des Geschäftslokals. Tür und Fenster werden durch eine schmale, gold gerippte Sockelleiste aus eloxiertem Metall zusammengefasst. Die Transparenz durch die vordergründige Verwendung des Materials Glas differenziert sich stark von der Ornamentik der rahmenden Mosaikflächen. Die Tür- und Fensterreihe hebt sich dadurch von der Fassadegestaltung ab und schafft einen starken Bezug zwischen Innen und Außen, zwischen Kaffeehaus und Straße.

Der untere Geschäftsteil ist von der oberen Zone durch einen braunen gesimsartigen Vorsprung mit weißer Markise getrennt. Der obere, sehr schmal gestaltete Abschluss betont die horizontale Ausrichtung und steht im Kontrast zu den unteren, vertikalen Mosaikflächen. Die breit gezogene, braune Aufschrift unterstreicht diesen Gegensatz. Die Mosaiksteine an der Abschlussebene stehen in Bezug zur Ornamentik der die untere Geschäftszone rahmenden Flächen.

## 3 Aktueller Zustand

Das von Otto Hofmann geplante Kaffee ist die erste von vier Filialen der von Friedrich Naber gegründeten Kaffeekette „Naber u. Sohn“.<sup>80</sup> Im Gegensatz zu den anderen ist dieser Kaffeeladen fast vollständig erhalten, zwei der Kaffees sind bereits abgerissen.<sup>81</sup> Das Kaffee in der Wiedner Hauptstraße steht heute unter Denkmalschutz und wird außerdem von dem überaus engagierten Geschäftsführer verlässlich betreut. Es sind daher keine Schadensbilder zu erkennen.

<sup>80</sup> Podbrecky 2015, S.17.

<sup>81</sup> Informationen aus dem Gespräch mit Patrick Schönberger am 28.08.2017.

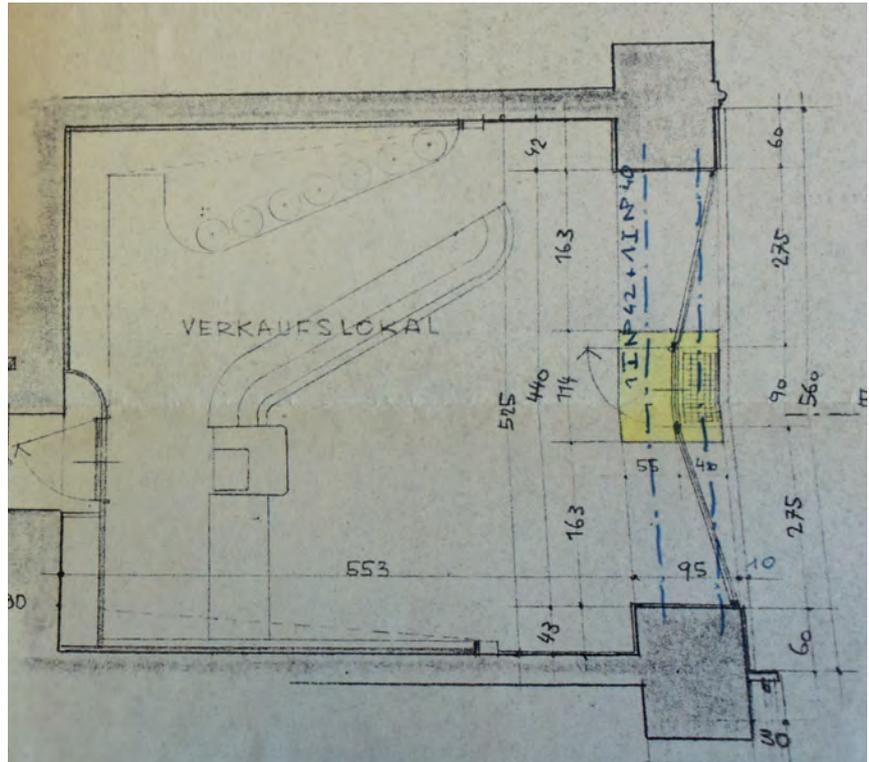


Abb.22 Grundriss Naber Kaffee

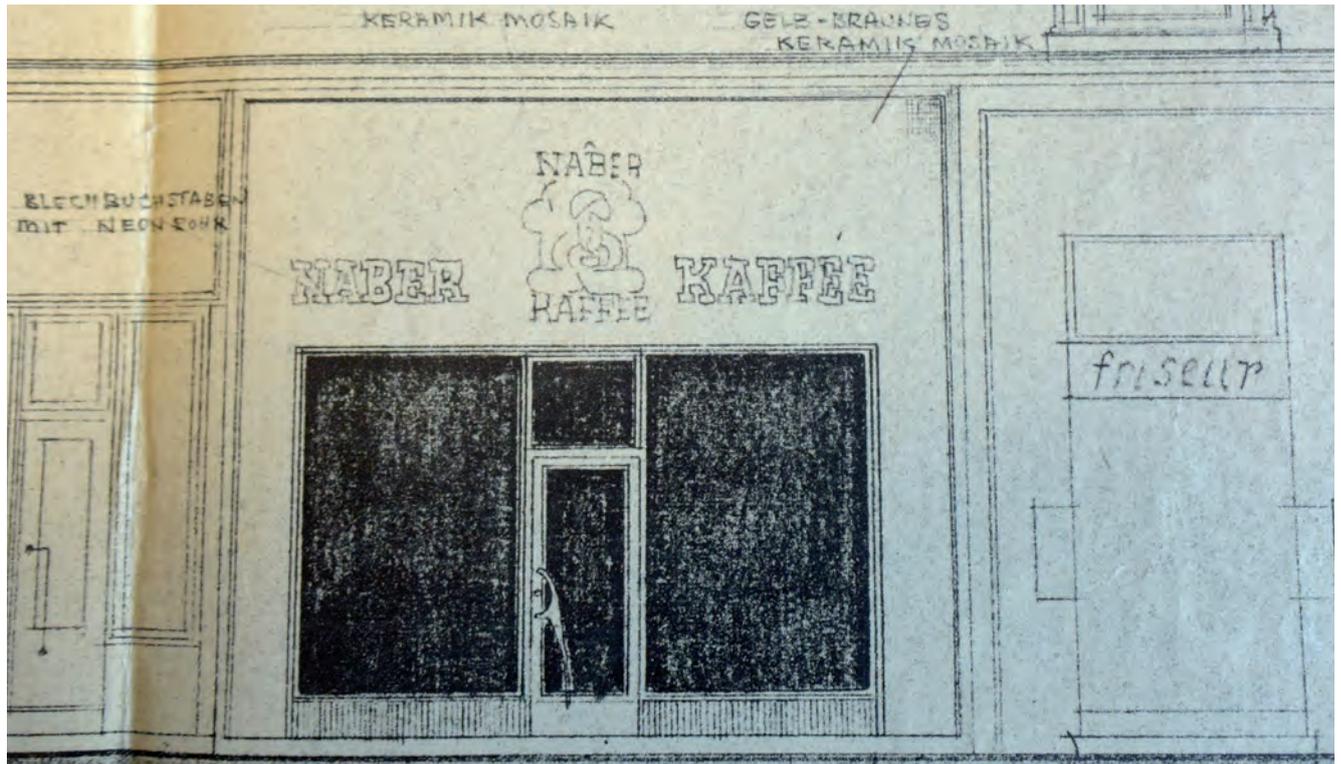


Abb.23 Ansicht Naber Kaffee

## 1 Daten

Adresse: Liechtensteinstraße 19, 1090 Wien

Baujahr: 1958

Planverfasser: Franz Schmied

Bauführer: Stadtbmstr. Ing. Rudolf Otto Gerger

Bauwerber: Wilhelm Steiner

heutiger Geschäftsinhaber: Ehepaar Schmalzl

Funktion damals & heute: Konditorei



Abb.24 Konditorei Schmalzl

## | .4. KONDITOREI SCHMALZL

## 2 Fassade

Die Konditorei setzt sich aus einem unteren Geschäftsbereich und dem oberen Abschluss mit Schriftzug zusammen.

Der untere Bereich wird durch einen zweigeteilten Schaufensterbereich rechts, sowie dem Eingangsbereich links gegliedert. Die großflächigen vollverglasteten Schaufenster erlauben den Blick von der Straße aus in den Geschäftsladen. Der Schaufensterbereich verläuft in Abstufungen schräg nach hinten in Richtung Eingang. Die über eine Terrazzostufe erreichbare, einflügelige Eingangstür fluchtet leicht schräg nach hinten und bildet mit der rechten, schräg gesetzten Fensterscheibe eine Loggia. Auf der linken Seite wird der Laden durch einen Spiegel vollendet.

Der gesamte Laden steht auf einer hauchdünnen Terrazzosteinplatte, die etwas von der Fassadenfront vorsteht. Schwarz glänzende Steinbalken schließen das Schaufenster sowohl gegenüber der Terrazzo-platte, als auch gegenüber dem oberen Abschluss ab. Der obere Steinbalken dient außerdem als Halterung der Aufschrift „Cafe“. Darüber bildet der beige gerahmte, rechteckige Abschlussbereich die Begrenzung zum Bestandshaus. Seine Wirkung wird durch das leuchtende Rot und dem großen Schriftzug „Konditorei“ intensiviert. Durch die mehrfache horizontale Gliederung wird die Ladenfront entlang des Straßenverlaufs in die Breite gedehnt.

Die heutige Ladenfassade unterscheidet sich in manchen Bereichen von den Plänen des Architekten. In der Planansicht fehlt die Unterteilung der Schaufensterscheibe, wodurch die Glasfront im Architektorentwurf um ein Wesentliches offener und durchlässiger als in der Ausführung wirkt. In den Entwurfszeichnungen wurde anstelle des roten oberen Abschlusses eine in Rechtecke geteilte Fläche ohne Aufschrift konzipiert. Es könnte sich hierbei um eine Scheibe aus gerastertem Glas handeln, welche ganz für die Durchlässigkeit der Gestaltung des unteren Ladenbereiches sprechen würde. Die Ursachen für die Abänderungen sind nicht bekannt.

## 3 Aktueller Zustand

Obwohl die Konditorei ein paar Gebrauchsspuren aufweist, wirkt sie vollständig intakt. Nur an wenigen Stellen sind Reparaturarbeiten nötig, wie etwa am abgenutzten Spiegel rechts neben der Eingangstür oder am Sockelbereich, da dieser leichte Risse aufweist. Außerdem löst sich der Schriftzug an den Seitenflächen etwas ab. (Abb.27-29)

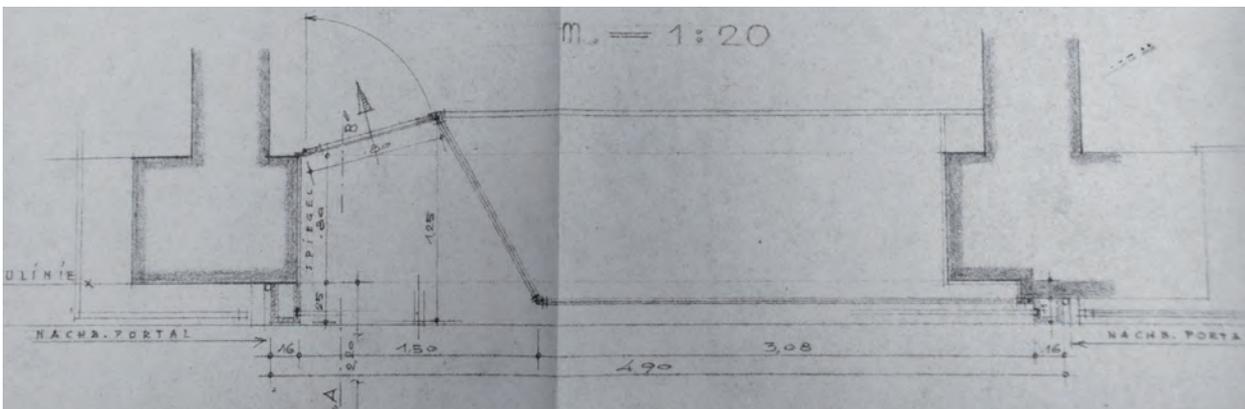
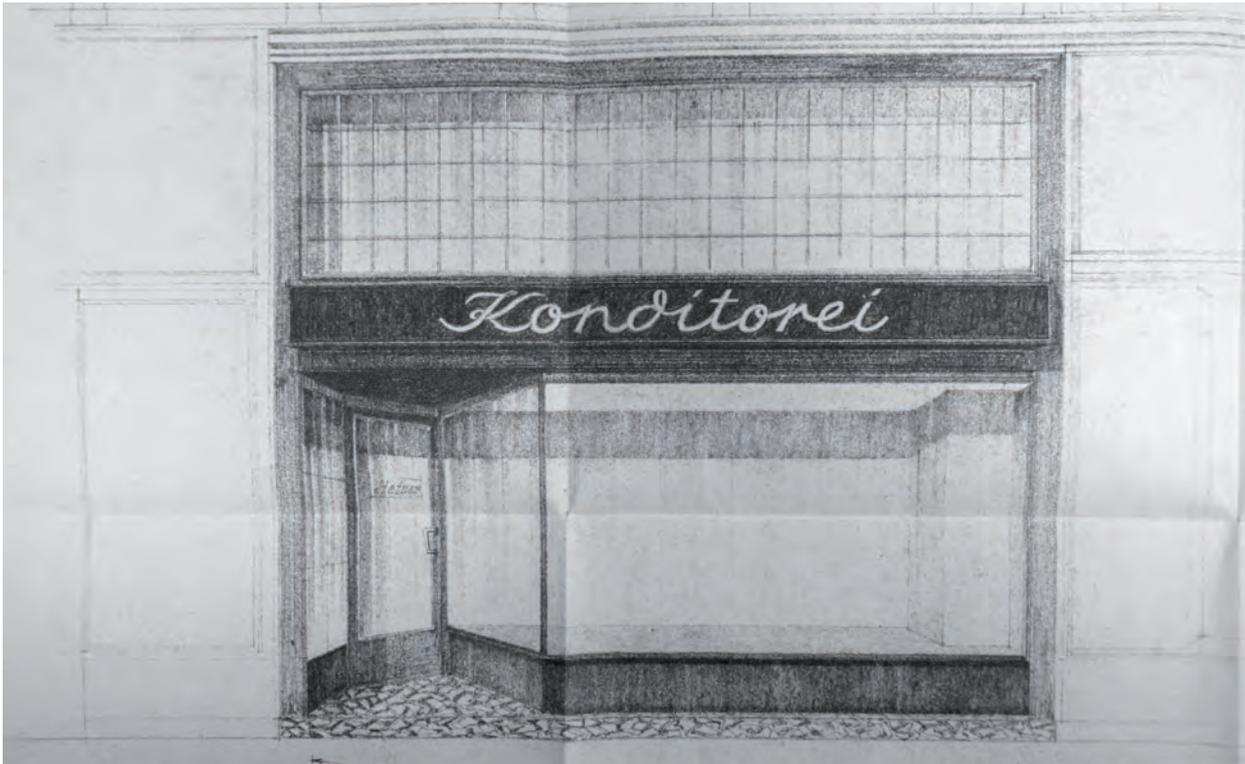


Abb.25 Ansicht Schmalzl

Abb.26 Grundriss Schmalzl



Abb.27 Gebrauchsspuren Schrift Schmalzl



Abb.28 Risse Sockel Schmalzl

Abb.29 Gebrauchsspuren Spiegel Schmalzl

## 1 Daten

Adresse: Spiegelgasse 13, 1010 Wien

Baujahr: unbekannt

Planverfasser: unbekannt

Bauführer: unbekannt

Bauwerber: unbekannt

heutiger Geschäftsführer: Frau Hartinger

Funktion damals & heute: Nähzubehörladen



Abb.30 Hartingers Nähzubehör

## | .5. HARTINGERS NÄHZUBEHÖR

## 2 Fassade

Der Nähzubehörladen staffelt sich in zwei Bereichen in die Tiefe. In eine vordere Passage mit zwei Schaukasten und den hinteren eigentlichen Verkaufsladen.

Blickt man von der Straße aus auf den Laden, erkennt man links eine erste Schaufensterauslage, die sich bis zum hinteren Verkaufsladen zieht. Des Weiteren hat man freien Blick auf die rechts daneben liegende, nach hinten verlegte Eingangstür. Abschließend sieht man rechts den breiteren zweiten Schaukasten. Im Gegensatz zur bereits erwähnten, linken Schauauslage, welche sich von Vordachebene bis zum Boden erstreckt, ist dieser rechts gelegene Schaukasten etwas abgehoben. Zwischen rechter Vitrine und Vordachebene besteht ein Abstand, wobei der leer gelassene Raum zur Vordachdecke mit der Aufschrift „Modewaren“ gefüllt wird. Die Vitrine grenzt nicht an den hinteren Laden an und lässt so eine Passage entstehen. Der Terrazzoboden der Geschäftspassage hebt sich vom Gehsteigniveau etwas ab und gleicht somit die Schräglage des Straßenverlaufs aus. Erkennbar wird dieser Niveauunterschied durch die sich von links nach rechts verjüngende Stufe.

Ein Vordach leitet zum oberen Abschluss über und schützt den Besucher bereits auf dem Gehsteig vor schlechtem Wetter. Darüber ist der beige Schriftzug „Schneiderzugehör“ angebracht, welcher sich in dieser hellen Farbigkeit von der mit dunklen Steinen versehenen Fassade des oberen Abschlusses abgrenzt.

## 3 Aktueller Zustand

Durch den achtsamen Umgang der aktuellen Geschäftsführerin ist das Geschäft noch vollkommen im Originalzustand erhalten. An der Außenfassade lassen sich jedoch ein paar brüchige Stellen finden, die mittels kleiner Reparaturen durchaus behebbar wären. Die Abschlussleiste des Schaufensters ist teils stark angeschlagen. Teile der Loggiadecke lösen sich ab. An den Decken der Auslagen sind außerdem Wasserflecken zu sehen. Auch an dem Fassadenschriftzug sind stark beanspruchte Stellen sichtbar. (Abb.31-34)



Abb.31 Gebrauchsspuren Leiste Hartinger

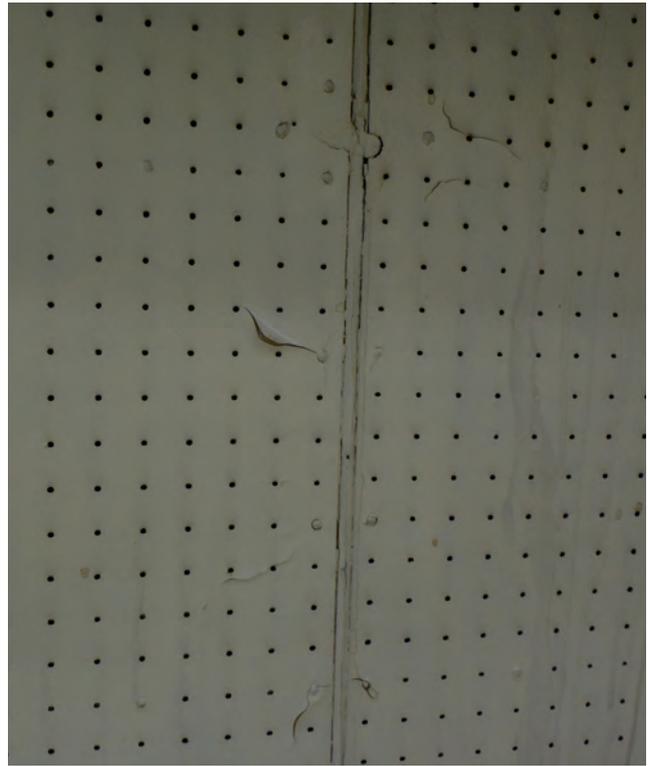


Abb.32 Gebrauchsspuren Loggiadecke Hartinger



Abb.33 Wasserflecken Auslagendecke Hartinger



Abb.34 Gebrauchsspuren Schriftzug Hartinger

1

Schirme Brigitte

2

Juwelier Berthold

3

Niemetz Mineralien

4

Knöpfe

5

Fleischerei Ringl

|| . 1960er Jahre

Anfang der 1960er Jahre wurde in der Architektursprache an die Vorstellungen der klassischen Moderne der Zwischenkriegszeit angeknüpft. Der zeitgleiche Architekturdiskurs positionierte sich gegen den Stil der 1950er Jahre. Schon Ende der 1960er Jahre übte man die erste Kritik an dieser zu Beginn des Jahrzehnts entwickelten, funktionalistischen Richtung aus und setzte utopische, skulpturhafte Bauten als Gegenposition ein.

Die folgenden fünf Geschäftslokale wurden für diese Arbeit ausgewählt, da sie sehr gut die Suche nach einem neuen Stil widerspiegeln. Obwohl einige Läden, wie der Schirmladen Brigitte oder das Mineraliengeschäft Niemetz noch Stilmittel des vorigen Jahrzehnts einbringen, wird dennoch versucht, wie etwa bei dem Juwelier Berthold, neue Wege einzuschlagen.

Gemeinsam ist allen fünf Geschäftsflächen das Ziel sich durch eine neue Fassadenaufteilung und neue Materialien von der Stilrichtung der 1950er Jahre abzuwenden. Durch klare, schlichte Formen und eine geradlinige Linienführung verlieren die Geschäfte den lieblichen, dahin gestreuten Charakter der 1950er und erhalten einen eher kühleren Ausdruck.

## 1 Daten

Adresse: Franz-Josefs- Kai 27, 1010 Wien

Baujahr: 1962

Planverfasser: Robert Ederer

Bauführer: Firms Stdtbmstr. Ing.Rudolf Pribek

Bauwerber: Firma J.Benesch&Co, Wiener Schirmproduktion

heutiger Geschäftsführer: Neffe Robert und seine Frau Gordana Suchanek

Funktion damals & heute: Schirmladen



Abb.35 Schirme Brigitte

## ||.1. SCHIRME BRIGITTE

## 2 Fassade

Gräulicher Marmorstein verziert die Fassadengestaltung, welcher den Erdgeschossbereich des Bestandhauses samt dessen Hauseingang, sowie die Geschäftsfläche zusammenfasst. Der Schirmladen tritt als rechteckiger Lochausschnitt dennoch aus der markanten, gemusterten Steinverkleidung hervor und wirkt durch die großzügigen, gold gefassten Glasflächen besonders durchlässig. Ein breiter, horizontaler Balken in den kräftigen Farbtönen Braun und Gelb ragt autoritär aus der bündigen Geschäftsebene hervor und gliedert die Glasfront in eine obere und untere Zone.

Im unteren Teil wird das Sortiment in der rechts stehenden Schaufensterauslage spektakulär vorgestellt. Durch den Marmor der Hausfassade wird unterhalb des Schaufensters ein schmaler Sockel gebildet. Auf der rechten Seite bildet der Marmor als dünner Streifen eine Trennung der Geschäftsfläche und des Nachbarladens. Der Schirmladen bettet sich somit harmonisch in die steinerne Erdgeschosszone des Hauses ein. Durch die gläserne Eingangstür grenzt sich der Laden von dem nebenstehenden hölzernen Hauseingang durch eine breit ausgebildete Marmorfläche ab. Eine goldene Abschlussleiste aus eloxiertem Aluminium an der unteren Kante der gläsernen Eingangstür orientiert sich an der Höhe des Schaufenstersockels und schafft eine gleitende Verbindung von Eingang und Auslage.

Der gelbe, braun gefasste Balken mit der Aufschrift „Schirme“ leitet zum oberen Teil der Ladenfront über. Im oberen Schaufenster sind aufgespannte Schirme als Ausstellungsstücke ausgestellt. Eine vertikale Rahmenleiste übernimmt die Breite der Türe, teilt die Scheibe in zwei Bereiche und bezieht sich dadurch auf die untere Verkaufszone.

In der Planansicht des Architekten ist der links vom Schirmgeschäft gelegene Hauseingang als zweiflügelige Glastür dargestellt, welche in ihrer Gestaltung dem Ladeneingang ähnelt. In Realität befindet sich hier heute eine geschlossene, braun lackierte Holztüre.

## 3 Aktueller Zustand

Der Laden ist vollständig erhalten und in einem sehr guten Zustand. Einige harmlose Abnutzungerscheinungen, wie etwa abgeschlagene Tür- und Fensterrahmen, wären leicht zu beheben. (Abb.38)



Abb.36 Ansicht Schirme Brigitte

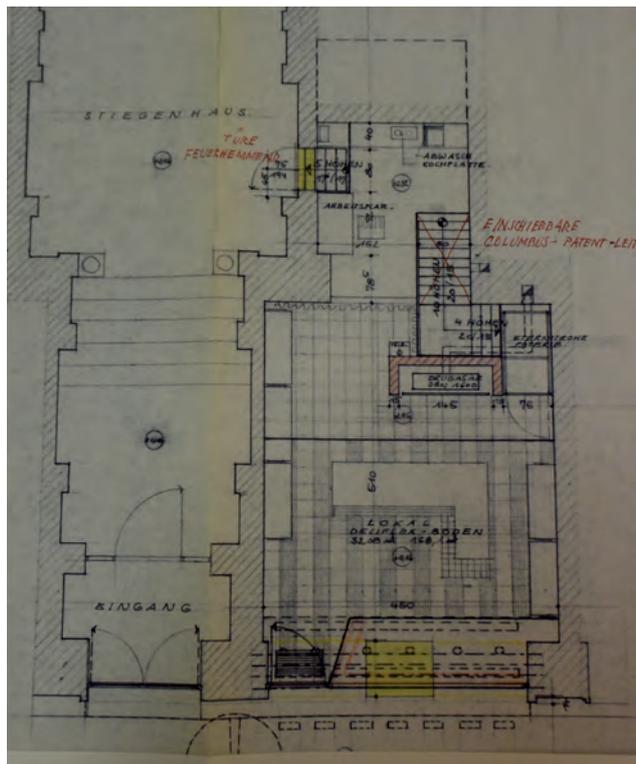


Abb.37 Grundriss Schirme Brigitte



Abb.38 Gebrauchsspuren Schirme Brigitte

## 1 Daten

Adresse: Josefstädterstraße 23, 1080 Wien

Baujahr: 1963

Planverfasser: Wolfgang Stark

Bauführer: Bmstr. Ing. H.Mondschein

Bauwerber: Helene Langauer

heutiger Geschäftsführer: Werner Berthold

Funktion damals & heute: Juwelier



Abb.39 Juwelier Berthold

## 11.2. JUWELIER BERTHOLD

## 2 Fassade

Der Juwelierladen ist durch einen mit Rillen in Querrichtung versehenen metallenen Querbalken in einen unteren, eigentlichen Verkaufsbereich und in einen darüberliegenden Lagerbereich geteilt. Ein weiterer solcher Balken bildet den oberen Abschluss des Ladens zum Bestandsgebäude.

Der untere Bereich wird durch zwei seitliche Steinplatten, sowie einem mittleren, breiteren Steinelement in einen linken Schaufenster und einen rechten Eingangsbereich gegliedert. Der mittlere Stein zeigt die Aufschrift „Berthold Juwelier“. Die Transparenz der vollverglasteten Schaufensterscheibe und der Eingangstür stellt einen Gegensatz zu dem dunklen, geschliffenen Stein der Fassade dar. Auffallend ist die steinerne Sockelzone, welche nur ein paar Zentimeter hoch gestaltet ist und einen Kontrast zur Bausubstanz des Gründerzeithauses darstellt. Das Geschäft öffnet sich zur Straße hin nur durch die rahmenlose Eingangstür aus Glas, durch welche man schwellenlos ins Innere gelangt. Der Schaukasten hingegen verwehrt durch einen bodenlangen, Falten werfenden Vorhang den Blick in den Laden. Der Vorhang stellt den einzigen Bezug zur oberen Zone dar, denn auch hier versperrt ein ähnlich gestalteter Stoffbehang Einblick durch eine ausschließlich aus Glas konstruierte Fassade. Diese obere Etage springt samt den beiden metallenen Querbalken etwas hervor, wodurch sich eine Staffelung nach oben ergibt. Durch den Gegensatz von Quer- und Längsausrichtung gliedert sich der Juwelierladen nicht dem Gründerzeithaus ein, sondern tritt selbstbewusst nach vor.

Der untere Teil bildet durch die dunkle, schwere Materialität des grauen, glatt polierten Steines einen Kontrast zu der Leichtigkeit des in Falten gelegenen, leicht durchlässigen Vorhangs. Während die Falten des Vorhangs, sowie die Steinverkleidung im unteren Bereich Vertikalität vermitteln, zeigen die abschließenden Metallbalken einen Bezug zum horizontalen Straßenverlauf. Damit ist der Eindruck von Vertikalität und Horizontalität zu einem Gleichgewicht gebracht.

## 3 Aktueller Zustand

Der Laden weist einen ausgesprochen guten Zustand auf. Es konnten keine Schäden gefunden werden.

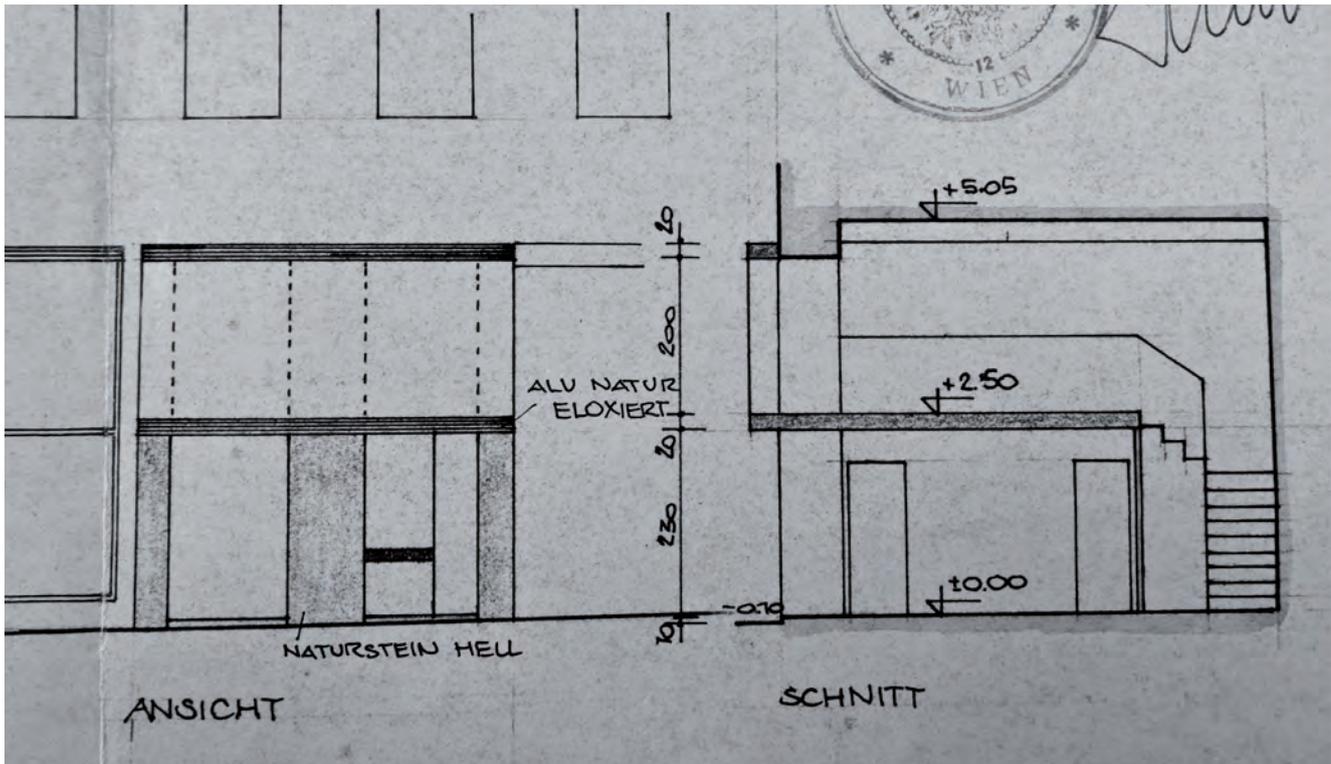


Abb.40 Ansicht und Schnitt Juwelier Berthold

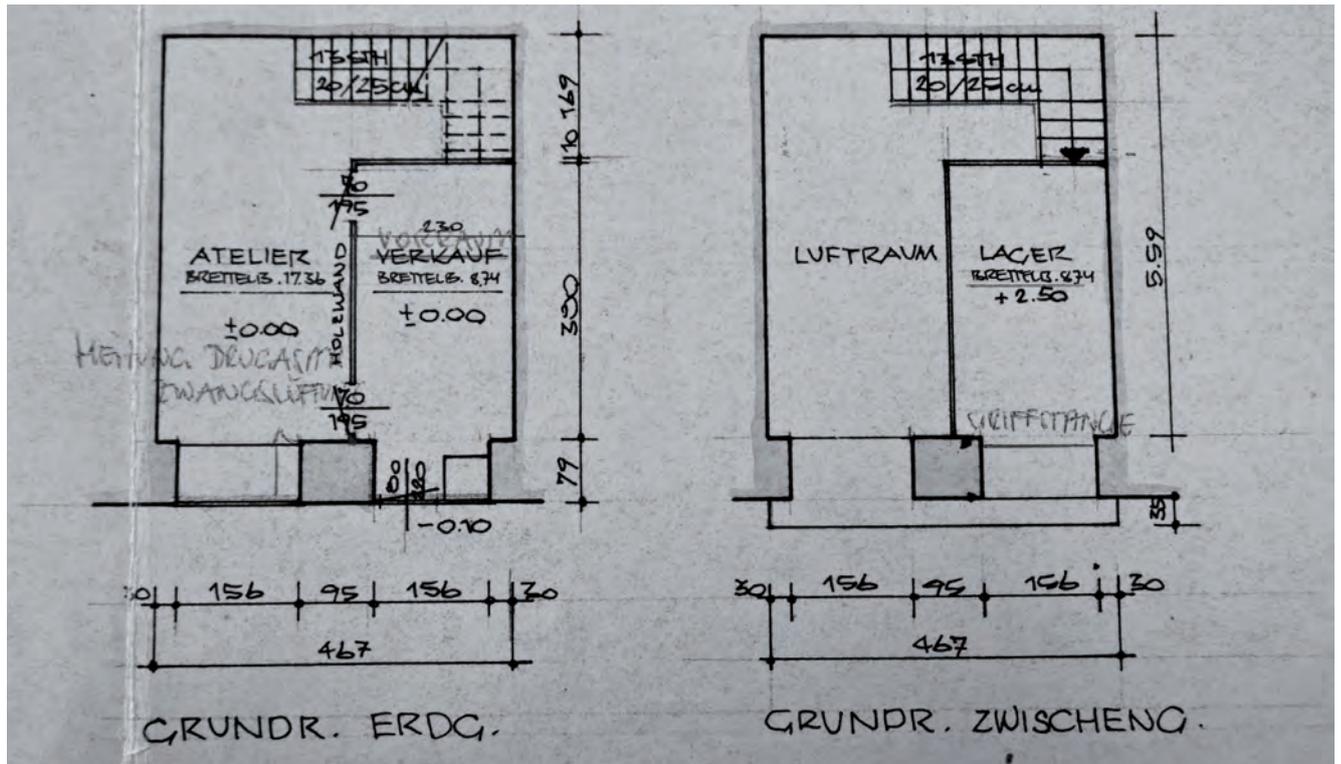


Abb.41 Grundriss EG und Zwischengeschoss Juwelier Berthold

## 1 Daten

Adresse: Servitengasse 12, 1090 Wien

Baujahr: 1964 - Niemetz Hutgeschäft:

Portalgestaltung und Pfeilerabtragung

1977 - Mineraliengeschäft

Planverfasser: unbekannt

Bauführer: Fritz Schoderböck

Bauwerber: Wilhelm Niemetz (Vater)

heutige Besitzer: Tatjana und Wilhelm Niemetz(Sohn)

Funktion damals: Hutgeschäft

Funktion seit 1977: Fachgeschäft für Mineralien, Edelsteine & Schmuck



Abb.42 Niemetz Mineralien

## 11.3. NIEMETZ MINERALIEN

## 2 Fassade

Die komplette Fassadenfläche des Geschäftes tritt etwas von der bestehenden Gebäudefläche hervor. Drei horizontale Ebenen formieren zusammen die Fassade. Der obere Balken mit Schriftzug bildet den Abschluss des Ladens, gefolgt von der unteren Ladenzone aus einer Schaufensterreihe mit Eingangstür und einer breiten Sockelleiste.

In der unteren Zone wird die Fassade mehrmals in der Vertikalen geteilt. Die Ladenfront gliedert sich dadurch in ein linkes Schaufenster, eine Eingangstür und ein weiteres, dreigeteiltes Schaufenster. Zwei senkrechte, gold eloxierte Leisten bilden die Begrenzung des linken Schaufenster, welches von links nach rechts einen Hauch quer gestellt ist. Dadurch macht es auf die rechts angrenzende, tiefer gelegene Eingangstür aufmerksam. Das rechte Schaufenster wird durch zwei Aluminiumbalken in einen breiten, mittleren Teil, sowie zwei schmale seitliche Bereiche untergliedert. In die Schaufensterrückwände sind mehrere Vertiefungen in Form eines Sechsecks geschrieben, welche als Schaukästen für die Ware dienen.

Der Schaufensterbereich wird von einer Sockelzone aus geschliffenem Serpentinstein zusammengefasst, welche durch ihre Breite und ihre grünliche Farbe dominant hervorsticht. Über eine kleine Stufe aus dem gleichen Stein kann eine schmale Loggia vor der Einganstür betreten werden.

Ein goldfarbener Querbalken mit integrierter Markise verkörpert die Trennlinie zur nächsten Ebene. Auf der schwarzen, glänzenden Oberfläche der oberen Schlussfront sind die Wörter „Niemetz. Fachgeschäft für Mineralien, Edelsteine, Schmuck“ lesbar, sowie ein gedruckter Edelstein als Symbolbild erkennbar. Rechts davon ragt ein kleines Schild aus der Fassadenfront heraus, welches die Aufschrift wiederholt.

## 3 Aktueller Zustand

Der Laden ist noch in Besitz der ursprünglichen Ladeneigentümer und ist sowohl außen, als auch innen vollständig erhalten. Es lassen sich außerdem keine Schäden erkennen. Lediglich die beige Schaufensterrückwände zeigen leichte, altersbedingte Verfärbungen.

## 1 Daten

Adresse: Lederergasse 2, 1080 Wien

Baujahr: 1959 - Hermi Schuhe

1966 - Knopfgeschäft

Planverfasser: Rudolf Polan

Bauführer: August Kronsteiner

Bauwerber: Hermine Bileck (1959)

Maria Foit (1966)

heutige Besitzerin: Inge Ahammer

Funktion damals: Schuhgeschäft

Funktion seit 1966: Knopfgeschäft



Abb.43 Knöpfe Ahammer

## ||.4. KNÖPFE

## 2 Fassade

Die Ladenfront ist horizontal in zwei Bereiche gegliedert: In die Sockelzone mit Schaufensterkassen links und rechts, welche die rechtsmittige Eingangstür einschließen, sowie in den oberen Abschluss mit Aufschrift.

In der unteren Zone erstrecken sich zwei mit Aluminium gefasste Schaufenster über eine hohe, mit grauen Mosaiksteinen verzierte Sockelleiste. Ergänzend zur Metallfassung werden die Fenster mit schmal lackierten, roten Streifen umrahmt. Die Sockelzone wird durch den Eingangsbereich unterbrochen, wodurch der Besucher das Geschäft vom Straßenniveau aus betreten kann. Da die Eingangstür von der Mitte aus nach rechts verschoben ist, ist das linke Schaufenster breiter gestaltet als das rechte. In der Durchsicht durch die Glasfenster der Auslagen können zwei tragende Mauerpfeiler erblickt werden, die als Hängefläche des Warensortiments genutzt werden.

Ein Mattglasfenster bildet die obere Begrenzung des Ladens. Dessen Struktur gleicht einem Karomuster und erinnert an die kleinformatige Quadrierung des Sockelbereiches. Zwei weitere rote Leisten gliedern die Scheibe vertikal in drei gleich große Abschnitte. Durch die transluzente Scheibe können die zwei Mauerpfeiler erfasst werden, indem sie leicht durchschimmern. Unmittelbar darunter ragt ein schmaler, silberner Querbalken mit der rotfarbenen Aufschrift „Schneiderzugehör Schnitte“ aus der Fassade hervor, dessen linke und rechte Seite, sowie die Ober- und Untersicht rot gestrichen sind. Durch den Vorsprung wird Platz für sechs silberne, rot umfasste Rechtecke geschaffen, auf denen sich je ein roter, groß geschriebener Buchstabe des Wortes „Knöpfe“ zeigt.

## 3 Aktueller Zustand

Der Laden ist aufgrund der Bemühungen der Ladenbesitzerin noch vollkommen erhalten. Es sind keine Schäden an Fassade oder Innenraum ersichtlich.

## 1 Daten

Adresse: Gumpendorferstraße 105, 1060 Wien

Baujahr: vermutlich 60er Jahre

Planverfasser: unbekannt

Bauführer: unbekannt

Bauwerber: unbekannt

heutiger Geschäftsführer: Herr Ringl, Töchter Claudia & Monika

Funktion damals & heute: Fleischerei



Abb.44 Fleischerei Ringl

## 11.5. FLEISCHEREI RINGL

## 2 Fassade

Die gesamte Fassade der Fleischerei ist mit kleinen, grünlichen Fliesen verkleidet. Unterbrochen wird sie nur durch die metallene Kasette der Markise. Dadurch teilt sich die Ladenfront in einen unteren Verkaufsbereich und einen oberen, schmaleren Abschluss.

In der Mitte des unteren Bereichs befindet sich die Eingangstür. Links und rechts davon präsentieren zwei Schaufenster das breite Wurstsortiment, sodass kaum in das Ladeninnere gesehen werden kann. Sowohl die Fenster, als auch die Türe schließen direkt an die Markisenkasette an. Während die Fassadenverkleidung, die Fenster, sowie die Türe die Ladenfassade in die Vertikale ziehen, betont die Markisenhalterung den horizontalen Geschäftsverlauf und schafft einen harmonischen Ausgleich.

Die Markisenkasette leitet zur oberen Abschlusszone mit der Aufschrift „Fleischerei Ringl“ über. Die gelben, rot gerahmten Buchstaben stehen durch ihren Farbton auffallend hervor.

Die Fassade integriert sich außerdem zurückhaltend in das Bestandsgebäude. Sie knüpft direkt unter dessen Kordongesims an und passt sich auch in seiner Fläche an. Türen und Fenster nehmen Bezug zu den Fensterachsen des Bestands und führen den vertikalen Höhenzug fort.

## 3 Aktueller Zustand

Das Familienunternehmen wird heute von Herrn Ringl und seinen beiden Töchtern geführt und ist noch voll in Betrieb. Dementsprechend positiv wirkt sich dies auf den tadellos erhaltenen Geschäftsladen aus. Weder innen noch außen lassen sich starke Gebrauchsspuren finden, wodurch der Laden einen gepflegten Eindruck gibt.

1

Funder

2

Hali

3

Miba

4

oLo Stempel

5

Lustig & Co.

|||. 1970er Jahre

Obwohl die ersten drei Läden dieses Kapitels ihre ursprüngliche Funktion nicht bewahren konnten und im Zuge dessen insbesondere im Inneren stark verändert wurden, wurden Sie dennoch für diese Arbeit ausgewählt. Die Eigenheiten ihrer Fassadengestaltung zeigen den Glauben an den nicht endenden wirtschaftlichen Aufschwung und die fortschreitende, technische Entwicklung der frühen 1970er Jahre. In den Jahren bis zur ersten Ölkrise 1973 entstand ein maßstabloses Gefühl von Zuversicht und Freiheit, welches in der Architektur durch selbstbewusste, starke und beinahe utopische Baugebilde ausgedrückt wurde. Alle drei Geschäftsflächen stellen sich durch ihre massive, körperhafte Ladengestaltung gegen die Fragilität und Luftigkeit der 1950er und die Ordnung und Starrheit der 1960er Jahre. Für die Arbeit konnten sie sich daher als ebenbürtige Vergleichsobjekte behaupten.

Um auch ein Bild der Ladengestaltung nach 1973 zu geben, wurden die beiden anderen Läden ausgesucht. Diese zeigen sich in ihrer Gestaltung etwas zurückhaltender. Beide sind fast vollständig erhalten und versetzen den Besucher auf diese Weise in eine besondere, ursprüngliche Stimmung.

## 1 Daten

Adresse: Siebensterngasse 29, 1070 Wien

Baujahr: 1971

Planverfasser: Walter Laggner

Bauführer: LATOR Bauges.m.b.H.u.Co.KG

Bauwerber: Firma Adolf Funder OHG.

heutiger Geschäftsführer: Bernhard Jonke

Funktion damals: Verkaufsstelle Funder

Funktion heute: zahntechnisches Labor



Abb.45 ehemaliger Laden Funder

# |||.1. FUNDER

## 2 Fassade

Das Portal des Verkaufsladens wird durch fünf vertikale Achsen gegliedert, entlang derer die vier Fenster und die links gelegene Eingangstür im gleichen Abstand nebeneinander gesetzt sind.

Die Fassade wird von einem auffallenden Metallsockel aus Aluminium getragen, der etwas in den Straßenraum vorspringt und dadurch besonders kräftig wirkt. Die übrige Fassadenfläche ist in einem schlichten weißen Putz gehalten. Ausschließlich an den Seiten der Eingangstür zieht sich die Metallverkleidung bis zur Höhe der Fensterabschlüsse hinauf. Oberhalb der Tür ragt ein metallener Kasten mit Aufschrift nach vor.

Eine Fensterfassung aus dem selben Metall wie Sockel und Schriftkörper teilt die in die Tiefe gesetzten Fenster jeweils in zwei annähernd quadratische Felder. Die Ausrundung der Ecken erzeugt eine futuristische Wirkung. Die Fenster reichen in ihrer Länge ein kleines Stück in die Sockelzone hinein und bilden ergänzend zu den Fensterfassungen eine Fensterbank mit abgerundeten Ecken. Die Unterteilung der Fenster und ihre damit erzeugte Höhe betonen die Ladenfront in ihrer Vertikalität. Durch die Fenster wird der Laden außerdem in das Bestandsgebäude integriert, indem sie dessen Fensteraschen übernehmen.

## 3 Aktueller Zustand

Das Portal des Ladens wirkt aktuell voll funktionsfähig. Dennoch scheinen Reparaturmaßnahmen sinnvoll. Im Bereich der Fensterbänke beginnt sich die Metallverkleidung der Fassade zu lösen. Der weiße Putz ist an manchen Stellen angeschlagen und teilweise auch verschmutzt. Der Übergang zwischen Gehsteig und Fassadenverkleidung wirkt durch die fehlende Sockelleiste stark verbraucht. (Abb.48-50)

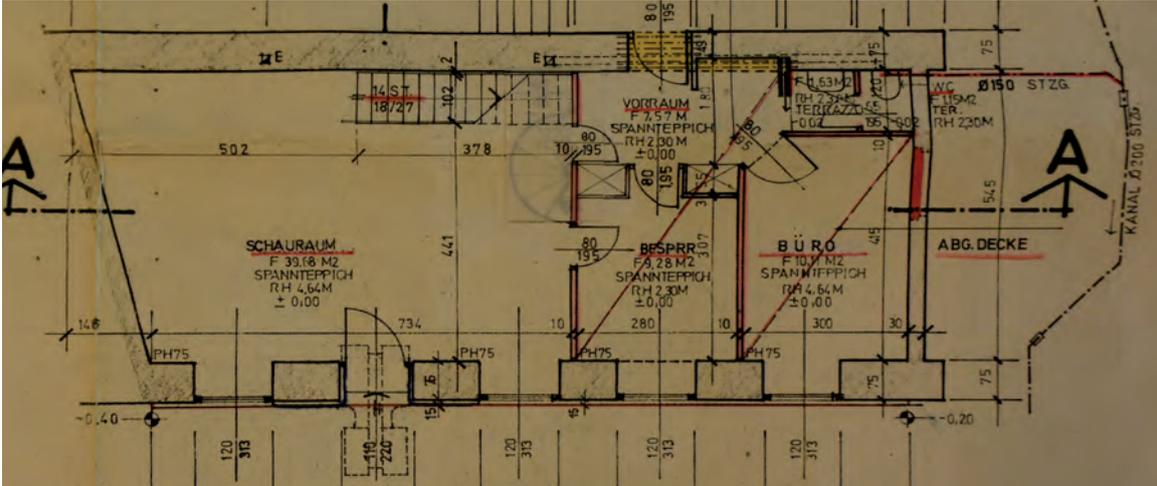
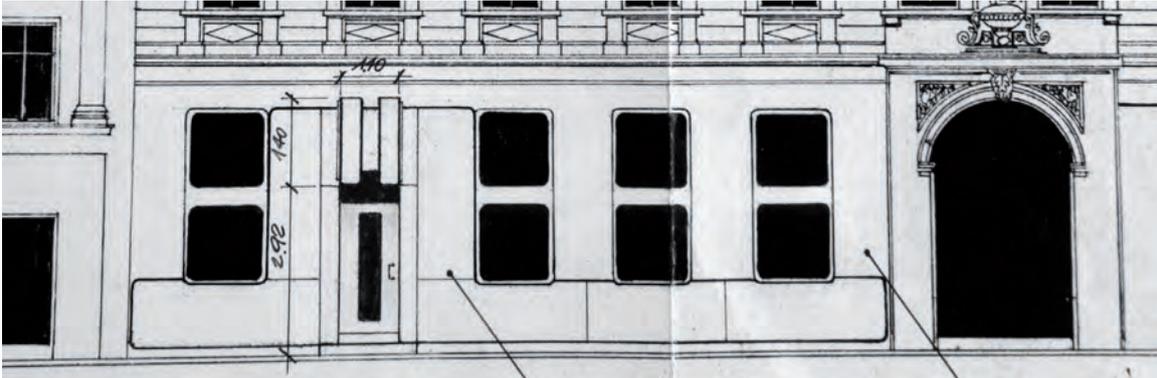


Abb.46 Ansicht Funder

Abb.47 Grundriss EG Funder



Abb.48 Putzschäden Funder



Abb.49 Fensterbankschäden Funder



Abb.50 Sockel Funder

## 1 Daten

Adresse: Breite Gasse 17, 1070 Wien

Baujahr: 1972

Planverfasser: Josef Vytiska

Bauführer: Jaro Bublik

Bauwerber: Firma Hali- Handelsges.m.b.h.

heutiger Geschäftsführer: Hubert Winter

Funktion damals: Verkaufsstelle Büromöbelfirma Hali

Funktion heute: Galerie Winter



Abb.51 ehemaliger Laden Hali

## III.2. HALI

## 2 Fassade

Die vom österreichischen Architekten Josef Vytiska geplante Geschäftsfläche präsentiert sich nach außen hin mit einer Front aus Aluminium. In diese ist eine große Glasfläche, in Form eines Rechtecks mit abgerundeten Ecken, geschnitten, welche sich über zwei Ebenen erstreckt. Links, rechts, sowie oberhalb des Schaufensters bildet die Aluminiumverkleidung der Fassade dadurch silberne Streifen, die das Glasfenster wie eine Rahmung einschließen. Unterhalb des Fensters entsteht ein sehr schmaler Sockelstreifen. Auf der linken Seite ist der Bereich aus Aluminium etwas breiter gestaltet, da sich hier der Eingangsbereich befindet. Durch einen lochartigen Ausschnitt, dessen Ecken abermals, wie bereits bei dem Schaufenster, abgerundet sind, betritt man eine Art Loggia. Auf der rechten Seite der Loggia gewährt eine Glasfront Einblick ins Geschäftsinere. Über eine einflügelige Glastür gelangt man in den Laden und erblickt unmittelbar nach dem Betreten rechts von der Tür, in der Ecke zur Außenfront, eine Wendeltreppe, die in die obere Etage führt. Diese zweite Ebene im Laden ist von der Außenfassade abgesetzt, wodurch eine Galerie entsteht, von der man nach unten sehen kann.

Ein dünner, schwarzer Querbalken aus Aluminium, der seine Farbe im Bereich des Schaufensters in einen Rotton wechselt, teilt die Ladenfront in der Horizontale optisch in zwei gleich breite Teile. Da der Balken jedoch nicht bis ans rechte und linke Ende reicht, geht die einheitliche Gesamtwirkung der Fassade nicht verloren. Über dem Balken ist rechts ein quadratisches Aluminiumschild mit der Hausnummerzahl „17“ angebracht. Auf der linken Seite übernimmt ein zweites kleines Schaufenster die vertikalen Achsen des Einganges und schließt in selber Höhe wie das Hauptfenster ab.

## 3 Aktueller Zustand

Die Geschäftsfläche ist trotz der Neuübernahme mit Ausnahme des Innenmobiliars gut erhalten. Durch die vollständige Bewahrung der Außenfassade und einiger Details im Innenraum, wie etwa das Geländer der Galerie, wird das ursprüngliche Erscheinungsbild noch sichtbar. (Abb.54) Unklar ist, ob sich die Wendeltreppe damals schon beim Eingang befunden hat. (Abb.55)

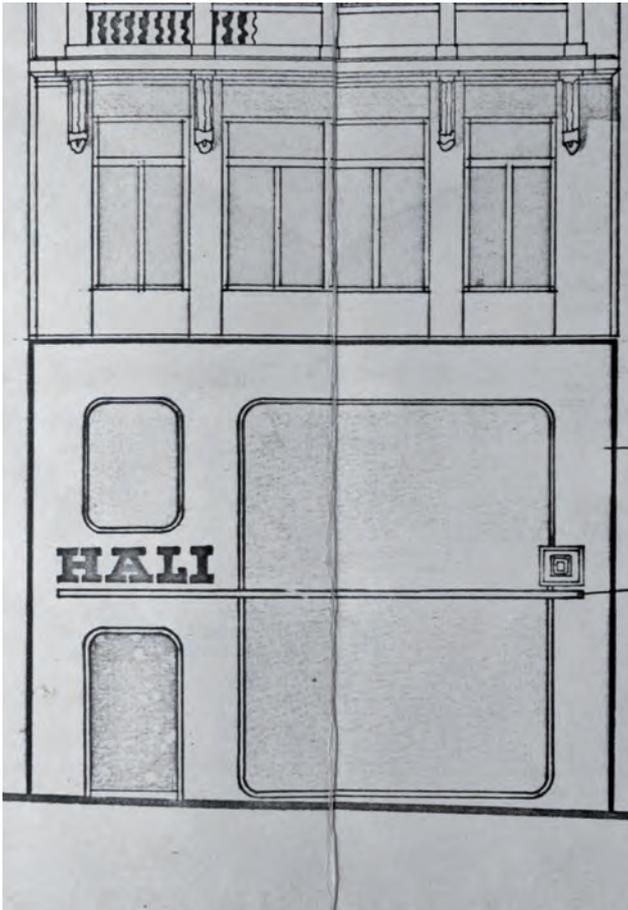


Abb.52 Ansicht Hali

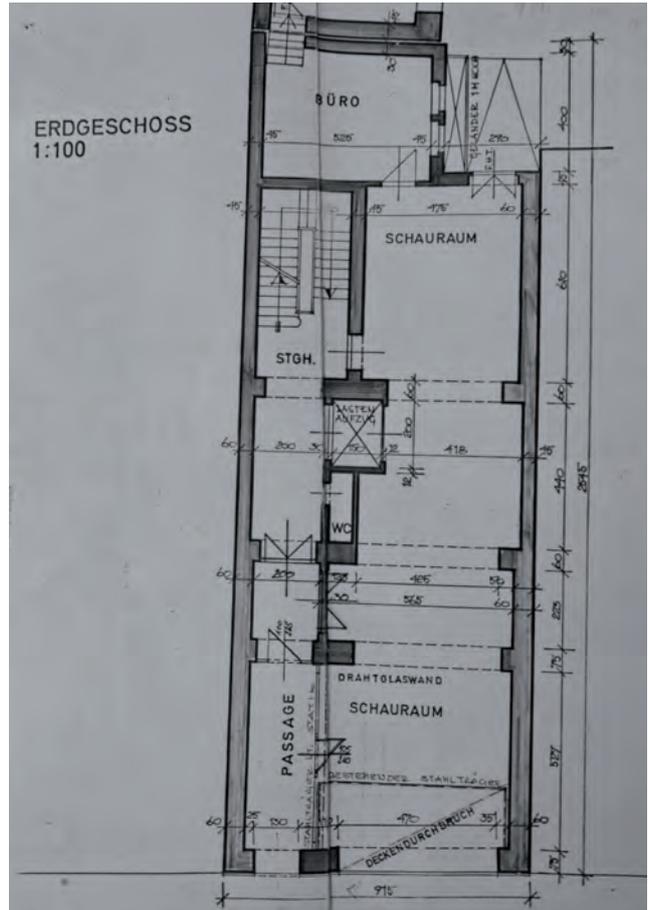


Abb.53 Grundriss EG Hali



Abb.54 Geländer Galerie Hali



Abb.55 Wendeltreppe zur Galerie Hali

## 1 Daten

Adresse: Berggasse 20-22, 1090 Wien

Baujahr: 1972-73

Planverfasser: Karl Odorizzi

Bauführer: Schmid & Kosti

Bauwerber: Miba Handelsgesellschaft

heutiger Geschäftsführer: Volkshilfe Wien und LAG

Funktion damals: Verkaufsstelle Miba

Funktion heute: Secondhandladen „Volkshilfe-Würfel“ (rechts)  
Lager der Betten- u. Matrazenfirma LAG (links)



Abb.56 ehemaliger Laden Miba

### III.3. MIBA

## 2 Fassade

Die Geschäftsfläche vom österreichischen Architekten Karl Odorizzi erstreckt sich über zwei Bestandsgebäude. Links in der Berggasse 22 befindet sich der kleinere Geschäftsladen mit einem Schaufenster und einer Eingangstür, welches damals als Annahme- bzw. Versandstelle fungierte. Rechts davon, in der Berggasse 20, liegt das zweite Geschäft, mit einem breiteren Eingangstor, das seitlich je von zwei Schaufensterkästen gerahmt ist. In dieser zweiten, größeren Geschäftsfläche befand sich der eigentliche Verkaufsladen der Firma Miba.

Die beiden Geschäftsflächen ergeben in der Fassade eine einheitliche Wirkung. Aus einer geschlossenen Fläche aus Kunststoff sind die fünf Schaufenster und die beiden Eingangstüren lochartig ausgestanzt, sowie die Scheiben etwas in die Tiefe gesetzt. Anstelle eines scharfen, kantigen Ausschnittes zeigen die Laibungen einen weich geformten, abgerundeten Übergang. Die Fenster als auch die Türen sind auf gleicher Höhe durch eine schmale Sockelzone vom Boden abgehoben. Dieser Sockel wird nur durch Stufen, über die man zu den Eingängen gelangt, unterbrochen. Während an der linken Geschäftshälfte die Tür die Lochbreite der Fenster übernimmt, ist der Eingang rechts etwas breiter gestaltet. Gemeinsam ist den beiden Eingangsbereichen aber die Ausgestaltung der Türen. Horizontale und vertikale Leisten unterteilen die Glasscheiben der Türen wie einen Lattenrost in rechteckige Teile.

## 3 Aktueller Zustand

Die Geschäftsfläche konnte in Zuge der Neuübernahme im Inneren nicht erhalten beleiben. An der Außenfassade wurde die Farbigkeit verändert. Der linke Bereich wurde in einem blauen und der rechte in einem gelb bis beige Farbton gestrichen.

Leider sind beide Geschäftsteile in einem eher schlechteren Zustand. An der Kunststoffverkleidung der Außenfassade sind Verschmutzungen und Graffitis zu sehen. Die Fliesen der Eingangsstufen sind zum Teil abgeschlagen. Außerdem liegt die Dämmschicht zwischen Konstruktionsfassade und der Kunststoffverkleidung durch fehlende Schutzvorrichtung frei offen. (Abb.59-61)

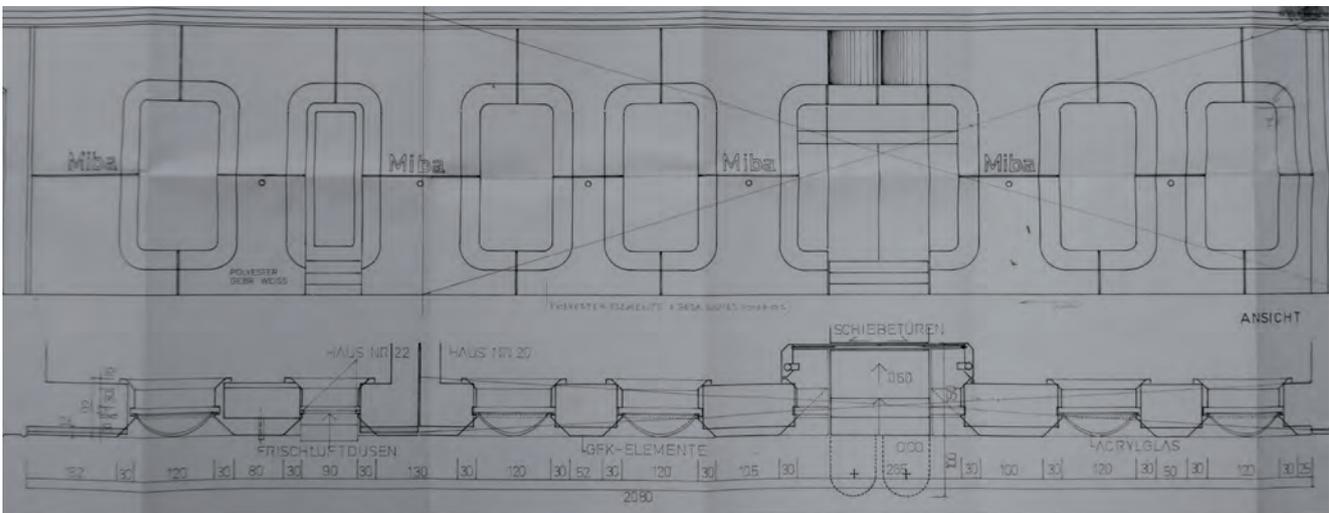
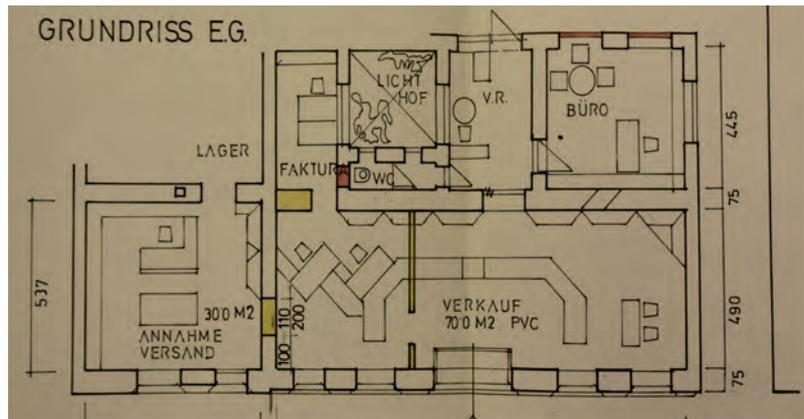


Abb.57 Grundriss Miba

Abb.58 Ansicht Miba



Abb.59 Schäden im Stiegenbereich Miba



Abb.60 Graffiti-Bemalungen Miba

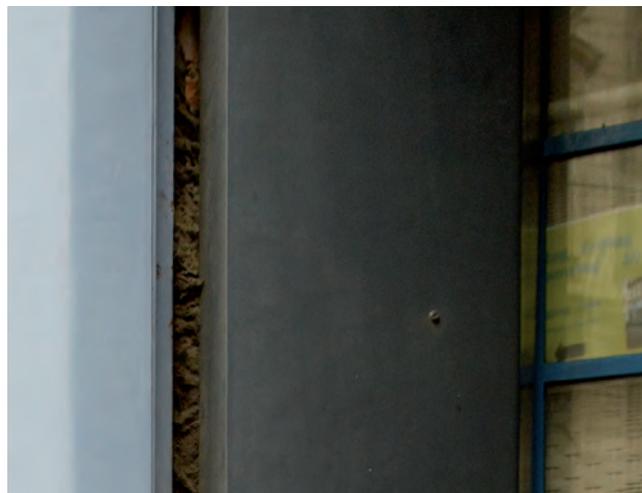


Abb.61 Fehlende Schutzvorkehrungen Fassade Miba

## 1 Daten

Adresse: Gumpendorferstraße 84, 1060 Wien

Baujahr: 1974

Planverfasser: Aton Leimer

Bauführer: Anton Leimer

Bauwerber: Otto Lobenhofer

heutiger Geschäftsführer: Sohn

Funktion heute & damals: Stempelladen



Abb.62 Stempel Lobenhofer

|||.4. OLO STEMPEL

## 2 Fassade

Der Geschäftsladen befindet sich am Kreuzpunkt der Gumpendorferstraße und der Hirschengasse. Die Fassadengestaltung besteht aus einer geschlossenen bläulich verputzten Front, in welche Fenster und Tür eingeschnitten sind und einem schmalen helleren Sockelbereich. Der Laden nimmt auf Seite der Gumpendorferstraße eine größere Fläche ein. Drei rechteckige Schaufenster laden hier zum Begutachten der Produkte ein, ohne dabei einen Kontakt nach Innen zu ermöglichen. Das rechte Fenster ist etwas schmaler gestaltet. Auf der Seite der Hirschengasse befindet sich nur ein Schaufenster, welches die schmälere Breite des letzteren Fensters wiederholt. (Abb.65) Der Eingang befindet sich genau im Kreuzpunkt der beiden Straßen.

Ein silberner Balken springt etwas oberhalb der Fassadenmitte aus der Fassadenflucht hervor. Er wird über die Fenster und die Eingangstür geführt und teilt diese in einen schmaleren oberen und einen breiteren unteren Bereich. Die oberen Zonen der drei Fenster entlang der Gumpendorferstraße werden abermals in zwei Flügel geteilt, von denen der linke jeweils geöffnet werden kann. Der Querbalken fungiert außerdem als Befestigung für den roten Schriftzug „Lobenhofer“ im Bereich der Fenstern, sowie für das Firmenlogo über der Eingangstür.

## 3 Aktueller Zustand

Nach dem Tod von Otto Lobenhofer vor acht Jahren, führt heute der Sohn den Familienladen fürsorglich weiter und hält ihn in einem gepflegten Zustand. An der Ladenfront, insbesondere im Bereich des Schriftzuges, lassen sich dennoch leichte Gebrauchsspuren finden. Sowohl die Buchstaben der Aufschrift, als auch der Metallbalken selbst sind zum Teil abgeschlagen. Links und rechts neben dem Firmenlogo stehen Kabel ungeschützt aus dem Balken heraus, da hier anscheinend Beleuchtungskörper entfernt wurden, ohne einen Ersatz zu montieren. (Abb.66-67)

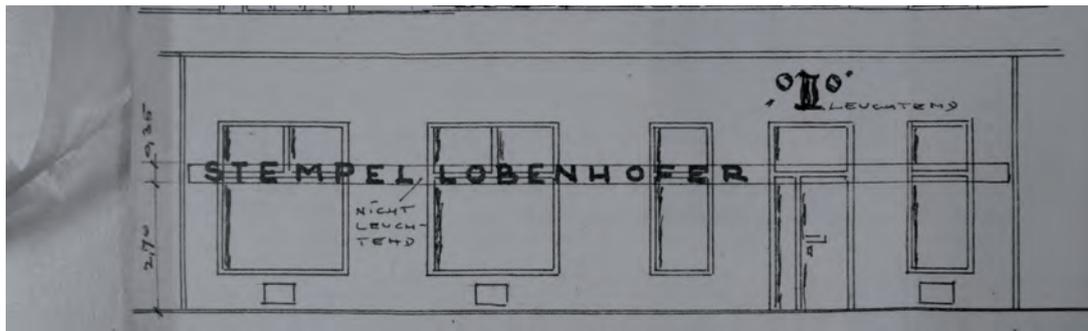
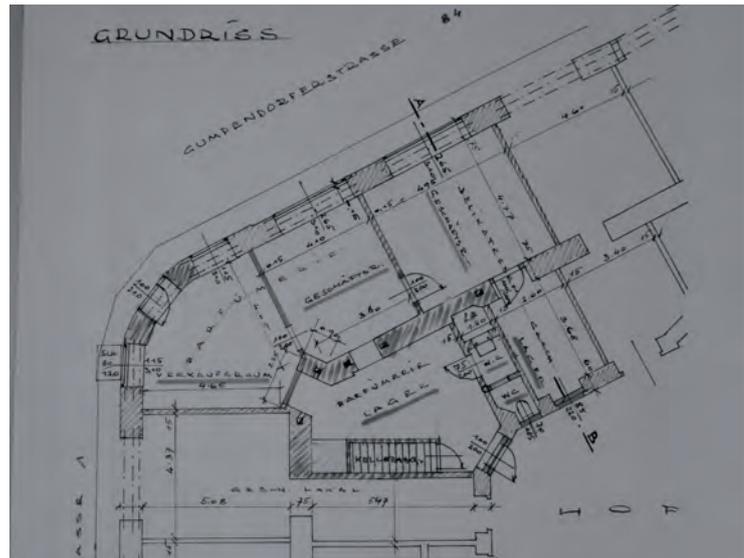


Abb.63 Grundriss Lobenhofer

Abb.64 Ansicht Lobenhofer

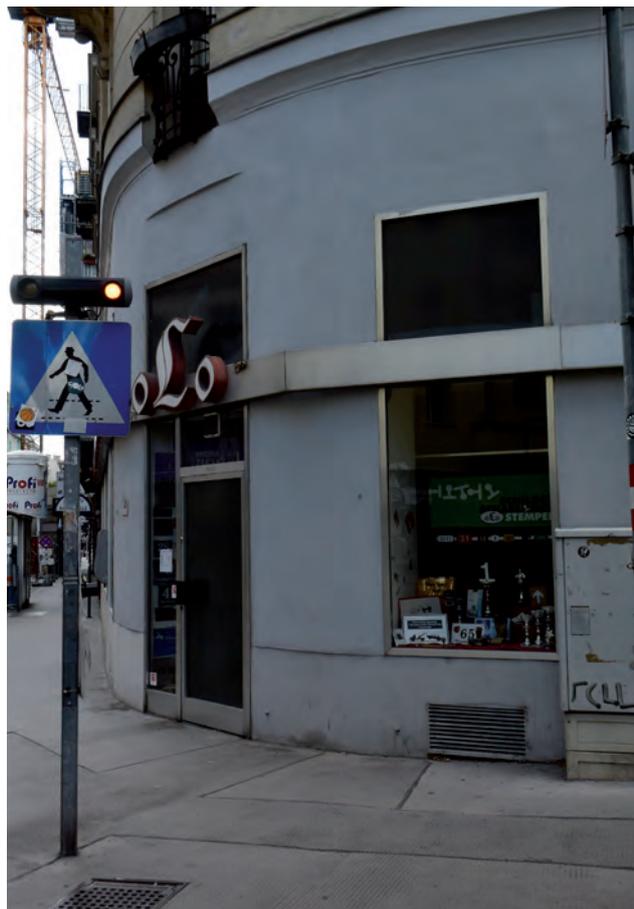


Abb.65 Stempel Lobenhofer-Hirschengasse



Abb.66 Gebrauchsspuren Schriftzug Lobenhofer



Abb.67 Gebrauchsspuren Schriftzug Lobenhofer 2

## 1 Daten

Adresse: Hoher Markt 4, 1010 Wien

Baujahr: 1976

Planverfasser: Helmuth Galler

Bauführer: Anton Trnka KG.

Bauwerber: Fa. Jos.-Lustig u. Co., Inh. Hedy Specht

heutige Besitzerin: Wilhelm Anton

Funktion heute & damals: Papierwarengeschäft



Abb.68 Ppaierwaren Lustig & Co

## III.5. LUSTIG & CO

## 2 Fassade

Der Laden gliedert sich in eine untere Verkaufszone und den darüberliegenden Abschluss.

Im unteren Bereich befindet sich vor dem nach hinten versetzten Laden eine Passage, die durch einen trichterförmigen Verlauf des linken Schaufensters und der rechts gelegenen Türe entsteht. Der Gehsteig und die Passage differenzieren sich durch Höhe und Material. Der grüne PVC Boden der Passage ist eine Spur in die Höhe verlegt. Indem die Schaufenster und Türe zusammen eine Fläche aus Ganzglas bilden, wird auf eine Sockelzone verzichtet. Der untere Teil des Ladens wirkt daher sehr offen und transparent.

Unmittelbar über Schaufenster und Türe schließt ein Horizontalbalken aus eloxiertem Aluminium an, der sich aus aufeinanderfolgenden, braunen Rechtecken mit je einem weißen Punkt aufbaut und dadurch an eine Zierleiste erinnert. Er bildet den Übergang zur oberen Abschlusszone, die den Schriftzug „Lustig“ sowie vier Rechtecke mit Symbolen trägt.

Die gesamte Ladenfront wird seitlich von zwei steinernen Mauerpfeilern begrenzt. Ein derartiger Pfeiler befindet sich auch in der Mitte des Ladens, welcher über den oberen Abschluss bis zum Bestandsgebäude verläuft und den Laden optisch in zwei Teile teilt. Diese Verbindung zwischen Laden und Bestand wird intensiviert, indem der Pfeiler aus dem selben Stein, wie das Mezzaningeschoß des Gebäudes besteht.

Die Geschäftsfläche besitzt einen zweiten Eingang in der Landskron-gasse, einer Parallelstraße zum Hohen Markt, dessen Ladenportal sich etwas dezenter präsentiert. Zwei Schaufensterauslagen begrenzen seitlich die nach links verschobene Eingangstür aus Mattglas, die etwas nach hinten versetzt ist. Ein Mauerpfeiler teilt auch hier die Ladenfront in zwei Teile. Das Braun von Sockel und oberen Abschluss harmonisiert mit der vorderen Ladengestaltung.

## 3 Aktueller Zustand

Der Laden befindet sich allgemein in einem akzeptablen Zustand. Leichte Verschmutzungen, Wasserflecken im Schaufensterbereich, sowie rissige Stellen am Passagenboden sollten jedoch untersucht und instandgesetzt werden. Des Weiteren sind die Lampen an der Deckenpassage beschädigt. (Abb.71-73)



Abb.69 Fassadenfront Lustig-Landskronngasse

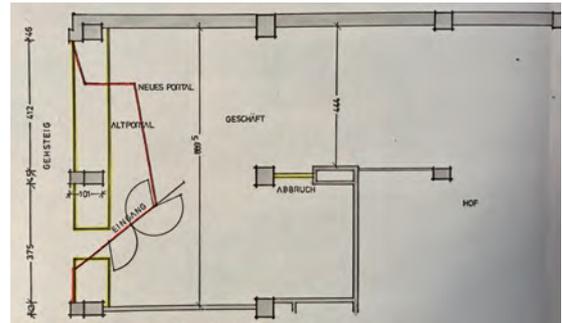


Abb.70 Ansicht Lustig

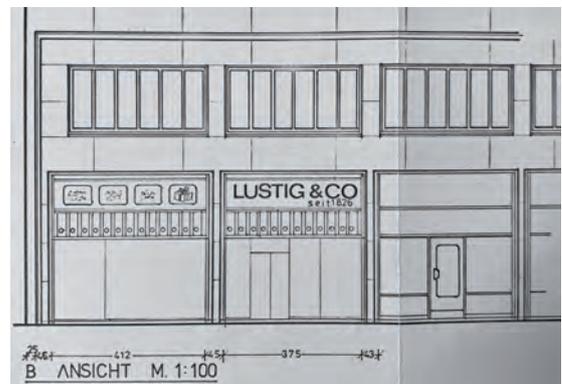


Abb.71 Grundriss Lustig

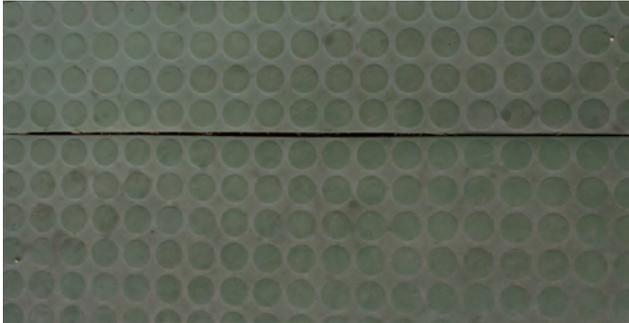


Abb.72 Gebrauchsspuren Boden Lustig

Abb.73 Wasserflecken Auslage Lustig



Abb.74 Gebrauchsspuren Lampe Lustig

|

Allgemeine denkmalpflegeische  
Strategien

||

Charakteristika und Maßnahmensetzung

## V . Umgang mit Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne

Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne sollen weitmöglichst als Ganzes in ihrem ursprünglichen Zustand bewahrt werden. Ihr Erhalt setzt einen richtigen Umgang und die damit verbundenen denkmalpflegerische Maßnahmen voraus, auf die in den folgenden Kapiteln näher eingegangen wird.

Einleitend werden denkmalpflegerische Bezugsquellen und allgemeine denkmalpflegerische Grundprinzipien im Umgang mit Baudenkmalern vorgestellt.

Um denkmalpflegerische Maßnahmen in Bezug auf die Geschäftsflächen zu setzen, werden im nächsten Kapitel vorerst bestimmten Ladenbereichen verschiedene Leitaspekte zugeteilt. Jeder Leitaspekt wird anhand der zuvor beschriebenen Geschäftsflächen erarbeitet und analysiert. Aufbauend auf diese Analyse werden zu jedem Aspekt die prägnanten Charakteristika der Nachkriegsmoderne aufgelistet und spezifische Maßnahmen empfohlen.

Ausgangspunkt für alle denkmalpflegerischen Überlegungen dieser Arbeit bildet das Wertesystem von Alois Riegl. Nach seiner 1905 erschienenen Schrift „Der moderne Denkmalkultus“<sup>80</sup> ordnet er jedem Denkmal spezifische Werte zu, die er in zwei Kategorien unterteilt. Riegl unterscheidet zwischen den Erinnerungswerten, die sich in Alterswert, historischen Wert und gewollten Erinnerungswert unterteilen und den Gegenwartswerten, zu denen der Gebrauchswert, der Neuheitswert und der relative Kunstwert zählen. Als entscheidend für die Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne erweisen sich insbesondere der Alterswert, der durch das Alter und den dadurch entstandenen Spuren vermittelt wird, sowie der historische Wert, laut dem das Denkmal historische Entwicklungen widerspiegelt. Für den Laden als Objekt im Gebrauch ist Riegls Gebrauchswert zu nennen, welcher dem Denkmal durch seine Notwendigkeit für eine gegenwärtige Nutzung Bedeutung beimisst.

Als weiteren maßgebenden Grundstein kann die Charta von Venedig gesehen werden, welche in 16 Artikeln Grundprinzipien für den Umgang und den Erhalt von Denkmälern festhält.<sup>81</sup> Für die Arbeit erwies sich insbesondere Artikel 4 als relevant, welcher die Notwendigkeit der Pflege hervorhebt. Der Erhalt des Denkmals und dementsprechend der Geschäftsflächen wird, wie in Artikel 5 beschrieben, durch eine Nutzung unterstützt. Artikel 11 schreibt dem Denkmal mit all seinen zeitgebundenen Änderungen Anerkennung zu. Im Ladenbau erweist es sich daher als wichtig, kein einheitliches Bild anzustreben, sondern die überlieferte Substanz als solches zu achten. Des Weiteren vermittelt

80 Riegl 1905.

81 Charta von Venedig aus dem Jahre 1964.

## V. |. Allgemeine denkmalpflegerische Strategien

die Charta Anregungen für den Einsatz von Ergänzungen. Korrespondierend zu Artikel 12 und 13 sollen ebenso im Ladenbau Ersatzteile keine Originalteile imitieren, sondern sich den Bestand auf unauffällige Weise anpassen.

Die Arbeit stützt sich zusätzlich vorwiegend auf das von der Schweizer Eidgenössischen Kommission für Denkmalpflege herausgebrachte Buch „Leitsätze zur Denkmalpflege in der Schweiz“, in welchem allgemeine Vorgehensweisen im Umgang mit Denkmälern dargestellt werden.<sup>82</sup> Das Hauptaugenmerk richtet sich hier vorwiegend auf die konservatorische Erhaltung der Originalsubstanz samt aller Altersspuren. Folgende Empfehlungen des Leitfadens scheinen bei Geschäftsflächen unerlässlich zu sein: Es müssen alle nötigen Maßnahmen getroffen werden, die für die Bewahrung des Denkmals als Zeuge der Geschichte nötig sind. Voraussetzung sind eine regelmäßige Pflege und Instandsetzung, die auch vorbeugend für einen Schutz dienen sollen.

Des Weiteren hält sich die Arbeit an die vom Österreichischen Bundesdenkmalamt publizierte „Standards der Baudenkmalpflege“, welche nacheinander die Methodik der Denkmalpflege von der Zielsetzung bis zur Ausführung behandeln.<sup>83</sup> In drei Teilen werden hier Vorgehensweisen zum Erfassen, Erhalten und Verändern des Denkmals beschrieben. Für die Geschäftsläden offenbarten sich insbesondere die vorgestellten Maßnahmen als ausschlaggebend, welche sich auf spezifische Materialien richten.

82 Eidgenössische Kommission für Denkmalpflege 2007.

83 Bundesdenkmalamt 2015.

1

Eingang & Tür

2

Schaufenstergestaltung

3

Oberflächen und Materialien

4

Innenraumgestaltung

5

Schriftzüge

6

Beleuchtung

## V . II . Charakteristika und Maßnahmensetzung

Die Leitbereiche, die für das folgende Kapitel ausgewählt wurden, ergaben sich durch die Analyse der 15 vorgestellten Geschäftsflächen. Während der Begutachtung haben sich einzelne, markante Ladenbereiche herauskristallisiert. Davon ausgehend wurde die Einteilung in Leitkategorien erarbeitet. Der Laden ist, trotz der Kategorisierung, immer als Gesamteinheit zu betrachten.

Zu den Leitkategorien zählen der Eingang, die Schaufenstergestaltung, Oberflächen und Materialien, Innenraumgestaltung, Schriftzüge sowie Beleuchtung.

Die Kategorien werden durch Beschreibungen und Fotografien ausgesuchter Geschäftsflächen erörtert, um anschließend resultierend die Charakteristika der 1950er, 1960er und 1970er Jahre aufzuzeigen. Beispiele möglicher Maßnahmen sollen zusätzlich einen sachgemäßen, denkmalpflegerischen Umgang mit Geschäftsflächen darlegen.

I

Eingangsbereich

1

geschlossene Fassadenfront

2

Nischenzugang

3

Passage

II

Tür

III

Absperrvorkehrungen

## 1 . Eingang & Tür

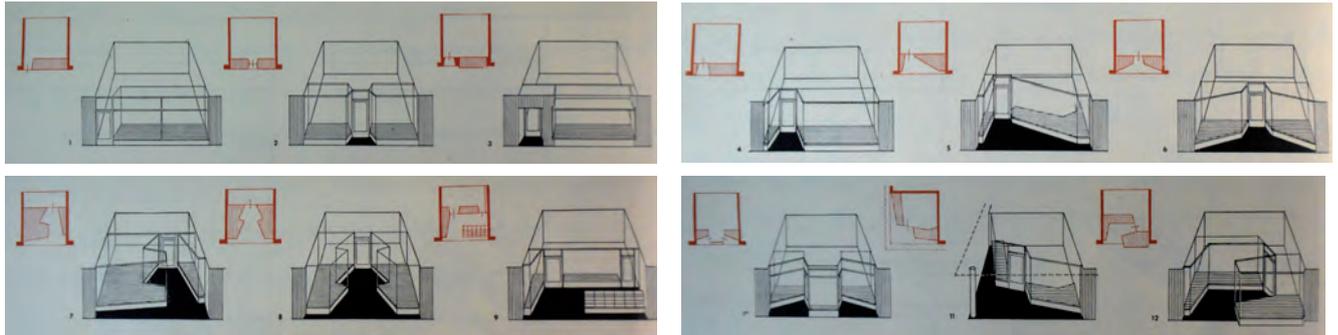


Abb.75 Typische Möglichkeiten zur Anlage von Ladenfronten

Der Eingang stellt im Ladenbau eine zentrale Rolle dar. Über ihn gelangt der potentielle Kunde vom Außenraum ins Innere des Ladens und wechselt somit seine Rolle vom vorbeigehenden Passanten zum potentiellen Käufer. Die Eingänge der Nachkriegsbauten wurden dem zu Folge entsprechend arrangiert.

In dem Kapitel wird zunächst auf den Eingangsbereich und seine Integration in die Fassadenfront eingegangen. Die Positionierung der Eingangstür und die Ausgestaltung des Bereichs rund um den Eingang beeinflussten das gesamte äußere Bild. An den untersuchten Objekten kristallisierten sich dabei drei Typen heraus. Erstens die flächenbündige Fassadenfront, dessen Schaufenster und Eingangstür sich gleichwertig in einer Ebene verteilen. Den zweiten Typen stellt der Nischenzugang dar, bei welchem durch das nach hinten Versetzen der Eingangstür ein nischenartiger Bereich entsteht. Den dritten Typus bildet die Passage, bei dem ein großräumiger Vorraum der eigentlichen Ladenfront vorgelagert ist.

Gatz zeigt in seinem Buch „Neue Läden“ Varianten von Ladenfronten in Bezug auf den Eingang und die damit erzeugten Räumlichkeiten.<sup>84</sup> Diese abgebildeten Beispiele sollen hier einen ersten Überblick verschiedenen Ladenfrontgestaltungen verschaffen. (Abb.75)

Im zweiten Teil dieses Abschnittes wird die Eingangstür, auf deren Ausgestaltung in der Nachkriegszeit bewusst Wert gelegt wurde, näher betrachtet.

Abschließend werden im letzten Teil auf die Möglichkeiten zum Absperrern der Eingangsbereiche eingegangen. Da Absperrvorkehrungen nicht bei allen untersuchten Läden existieren, werden nur einige Varianten gezeigt.

84 Gatz 1956, S.25.



Abb.76 Eingang Fleischerei Ringl



Abb.77 Eingang Juwelier Berthold

## | Eingangsbereich

### 1 Geschlossene Fassadenfront

Die Anordnung des Einganges erzeugt unterschiedliche Effekte. Bei der Fleischerei Ringl (1960er) sind Türe und Fenster bündig in die Fassadenebene gesetzt. Die Eingangstür ist in die Mitte platziert und drängt sich gegenüber den Schaufenstern dominant in den Vordergrund. (Abb.76)

Dagegen kann sich die Auslage des Juweliers Berthold (1963) durch die seitlich gesetzte Türe ungestört ausbreiten. Das Schaufenster stellt sich stärker in den Fokus. Eingang und Fensterfront sind im unteren Geschoss in einer Ebene gesetzt. Als Kontrast kragt das Obergeschoss wie ein Erker nach vor. (Abb.77)



Abb.78 Eingang Schirme Brigitte



Abb.79 Eingang Stempel Lobenhofer

In einer durchgängigen Front verläuft auch die Fassade des Schirmgeschäftes Brigitte (1962). Türe und Schaufenster sind nur durch die schmale Türrahmung von einander getrennt und wirken daher wie eine Einheit. (Abb.78)

Befindet sich das Geschäft an der Kreuzung zweier Straßen, kann der Eingang an die Straßenecke gelegt werden. Beim Stempelgeschäft Lobenhofer (1974) sind Türe und Fenster gleichermaßen gestaltet. Der Eingang kann sich aber durch die expandierte Lage an der Ecke gegenüber den Fenstern emanzipieren und fällt daher besonders auf. (Abb.79)



Abb.80 Eingang Knöpfe Ahammer



Abb.81 Eingang Mineralien Niemetz

## 2 Nischenzugang

Häufig wird der Eingang etwas nach hinten versetzt und bildet eine Art Nische, die dem Kunden Platz zum Ankommen gibt. Durch die Nischenbildung entstehen links und rechts vor dem Eingang zwei zusätzliche Schaufenster, die vor dem Betreten des Ladens betrachtet werden können. Das Eintreten wird somit stufenweise vorbereitet. Bei dem Knopfgeschäft in der Lederergasse (1966) und bei dem Mineraliengeschäft Niemetz (1964) betrachtet der Kunde zunächst die Ladenauslage und anschließend die Schaufenster in der Nische, bevor er den Laden betritt. (Abb.80&81)

Verlaufen die Schaufensterscheiben trichterförmig zur Eingangstür zu, wird dieser Raum zwischen Außen und Innen erweitert. In diesem Zwischenraum muss der Kunde den Laden nicht zwingend unmittelbar nach seiner Ankunft betreten. Hier kann er verweilen, um sich ungestört das Angebot in den Auslagen anzusehen. Der Bereich ist außerdem durch



Abb.82 Eingang Kaffee Naber



Abb.83 Eingang Juwelier Baraev Alla

die obere Geschossdecke überdacht. Dies erzeugt nicht nur einen Schutz vor Wittereinflüssen, sondern steigert auch eine angenehme Atmosphäre.

Da die Eingangstür des Kaffee Nabers (1958) nur ungefähr einen halben Meter in die Tiefe gesetzt ist, entsteht kaum ein Vorbereich vor dem Eingang. Der symmetrische Aufbau der Ladenfront betont dennoch die mittig liegende Tür und animiert die Kundschaft, das Lokal zu betreten. (Abb.82)

Dagegen bildet sich bei der Front des Juweliers Baraev Alla (1956) durch die nach hinten versetzte Türe ein größerer überdachter Schau-raum. Die seitliche Anordnung der Türe stellt die rechte Hauptaus-lage zur Schau. Die starke Schräge der Scheibe lockt den Kunden ins Geschäft. (Abb.83)



Abb.84 Eingang Miba links



Abb.85 Eingang Miba rechts

Die beiden Eingangstüren des ehemaligen Mibaladens (1973) sind nicht nur nach hinten zurückversetzt, sondern auch in die Höhe verlegt. Über vier Stufen tritt man jeweils vor die durch Sprossen geteilte Glastüren. (Abb.84) Der auf der rechten Seite des Ladens liegende Eingangsbereich wird durch zwei seitlich angrenzende Scheiben vergrößert. (Abb.85)

Nach oben verlegt ist auch die kleine Loggia der Konditorei Schmalzl (1958). (Abb.86) Eine flache Stufe führt auf den Vorbereich des



Abb.86 Eingang Konditorei Schmalzl



Abb.87 Eingang Parfumerie Schleien

Ladens. Im Unterschied zu anderen Läden ist hier die Tür selbst in die Schräge gestellt und bildet mit dem Schaufenster eine Öffnung nach Außen. Im Spiegel links neben dem Eingang kann sich der Besucher vor dem Eintritt betrachten, bevor er eintritt.

Bei der Parfümerie Schleien (1954) ist die Eingangstüre ebenfalls auf eine höhere Ebene gehoben. Über drei Stufen kann der Kunde sie erreichen und zeitgleich die seitlichen Auslagenfenster betrachten. (Abb.87)



Abb.88 Eingang Hartinger

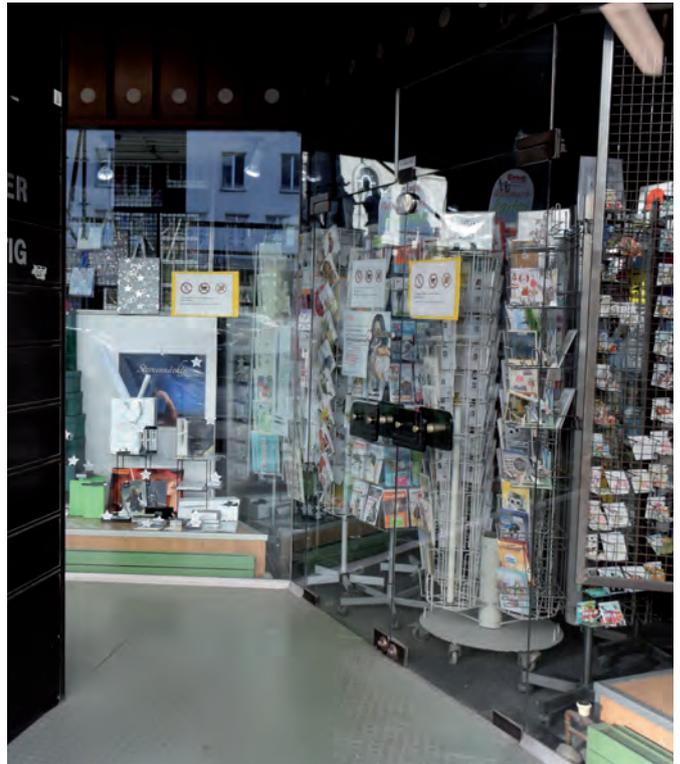


Abb.89 Eingang Lustig

### 3 Passage

Wenn die Geschäftsfläche ausreichend groß ist, kann die gesamte Ladenfront weit nach hinten gesetzt werden, um eine Passage zu bilden. Der Eingangsbereich wird dadurch zu einem eigenen Übergangsraum zwischen Innen und Außen vergrößert.

In der Passage des Schneiderzubehörgeschäfts Hartinger (1950er) wird zusätzlich durch einen Schaukasten ein Weg um die Ecke ermöglicht. Der Vorraum des Ladens wird dadurch zum Gehsteig hin abgegrenzt. (Abb.88)

Die Eingangstüre des Papierwarenladens Lustig (1976) ist seitlich in die Tiefe gesetzt und schafft dadurch zusammen mit den nach hinten verlegten Auslagenscheiben eine großräumige Passage. (Abb.89)



Abb.90 Eingang Hali



Abb.91 Passage und gläserner Seiteneingang Hali - Ansicht von Innen

Bei dem ehemaligen Hali - Geschäft (1972) befindet sich die Eingangstür auch heute noch nicht direkt an der Fassadenfront. Über einen angedeuteten, offenen Eingang in der Außenfront gelangt man in die seitliche Passage und kann über die gläserne Seitenfront des Geschäftes in den Laden sehen. Anschließend kann der Laden über die eigentliche Eingangstür betreten werden. (Abb.90&91)



Abb.92 Eingangstür Naber

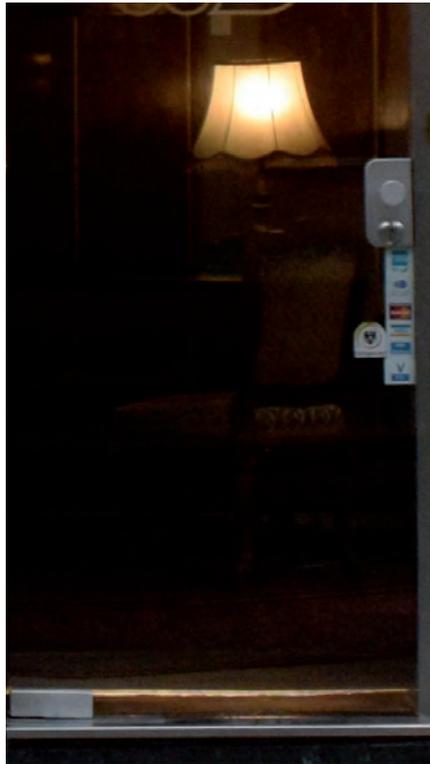


Abb.93 Eingangstür Berthold



Abb.94 Eingangstür Lustig

## || Tür

Die Türe stellt das Hauptelement des Eingangsbereiches dar. Bei seiner Ausgestaltung wurde häufig auf leicht wirkende Konstruktionen zurückgegriffen. Glas erzeugt dabei eine Transparenz, welche einladend wirkt. Auch durch den Einsatz von transluzentem Glas wird dieser Effekt des sich Öffnens nicht unterbunden. Die Rahmung der Türe ist meist in Farbe und Materialität dem Schaufenster angepasst und erzeugt einen glanzvollen Eindruck. Das Kaffee Naber (1958) zeigt beispielsweise eine derartig ausgeführte Eingangstür. (Abb.92)

Der Juwelierladen Berthold (1963) hingegen verzichtet auf jegliche Rahmung der Türe. Seine gläserne Türe wird allein von zwei metallenen Scharnieren gehalten. (Abb.93) Rahmenlos ist auch die zweiflügelige Glastüre des Papierwarenladens Lustig (1976). Hier sind die Metallscharniere ganz im Stile der 70er Jahre braun gefärbt. (Abb.94)



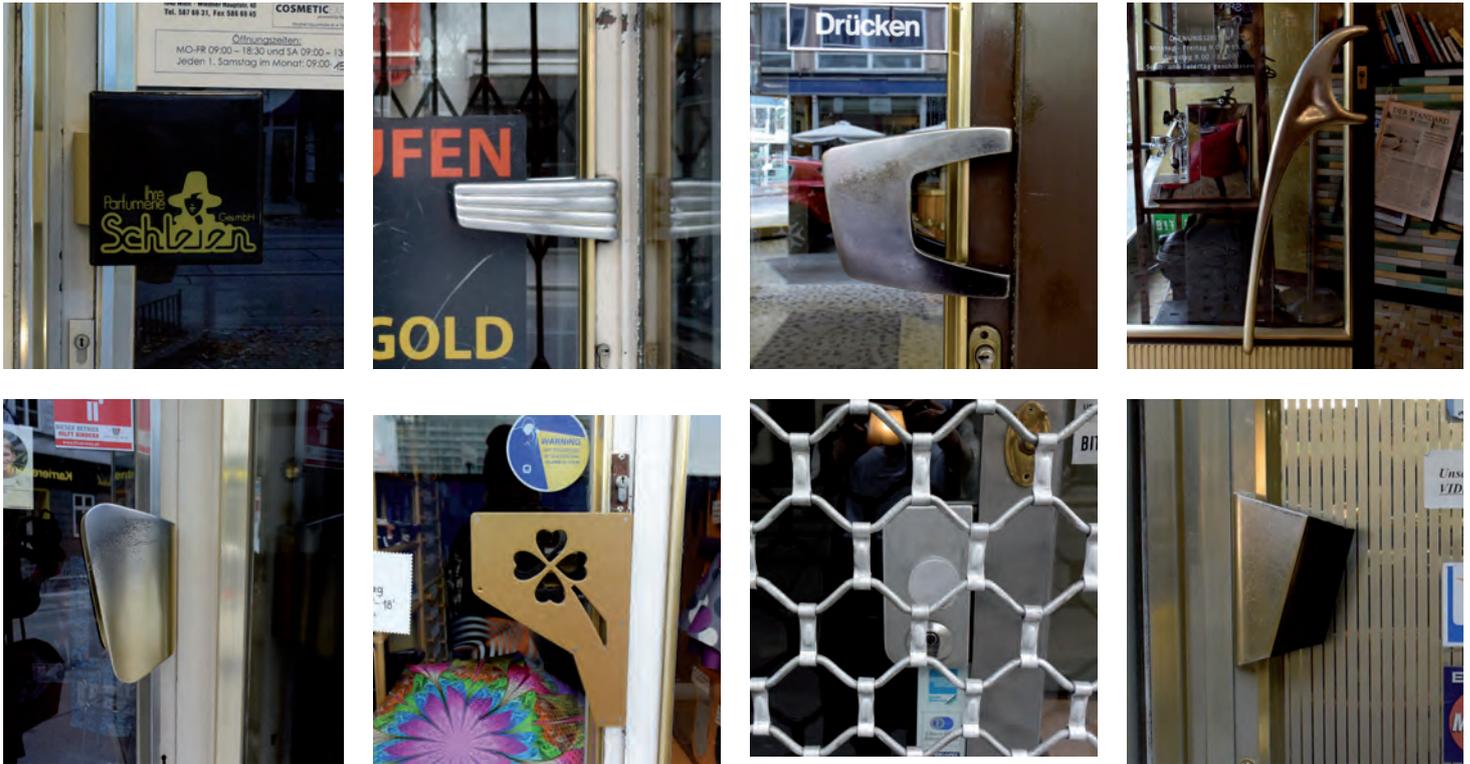
Abb.95 Eingang Funder



Abb.96 Eingangstür CM-Boutique von innen

Der Eingang des ehemaligen Funderladens (1971) stellt einen Kontrast zu den bisher beschriebenen Läden dar. Die Türe ist zwar auch hier etwas in die Tiefe gesetzt, wodurch eine Loggia entsteht. Die Metallflächen halten sich aber nach außen hin stark verschlossen und abweisend. Der Bereich animiert daher weniger zum Verweilen. Nur die Türe selbst gibt durch einen vertikalen Glasspalt Einblick nach Innen. (Abb.95)

Der Eingangsbereich erinnert an Hans Holleins geschlossene Geschäftsfassaden. Die CM- Boutique zeigt beispielsweise ebenfalls eine metallene Türe, durch die nur über ein kleins Loch nach innen gesehen werden kann. (Abb.96)



Als zentrale Komponente der Eingangstür tritt der Türgriff klar in den Vordergrund. Durch ihn wird die erste Berührung des Kunden mit dem Laden erzeugt und damit der Eintritt ermöglicht. Der Türgriff wird nicht allein funktional eingesetzt, sondern ist zugleich Gestaltungselement. Durch individuelle und spezielle Formgebung gewinnt er an Bedeutung und ist Bestandteil des Gesamtbildes. (Abb.97-112)



Abb.97-112 Türgriffe

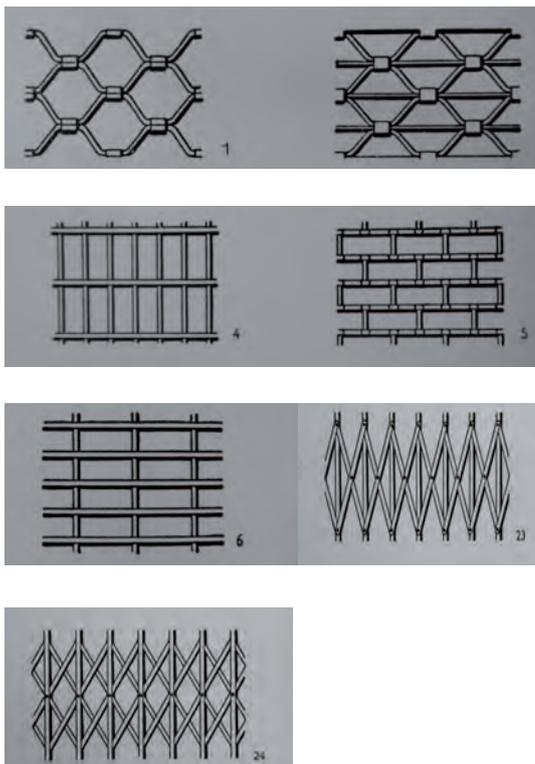


Abb.113 Gitter

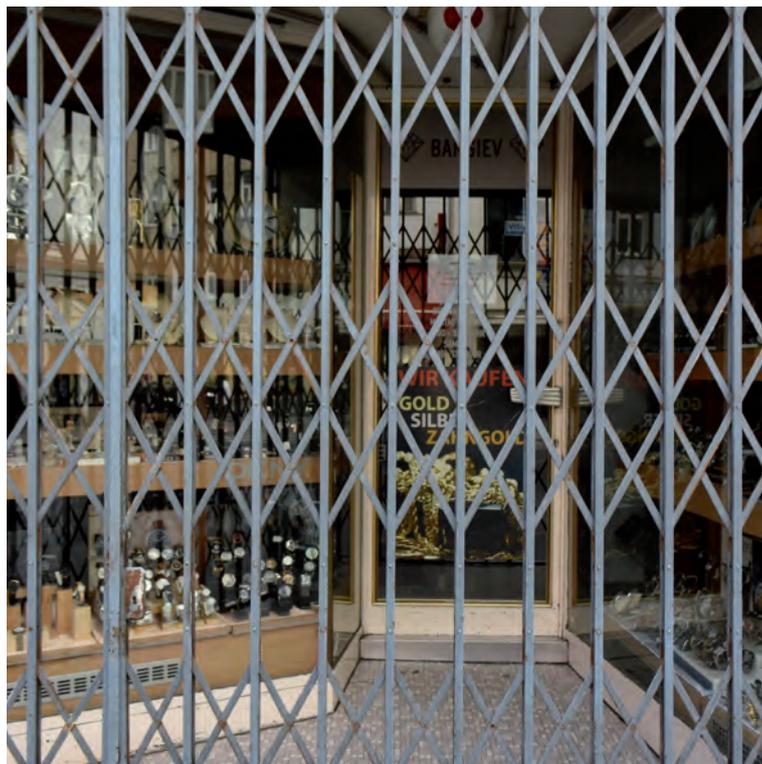


Abb.114 Gitter Juwelier Baraev Alla

### ||| Absperrvorkehrungen

Die transparente und durchlässige Ausgestaltung des Eingangsbereiches fordert meist spezielle Vorkehrungen, um den Laden außerhalb der Öffnungszeiten vor Einbruch zu schützen. Roll-, Scheren-, oder Schiebesysteme werden teilweise vor dem Eingang oder auch vor der gesamten Ladenfront angebracht. Rollläden werden bevorzugt aus Holz, Stahl-Wellblech oder Metall hergestellt und bilden eine abgeschlossene Front. Roll-, Schiebe- oder Scherengitter aus Metall lassen durch ihre gelochte Struktur die Sicht auf den Laden zu.<sup>85</sup> (Abb.113)

Bei dem Juwelier Barav Alla (1956) trennt ein Doppelscherengitter nicht nur die Eingangstür, sondern auch Loggia und Schaufensterbereich vom Außenbereich ab. Das Gitter wird links und rechts ausgefahren und in der Ladenmitte verschlossen. (Abb.114)



Abb.115 Gitter Juwelier Berthold



Abb.116 Gitter Mineralien Niemetz

Vor den gläsernen Scheiben des Juwelier Berthold (1963) werden zwei Metallgitter in Sechseckgeflecht heruntergerollt und verriegelt. (Abb.115)

Beim Mineraliengeschäft Niemetz (1964) sind beispielsweise zwei Rollläden der Firma A.Zecha angebracht.<sup>86</sup> Der linke verschließt Schaufenster und Eingangsbereich und erstreckt sich dabei bis zum Gehsteigboden. Der rechte verdeckt den mittleren Schaufensterteil und lässt die Sockelzone frei. Die übrigen Schaufensterteile sind bereits durch die durchgängigen Fensterrückwände vom Inneren abgesperrt und werden nicht zusätzlich geschützt. Die beiden geschlossenen Rollläden sperren den Laden optisch nicht vollkommen ab. Für den mittleren Teil lösen sie sich in Gitterläden auf, durch die man in die Schaufenster spähen kann. Die Löcher der Gitter erinnern an die Sechseckform der Schaufenstervitrinen und harmonisieren mit der Fassade. (Abb.116)

<sup>86</sup> ehemalige Firma A.Zecha: Mollardgasse 63, 1060 Wien.

## | Charakteristika

Sowohl in den 1950er, als auch in den 1960er und 1970er Jahren wurde besonderer Wert auf die Position der Eingangstür und den Bereich davor als Schwellenraum zwischen Außen und Innen gelegt. Die Läden der 1950er Jahre zeigen einen starken Bezug zum Kunden, indem sie durch nischenartige Eingangsbereiche und kleine Passagen einen Raum zum Ankommen schaffen. Typisch für das Jahrzehnt sind auch trichterförmige Eingangsbereiche, welche durch Schrägstellen der Schau- fenster erzeugt werden. Geschlossene Fassadenfronten, sowie Nischen- zugänge und Passagen lassen sich ebenfalls in den 1960er und 1970er Jahren finden. Die Läden dieser Zeit unterscheiden sich von den 1950er Jahren jedoch in der Ausgestaltung und Materialwahl. Die klassische, gold gerahmte, gläserne Eingangstür der 1950er Jahre mit ihrem meist schwungvollen, weichem Türgriff trat spätestens Ende der 1960er Jahre kaum mehr auf. Neue Lösungen verzichteten auf eine Rahmung der Glas- türe oder zeigten sich nach Außen vollkommen verschlossen.

## || Maßnahmen

Vorraussetzung für den Erhalt der Türe sind einerseits die regelmäßige Pflege, und andererseits die anfallenden Reparaturen. Die Instand- setzung soll weder die ursprünglichen Anstriche, noch die Beschläge zerstören. Falls die Notwendigkeit eines neuen Schließsystems be- steht, darf dieses nur ergänzend zum bestehenden angebracht werden. Türergänzungen und –aufkoppelungen sind generell zu meiden, da sie das Erscheinungsbild beeinträchtigen.

Auf neue, vollautomatisierte Türen, welche oftmals aufgrund einer höheren Sicherheit und leichteren Bedienbarkeit eingesetzt werden, sollte verzichtet werden. Bei solchen neuartigen Modellen öffnet sich die Tür selbstständig. Durch den Verzicht des Türgriffes geht einer- seits ein wesentlicher Teil des Gesamterscheinungsbildes, anderer- seits auch die Möglichkeit der ersten direkten Kontaktaufnahme des Kunden mit dem Laden verloren.

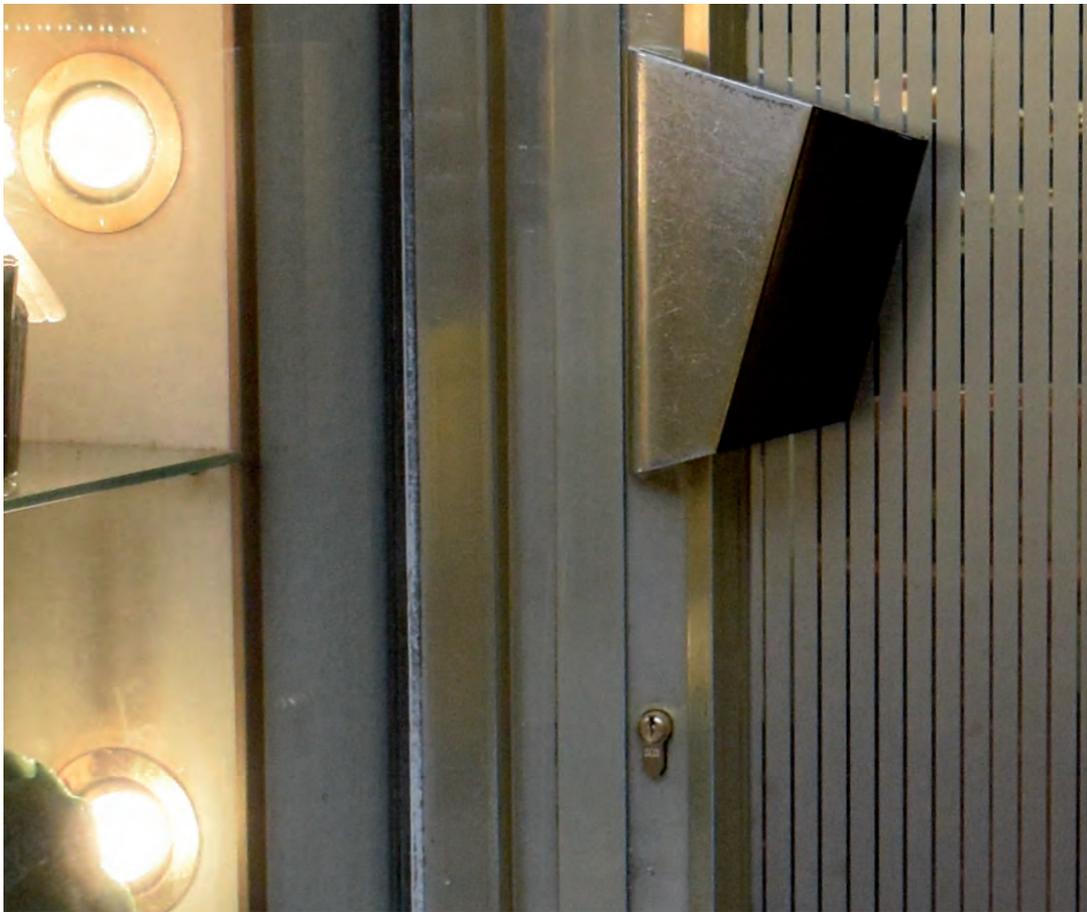


Abb.117 Tür Detail Niemetz

I

Abgetrennte Schaufenster

II

Offene Schaufenster

## 2 . Schaufenstergestaltung

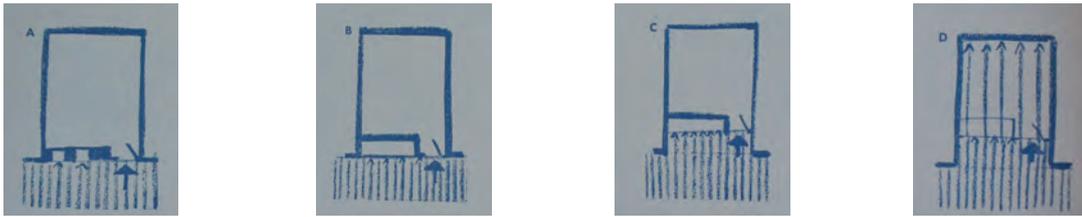


Abb.118 Das Schaufenster vor 1900, 1910, 1930 u 1950

Das Schaufenster ist neben dem Eingangsbereich zweites stilistisches Baelement des Ladens. Bereits in seinem Namen zeigt sich dabei sein zweifacher Aufgabenbereich: Indem es die Ware nach außen „zur Schau“<sup>87</sup> stellt, nimmt es eine aktive Rolle im Verkauf ein. Gleichzeitig ist dem Fenster auch eine passive Funktion zugeschrieben: Es wird von den Kunden betrachtet.<sup>88</sup> Die Gestaltung des Schaufensters in Form einer Art „Inszenierung“<sup>89</sup> wird bis heute genutzt, um den Käufer aufmerksam zu machen und zum Eintritt des Geschäftes zu überzeugen.

Etappenweise durchlebte das Schaufenster insbesondere durch die technischen Fortschritte der Glaserzeugung verschiedene Veränderungen. Koch und Gutmann beschrieben in ihrem Buch „Ladengestaltung“ die Entwicklung des Schaufensters vom einfachen Bilderrahmenfenster bis hin zur vollkommen transparenten Gestaltung.<sup>90</sup> (Abb.118) Während die Waren vor 1900 noch in einzelnen Fenstern entlang der Straßenfront gezeigt wurden, wurde im Laufe der Zeit die Tendenz zu einer verringerten Distanz zwischen Ladeninnenbereich und Außenraum zum Ausdruck gebracht. Durch das Zurücksetzen von Schaufenster und Eingangstür und aufgrund durchgängiger, vergrößerter Glasfronten wurde der Laden immer mehr nach Außen geöffnet.

Die untersuchten Geschäftsflächen zeigten verschiedene Schaufenstertypen. Für diese Arbeit wurde eine Gliederung aufgrund der vermittelnden Funktion zwischen dem Geschäftsinneren und dem potentiellen Kunden getroffen. Zunächst werden Schaufensterlösungen zusammengefasst, welche in ihrer Gestaltung die Fassadenfront gegenüber dem Geschäftsraum abtrennen. Dabei präsentiert das Schaufenster dem Passanten lediglich ausgewählte Waren und gewährt keinen Blick ins Geschäftsinnere. Dem entgegen sollen Schaufenstertypen angeführt werden, welche sich gegenüber der Straßenseite, sowie dem Innenraum des Geschäftslokals öffnen. Dabei wird eine Produktauswahl in der Auslage zur Schau gestellt und gleichzeitig dem Käufer ein Einblick in das Sortiment im Inneren ermöglicht. Die Funktionalität des Schaufensters ist dabei unabhängig von der formalen Gestaltung. Hierbei unterscheiden sich drei Gestaltungsmöglichkeiten: Durchgehende Schaufensterfronten, einzelne in die Fassade gesetzte Schaufenster und Schaukästen.

87 Schwanzer 1988, S.79.

88 ebenda.

89 ebenda.

90 Gutmann/Koch 1956, S.12-13.



Abb.119 Auslage Parfumerie Schleien

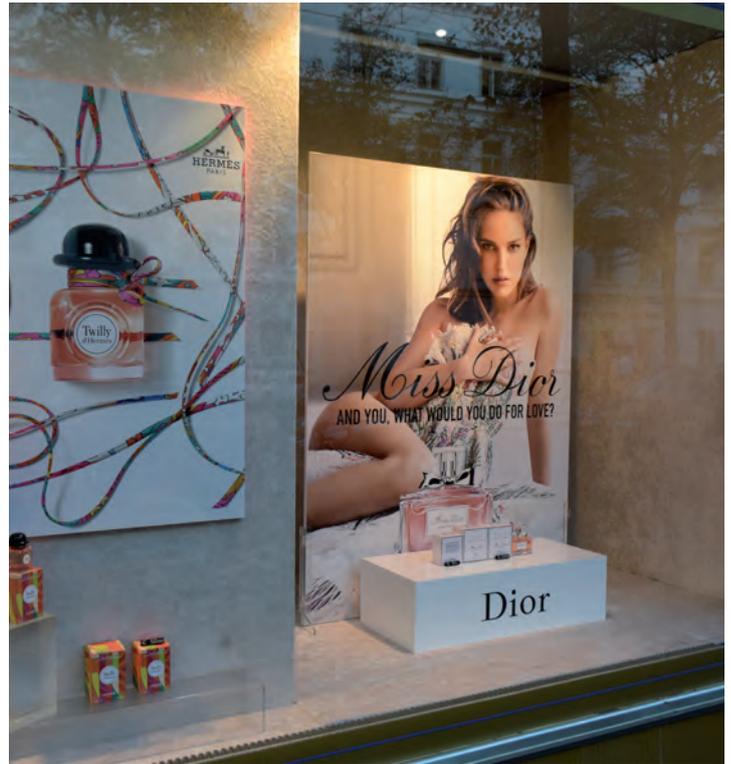


Abb.120 Auslagenrückwand der Parfumerie Schleien

## | Abgetrennte Schaufenster

Abgetrennte Schaufenster bilden gemeinsam mit dem Türbereich einen Übergangsraum. Da sie durch eine Rückwand vom Innenbereich abgetrennt sind, öffnen sie sich nur gegenüber der Straßenseite und den vorübergehenden Passanten. Meist reichen sie in ihrer Höhe nicht bis zum oberen Geschäftsabschluss. Eine eingezogene Decke grenzt die Auslagen nach oben ab. Da in der Auslage nur eine Auswahl des Angebots zur Schau gestellt wird, wird durch die Gestaltung bewusst das Interesse des Passanten geweckt.

Fast die gesamte Fassade der Parfümerie Schleien (1954) wird von einer Schaufensterfront gebildet, welche durch die zurückversetzte Tür eine Unterbrechung findet. Ein heller Samtstoff überzieht Boden, Rückwand und Decke der Auslage und bildet den Abschluss gegen den Innenraum. (Abb.119&120)

Die vollverglasteten Schaufenster des Papierwarengeschäftes Lustig (1976) sind durch eine weiße Rückwand vom Innenraum angetrennt. Indem



Abb.121 Auslage Lustig



Abb.122 Auslage Mineralien Niemetz

diese nur ungefähr bis zur Kopfhöhe des Passanten reicht, kann nur der Deckenbereich des Ladens wahrgenommen werden. Eine Metallgitterwand, an der verschiedene Waren aufgehängt sind, vermindert zusätzlich die Sicht nach Innen. Das in der Auslage ausgestellte Warensortiment ist durch einen hölzernen Podest etwas in die Höhe gehoben. (Abb.121)

Die Schaufenster des Mineraliengeschäftes Niemetz (1964) sind durch eine dicke beige Wand nach Innen getrennt, in welche polygone Formen geschnitten sind. Auf eingezogenen Glasböden werden hier verschiedene Steine präsentiert, auf die der Passant seine ganze Aufmerksamkeit widmen kann. Ein weißer Vorhang bildet bei den beiden größeren Lochausschnitten die Trennung zum Innenraum, der dadurch nur leicht nach außen durchschimmert. (Abb.122) Obwohl der Blick nach innen somit völlig verwehrt wird, kann durch die opaken Stoffvorhänge der Innenraum deutungsweise erfasst werden.



Abb.123 Auslage Juwelier Berthold

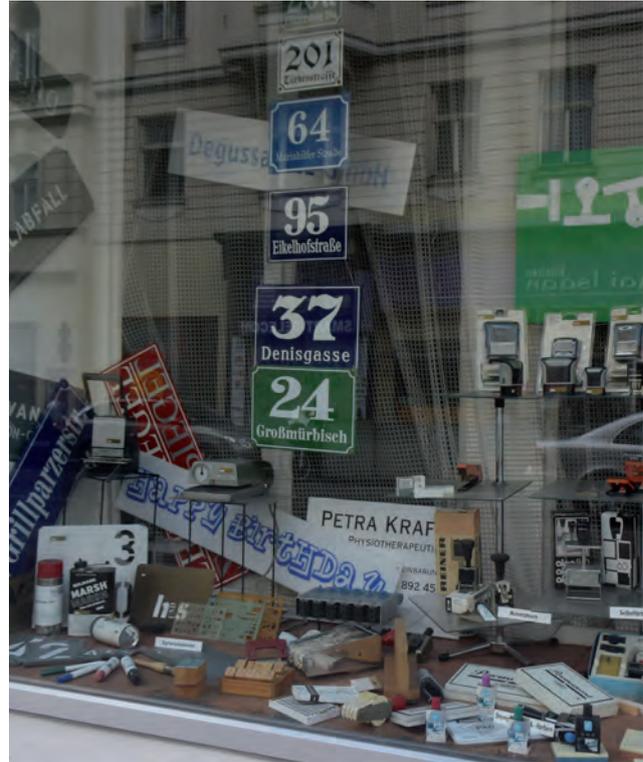


Abb.124 Auslage Stempel Lobenhofer

Beim Juwelier Berthold (1963) ist der Blick ins Geschäft ebenfalls durch einen bodenlange, Falten werfenden Vorhang nur teilweise möglich. Obwohl das Licht des Innenraums nach außen strahlt, ist nicht zu erkennen, was sich hinter dem Vorhang befindet. Der Faltenwurf stellt einen Bezug zur oberen Zone dar, in der sich das Lager des Geschäftes befindet. Ein ähnlich gestalteter Stoffbehang versperrt auch hier Einblick durch eine ausschließlich aus Glas konstruierte Fassade. (Abb.123)

Bei dem Stempelgeschäft Lobenhofer (1974) dienen nebeneinander gesetzte Einzelfenster zur Präsentation der Produkte. Eine weitere Fensterreihe bildet die Auslagenrückwand. Durch einen weißen, quadratisch gelochten Vorhang ist der Innenraum nicht mehr deutlich zu fassen. (Abb.124)



Abb.125 Auslage Miba

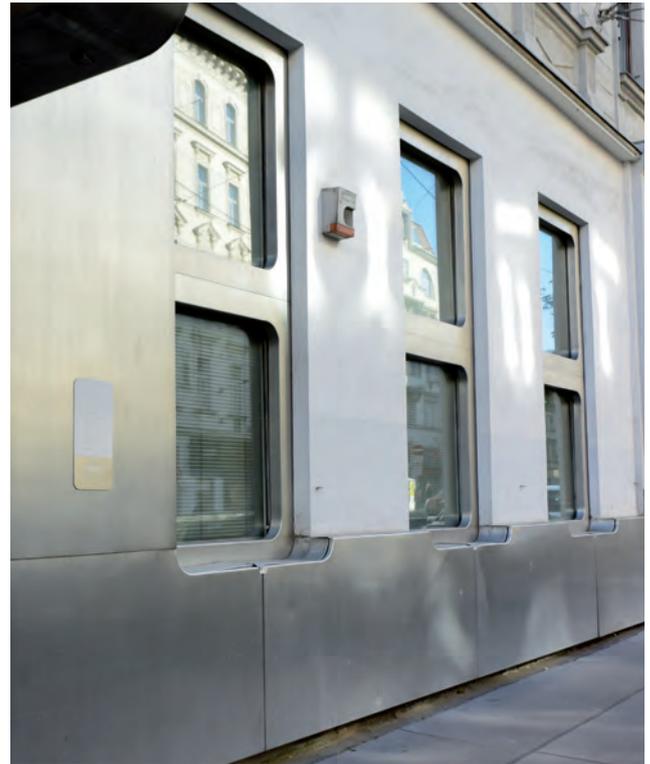


Abb.126 Auslage Funder

Bei der ehemaligen Miba Verkaufsstelle (1973) gliedern sich gleichformatige, separate Schaufenster in die übersichtliche Fassadengliederung ein und fungieren als Schaufläche für vorbeiziehende Passanten. Eine Auslagenrückwand reicht bis knapp vor dem oberen Fensterabschluss. Der Passant nimmt dadurch nur die Raumdecke des Innenraumes wahr. (Abb.125)

Streng gegliedert sind auch die vier Auslagenfenster der ehemaligen Funder Verkaufsstelle (1971). Indem sie eine Spur in die Fassade hineinversetzt sind, nehmen sie sich gegenüber der Fassadenfront etwas zurück. Die Fenster sind in ihrer Mitte horizontal geteilt und erzeugen somit ein strukturiertes Erscheinungsbild. Heute ist die Sicht durch die Auslagenfenster durch Innenrollos verdeckt. (Abb.126)



Abb.127 Auslage Fleischeri Ringl



Abb.128 Auslage Knöpfe Ahammer

## || Offene Schaufenster

Wenn auf eine Auslagenrückwand verzichtet wird, entstehen offene Schaufenster, durch welche der Blick in den Innenraum gewährt wird. Die möglichen Konsumenten werden einerseits durch die Präsentation der Produkte im Schaufenster angelockt, andererseits wird zusätzlich durch den Einblick ins Geschäft das Interesse geweckt.

Bei der Fleischerei Ringl (1960er) werden zwei Fenster als Auslagenbereich genutzt. Von Außen kann das drapierte Fleischangebot betrachtet werden und gleichzeitig in den Raum geblickt werden. (Abb.127)

Beim Knopfladen Ahammer (1966) entsteht durch das Fehlen der Auslagenrückwand zwar ein Blickkontakt nach Innen. Das Schaufenster behält aber den Auslagenboden zur Ablage der Ausstellungsstücke. Dadurch



Abb.129 Auslage Schirme Brigitte



Abb.130 Auslagenwand Brigitte

bleibt das Schaufenster als Übergangsraum von Außen erhalten. In den Auslagen sind zwei tragende Mauerpfeiler erkennbar, die als Auslagenfläche dient. (Abb.128)

Bei dem Schirmgeschäft Brigitte (1962) kann durch die Auslage der Laden überblickt werden. Der gesamte Verkaufsraum wird somit zugleich zur Auslage selbst. Die weiße und goldene Rahmung der Fenster vermittelt zusätzlich Leichtigkeit. Der Boden der Auslage ist stark verbreitert und bietet viel Platz für die Ausstellung des Warensortiments. Der tragende Pfeiler hinter der Fassade ist über die Fensterscheibe sichtbar und wird als Aufhängefläche genutzt. Je nach Saison sind Pfeiler und Auslagenflächen mit verschiedenen gefärbten Stoffen überzogen. (Abb.129&130)



Abb.131 Auslage Kaffee Naber



Abb.132 Auslage Hali

Bei dem Kaffee Naber (1958) entsteht durch das Fehlen einer Auslagenrückwand und der Gleichsetzung von Auslagenboden mit dem Boden des Innenraumes ein starker Bezug zwischen Außen- und dem Innenraum. Die Auslage wird nur durch eine Scheibe vom Gehsteig getrennt. Auf diese Weise ist der Schaufensterbereich mehr dem Geschäftsraum zugehörig. (Abb.131)

Das Prinzip eines durchlässigen Schaufensters wird bei dem Büromöbelgeschäft Hali (1972) gesteigert. Eine einzelne über beide Etagen laufende Glasscheibe bildet das großzügige Schaufenster. Die großformatige freie Fläche und der rahmenlose Glaseinbau lösen jegliche Raumgrenzen auf. (Abb.132)



Abb.133 Auslage Konditorei Schmalzl links



Abb.134 Auslage Konditorei Schmalzl rechts

Wenn die Eingangstür weit in Tiefe gesetzt ist und die Schaufenster trichterförmig zulaufen, wird das Gesamtbild der Schauflächen verändert. Es entsteht dadurch die Wirkung, als ob sich das Schaufenster aus der Fassadenfront herauslöst und zu einem eigenen Bereich wird.

Das Schaufenster der Konditorei Schmalzl (1958) wirkt durch das Trichterportal von außen betrachtet wie ein eigenständiger Schaukasten, der ungefähr in der Mitte durch eine weiße vertikale Leiste geteilt ist. Indem die seitliche Rahmung des Schaufensters fehlt, tritt es außerdem noch breiter in Erscheinung und vergrößert somit optisch den Verkaufsraum. Hochgewachsene Zimmerpflanzen bilden auf der rechten Seite einen leichten Sichtschutz. Links wird die Konditorware in einer Theke präsentiert. (Abb.133&134)



Abb.135 AuslageJuwelier Baraev Alla



Abb.136 Schaukasten Hartinger

Die Schaufenster des Juwelier Baraev Alla (1956) führen ebenfalls wie ein Trichter auf die Eingangstür zu. Indem sie noch stärker in die Schräge gestellt sind, treten sie intensiver hervor. Innerhalb der Loggia kann sich der Kunde wettergeschützt beim Betrachten des Schmuckes Zeit lassen. (Abb.135)

Das nach Versetzen der Eingangstür und der Ladenfront ermöglicht außerdem die Bildung einer Passage, in der die Geschäftsprodukte in Schaukästen und Vitrinen ausgestellt werden. In der Passage des



Abb.137 Blick in die Passage Hartinger



Abb.138 Hintere Ladenfront Hartinger

Schneiderbedarfsgeschäftes Hartinger (1950er) kann der Passant einen Schaukasten in einem Halbkreis umgehen. Indem sich der Kasten gegenüber dem Boden abhebt und nicht direkt an die Decke anschließt, entsteht der Eindruck, als würde die Vitrine schweben. Nach Betreten der Passage, wird auch die Sicht in das offene Schaufenster des nach hinten verlegten Ladens ermöglicht. (Abb.136-138)



Abb.129 Oberes Schaufenster Berthold

## | Charakteristika

Typisch für das Schaufenster der 1950er Jahren sind großformatige, durchgängige Fensterfronten mit filigranen, gold eloxierten Metallrahmen, welche ein Gefühl von Leichtigkeit vermittelten.

Die Schaufenster der 1960er Jahre ersetzten die gold gerahmten, durchgängig und transparenten Glasflächen durch streng gegliederte Auslagenscheiben mit vorwiegend silberner Rahmung. Zusätzlich wurde oft eine zweite Schaufensterfläche im oberen Ladengeschoss erweitert. In den 1970er Jahren setzten sich durchgängige Ganzglasauslagen fort. Weitgehend wurde dabei jedoch auf jegliche Rahmungen verzichtet. Auf diese Weise distanzierten sich diese Schaufenstertypen von den vorherigen beiden Jahrzehnten. Im Kontrast dazu etablierten sich jedoch beinahe verschlossene Fassadenfronten mit einzelnen, abgetrennten Schaufenstern. Diese zeigten oftmals eine breite Rahmung der einzelnen Fenster und führten zu einem eher abgeschlossenen Gesamtbild.

In allen drei Jahrzehnten entstanden gegen den Innenraum sowohl abgetrennte, als auch geöffnete Lösungen. Die Wahl wurde unabhängig von der formalen Ausgestaltung getroffen.

## || Maßnahmen

Schaufenster nehmen einen beträchtlichen Bereich der Ladenfassade ein. Eine Veränderung der Schaufenster würde sich extrem auf das Bild der ganzen Ladenfront auswirken. Schaufenster müssen deswegen in ihrer Gesamtheit erhalten bleiben. Dies umfasst auch die Auslagengestaltung. Auslagenrückwände, -böden, Leuchtkörper und anderes Zubehör gehören zu dem originalen Erscheinungsbild dazu und sind daher zu schützen.

Ebenfalls bewahrt werden soll das Glas der Auslage. Durch die Materialdicke und Struktur vermittelt die Auslagenscheibe ein individuelles Erscheinungsbild, das durch einen Austausch zerstört werden würde. Das Anbringen einer zusätzlichen Glasscheibe oder der Ersatz durch eine beispielsweise Isolierscheibe aufgrund thermischer Überlegungen ist prinzipiell denkbar. Es sollte jedoch bevorzugt der Erhalt der originalen Glasfläche angestrebt werden. Demnach muss diese daher in regelmäßigen Abständen nach Rissen und schadhafte Stellen abgesucht werden, um gegebenenfalls Stabilisierungsmaßnahmen, wie etwa Verklebungen, vorzunehmen.<sup>91</sup>

<sup>91</sup> Bundesdenkmalamt 2015, S.147.

I

**Glas**

II

**Aluminium & andere Metalle**

III

**Stein**

IV

**Terrazzo**

V

**Fliesen**

VI

**Kunststoff**

### 3. Materialien und Oberflächen

Auf die Wahl der Materialien wurde in der Nachkriegsmoderne überaus Wert gelegt. Dem Material wurde nicht allein eine funktionelle Aufgabe zugeschrieben, vielmehr fungierte es bei ästhetischen Überlegungen als ein elementares Ausdrucksmittel des jeweiligen Zeitgeistes.

Im Ladenbau entstanden durch verschiedene Materialkombinationen individuelle Lösungen. Dabei wurden meist edle, qualitativ wertvolle Materialien ausgewählt, die bewusst auf einander abgestimmt wurden.

Entwicklungen der Technologie ermöglichten außerdem eine neue Materialauswahl. Dadurch entstanden neue Gestaltungsansätze, die je nach Jahrzehnt das Gesamtbild des Geschäftsladens änderten.

Anhand der Begutachtung der Nachkriegsläden in Wien konnten Kategorien von Materialien, die in der Verwendung vorrangig zum Einsatz kamen, herausgearbeitet werden. Materialien, wie Glas, Aluminium, Stein, Terrazzo, Fliesen und Kunststoff sollen im folgenden Kapitel nacheinander betrachtet werden.



Abb.130 Auslagenfenster Schneiderzubehör Hartinger

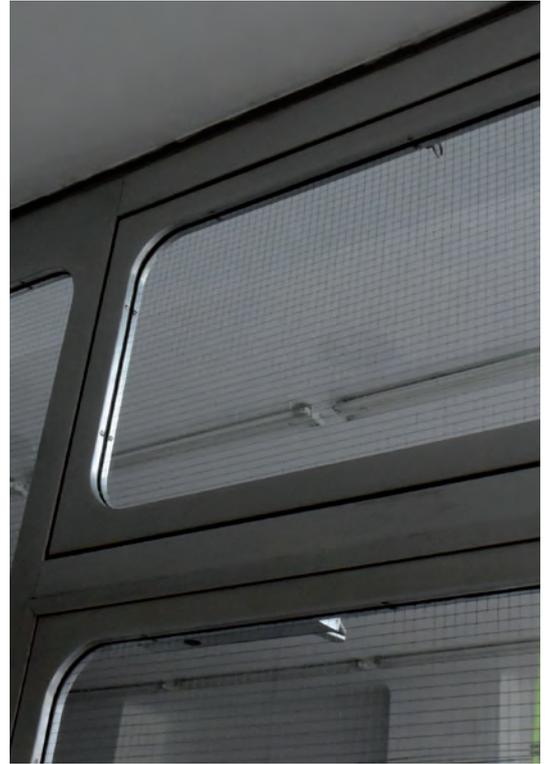


Abb.131 Drahtglasscheibe Hali

## | Glas

Eines der wichtigsten Materialien im Ladenbau ist Glas. Seine Transparenz ermöglicht die Einsicht vom Straßenraum in die Schaufenster und zum Teil auch in den Geschäftsladen und macht die Geschäftsfläche somit zum öffentlichen Bereich. Seine Materialität trennt dennoch den Innen- vom Außenraum plastisch ab. Die Glasscheibe ist zugleich Hauptbestandteil der zur Schaustellung, sowie eine Schutzbarriere. Wenn das Schaufenster offen gestaltet ist, dient sie zusätzlich zur Belichtung des Innenraums. In der Nachkriegszeit wurden vorwiegend Scheiben aus Einfachverglasungen verwendet.

Insbesondere in den 1950er Jahren ersetzten im Ladenbau Glasfronten beinahe die gesamte Fassadenfront. Durch dünne Rahmungen und schmale Sockel konnten großflächige Glasscheiben in ihrer Durchlässigkeit zur Geltung gebracht werden. (Abb.130)



Abb.132 Acrylglas Schaufenster Miba



Abb.133 Opaxit Baraev Alla



Abb.134 Opaxit Konditorei Schmalzl

Typisch für die Nachkriegszeit ist auch Drahtglas. Der ins Glas eingearbeitete Draht wurde damals zur Stabilität der Scheibe eingesetzt und gab dem Glas zugleich eine Struktur. Josef Vytiska wandte bei dem Möbelgeschäft Hali (1972) derartiges Glas bei den Scheiben des Eingangsbereiches an. Durch die Maserung der Scheibe entsteht hier ein dekorativer Charakter, der die Transparenz der Ladenfront jedoch nicht zerstört. (Abb.131)

Durch die steigende Begeisterung an Kunststoff Ende der 1960er Jahre wurde alternativ zur herkömmlichen Glasscheibe Acrylglas eingesetzt. Dieses Kunststoffglas wurde etwa bei der ehemaligen Miba (1973) Verkaufsstelle angewendet. (Abb.132)

Zum Einsatz kam auch Opaxitglas, welches sich durch die schwarze, glänzende Oberfläche als dekorative Fassadenverkleidung eignete. (Abb.133&134)



Abb.135 Glasscheibe Knöpfe Ahammer

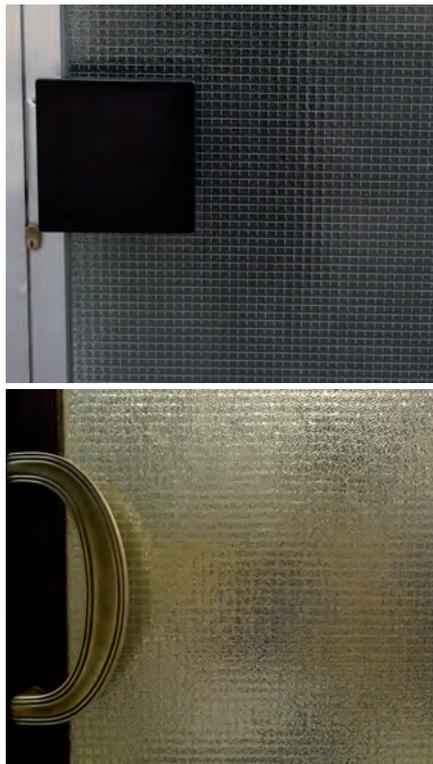


Abb.136 Türscheibe Stempel Lobenhofer

Abb.137 Türscheibe Papier Lustig



Abb.138 Türscheibe Niemetz

Glas wird nicht nur als transparente Scheibe verwendet. Durch Bearbeitung des Materials wird oft ein transluzentes Erscheinungsbild geschaffen. Der direkte Durchblick wird verhindert, ohne auf Durchlässigkeit gänzlich zu verzichten. Die Beschaffenheit der Oberfläche ist bei solchen Gläsern so behandelt, dass Licht zwar durchschimmert, der Raum dahinter aber nicht erkennbar ist. Die Innenräume der Geschäfte können dadurch belichtet werden. Dieser Effekt wird entweder durch Verzerrungen der Glasstruktur oder durch Milchglasfolierungen und andere Beklebungen erzielt.

Der obere Abschluss des Knopfladens Ahammer (1966) besteht aus einer matten Glasfläche mit einem speziellen Gefüge, welches an ein Karomuster erinnert. Er ist daher nicht mehr durchsichtig, sondern lässt allein das Licht in den Innenraum durchscheinen. (Abb.135) Diese Wirkung bildet sich ebenfalls bei der Eingangstüre des Stempelladens Loberhofer (1974), sowie bei dem zweiten Eingang des Papierwarengeschäfts Lustig (1976). (Abb.136&137)



Abb.139 Glasbeklebung Schleien



Abb.140 Glasbeklebung Schirme Brigitte

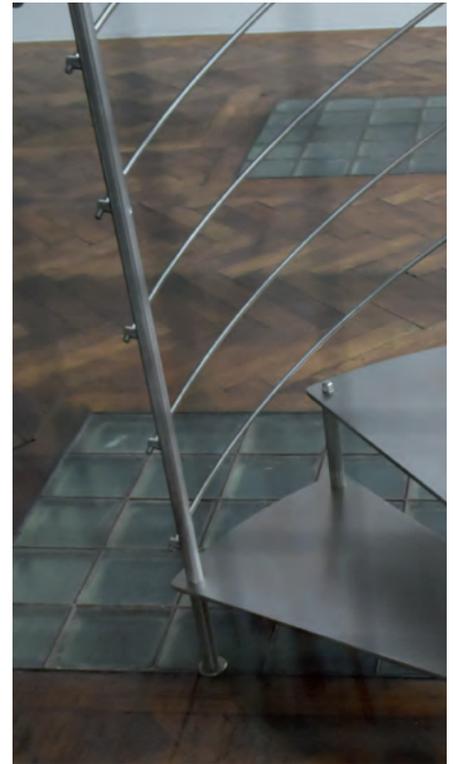


Abb.141 Glasbausteine Hali

Bei der Eingangstür des Mineralienladens Niemetz (1964) bilden angeklebte Streifen einen Sichtschutz nach Innen. (Abb.138)

Beklebung können auch aus optischen Gründen angebracht werden. Die entlang des oberen Fensterabschlusses beklebten Goldstreifen der Parfümerie Schleien (1954) stärken die Laibungen in ihrer Wirkung. (Abb.139)

Verzierende Beklebung in Silber findet man am unteren und oberen Fensterrand des Schirmladens Brigitte (1962). (Abb.140)

Neben der funktionellen Aufgabe der Belichtung kommt das Material Glas als Gestaltungselement zum Einsatz. Charakteristisch für die Nachkriegsmoderne sind die transluzenten Glasbausteine, die meist in quadratischen Formen nebeneinander gesetzt wurden und eine eigene Ästhetik erzeugten. In den Holzboden des Möbelgeschäft Hali (1972) sind derartige Steine zur Belichtung des darunter gelegenen Raumes eingelassen. (Abb.141)



Abb.142 Rahmen Kaffee Naber



Abb.143 Rahmen Hartinger



Abb.144 Rahmen Schirme Brigitte

## || Aluminium und andere Metalle

Metalle, insbesondere Aluminium zählen zu den wichtigen Baumaterialien der Nachkriegsmoderne. Fensterprofile wurden vorwiegend aus eloxiertem Aluminium oder anderen Metallen, wie Eisen und Stahl, hergestellt. Durch das Eloxierverfahren konnten metallene Bauelemente vor Korrosion geschützt werden. Gleichzeitig wurde Metall durch die unterschiedliche Farbgebung, die während des Verfahrens durchgeführt wurde, als Gestaltungsmittel eingesetzt. Dünne, goldfarbene eloxierte Profile aus Leichtmetall spiegelten die luftige Eleganz der 1950er Jahre wider und wurden zu einem charakteristischen Gestaltungselement dieser Zeit. Der Schneiderzubehörladen Hartinger (1950er) und das Kaffee Naber (1958) zeigen solch eine goldene Rahmung. (Abb.142&143)

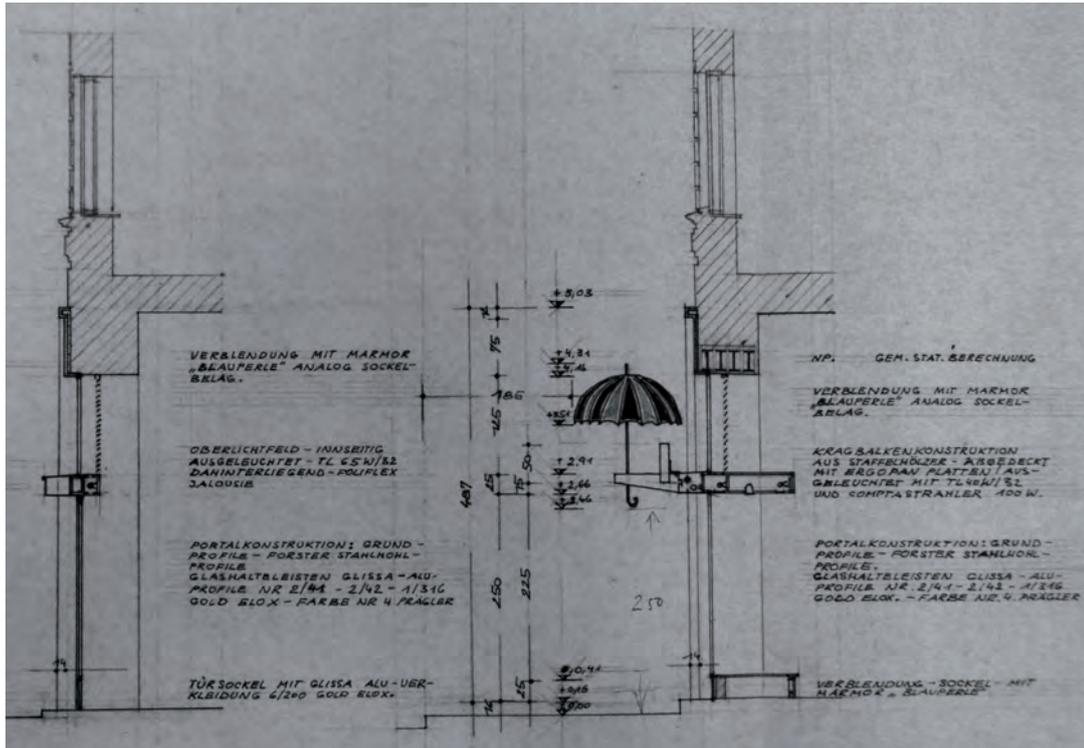


Abb.145 Schnitt Schirme Brigitte

Für die Fenster des Schirmladen Brigitte (1962) wurde die damals häufig angewandte Glissa-Alu-Rahmung gewählt. (Abb.144&145) Diese Systeme bestanden vorwiegend aus einem tragenden Rahmen, auf den ein zusätzlicher, meist gold eloxierter Leichtmetallrahmen gesetzt wurde, welcher eine dekorative Funktion einnahm.<sup>92</sup>



Abb.146 Rahmen Niemetz



Abb.147 Rahmen Schleien



Abb.148 Rahmen Knöpfe

Durch die Farbe der Metallrahmungen wurden bewusst ästhetische Effekte erzielt. Die goldenen Metallfassungen des Mineralienladens Niemetz (1964) wirken in Kombination mit dem grünen Stein besonders exklusiv. (Abb.146)

Dünne Metallprofile rahmen die Fenster der Parfümerie Schleien (1954). Eine gold eloxierte, gerippte Metallsockelleiste schließt direkt unterhalb an und stellt sich zusammen mit den goldenen Fensterbeklebungen in Kontrast zu dem silbernen Farbton der Fensterfassung. (Abb.147)

In den späten 1960er Jahren wurde bewusst von der goldenen Farbe Abstand genommen. Natur eloxierte Rahmenprofile besaßen einen silbernen Farbton und vermittelten einen unmittelbareren und schmuckloseren Eindruck.



Abb.149 Rahmen Lobenhofer



Abb.150 Rahmen Berthold



Abb.151 Balken Berthold

Die silberne Fensterrahmung des Knopfgeschäftes Ahammer (1966) steht in Harmonie mit dem knalligen Rot- Ton des Ladens. (Abb.148)

Die silbrige Fassung des Fensterrahmens des Stempelladens Lobenhofer (1974) erscheinen zurückhaltend im Ausdruck. (Abb.149)

Die Steinverkleidung an der Ladenfront des Juweliers Berthold (1963) verstecken die silberne Alufassung der Schaufenster und vermitteln ein rahmenloses Aussehen. (Abb.150) Das Fensterbrett ragt dagegen leicht hervor. Es harmonisiert mit den zwei dicken, gerillten Alu-Querbalken, die aus der Fassade hervorspringen. (Abb.151)



Abb.152 Fassade Hali



Abb.153 Fassade Wimmer

Die Verwendung von Metallen begrenzte sich nicht nur auf Fensterprofile. Ab den 1960er Jahren wurden durch metallene Verkleidungen neue Fassadenlösungen gesucht. Vor Allem die Läden der frühen 1970er Jahre traten bemerkenswert in ihrer Gesamterscheinung hervor. Ein herausragendes Beispiel stellt das ehemalige Büromöbelgeschäft Hali (1972) dar. Die einheitliche Fassadenhaut aus natur eloxiertem Aluminium erzeugt einen monumentalen Eindruck. (Abb.152)

Ein weiteres Beispiel bildet das ehemalige Schuhhaus Wimmer (1970). Die Außenfassade ist aus einer eloxierten, hellbronzenen Aluminiumfläche gestaltet. (Abb.153)



Abb.154 Fassade Funder

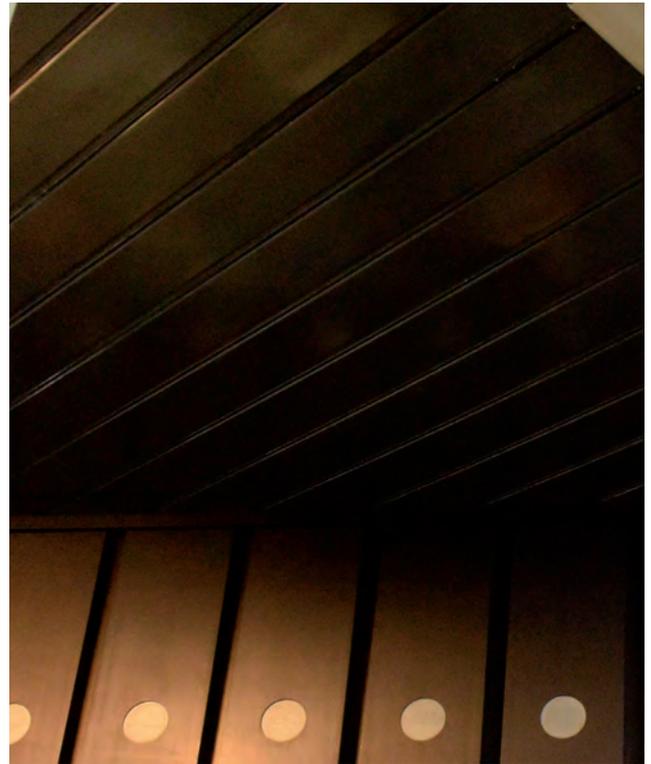


Abb.155 Fassade Lustig

Zu erwähnen ist außerdem der ehemalige Funder-Laden (1971), dessen großzügige Sockelzone, sowie der gesamte Eingangsbereich eine Verkleidung aus eloxiertem Aluminium tragen. (Abb.154)

Für die Fassade des Papierwarenhandels Lustig (1976) wurde ebenfalls eloxiertes Aluminium eingesetzt. Die Ladenfront unterscheidet sich jedoch durch die bräunliche Farbgebung stark von den anderen Beispielen. (Abb.155)

Bei allen vier Beispielen wird die Fassade durch die Durchgängigkeit der Aluminiumverkleidung in ihrem Gesamteindruck vereinheitlicht und gibt dadurch ein abgeschlossenes Bild.



Abb.156 Steinsockel Niemetz

### ||| Stein

Allgemein wird zwischen drei Arten von Gesteinen unterschieden: Durch Auskristallisieren der flüssigen Magma der Erde entstehen Magmatite bzw. Erstarrungsgesteine. Sedimentgesteine bzw. Ablagerungsgesteine bilden sich aus verwitterten oder in Wasser gelösten alten Gesteinen. Bei Druck und Temperatur wandeln sich Gesteine in Metamorphite bzw. Umwandlungsgesteine um.<sup>93</sup>

Das Material Stein übernahm im Ladenbau eine besondere dekorative Aufgabe. Im Außenbereich wurden sie beispielsweise an der Fassade und bei Böden eingesetzt. Durch die Vielfalt der Maserung und Farbigkeit entstehen individuelle Erscheinungsbilder. Zusätzlich wird durch die Körperhaftigkeit Qualität und Tradition vermittelt.

<sup>93</sup> Vgl: Hegger 2005, S.40.



Abb.157 Stein Fassade Berthold



Abb.158 Stein Fassade Schirme Brigitte

Bei dem Mineraliengeschäft Niemetz (1964) sind sowohl die Sockelzone, als auch der Boden des Eingangsbereichs aus einem Serpentin gestaltet. Die starke Strukturierung des Umwandlungsgesteins und die grünliche Farbgebung geben dem Sockelbereich eine intensive Wirkung. (Abb.156)

Der Naturstein des Juweliers Berthold (1963) trägt durch die grün bis graue Farbe und die unregelmäßige Struktur ein kräftiges und bestimmtes Aussehen. (Abb.157)

Die Ladenfront des Schirmladens Brigitte (1962) wird von dunklen Marmorplatten umgrenzt. Sie gliedert sich dadurch in das Bestandsgebäude ein, da sie dessen Steinart wiederholt. Die geschlossene Steinfläche des „Blauperle“ Marmor stellt sich außerdem in Kontrast zu der durchgängigen Glasfront und betont dessen Transparenz. (Abb.158)



Abb.159 Terrazzoboden Hartinger



Abb.160 Terrazzo Parfumerie Schleien

#### IV Terrazzo

In den 1950er Jahren wurden als Böden mehrfach Terrazzi verlegt. Zementestriche, denen Kalke, Marmor oder Splitt und Farbpigmente zugegeben werden, bilden die sogenannten Terrazzoböden. Meist wird die Oberfläche durch Glätten, Schleifen, Wachsen, Ölen oder Seifen nachbehandelt.<sup>94</sup> Terrazzosteine bildeten eine schnelle Alternative zu dem durchgängig verlegtem Terrazzoestrich. Im Gegensatz zu gewöhnlichen Steinplatten konnte mit ihnen eine auffällige Ausstrahlung erreicht werden. Durch ihre auffällige Maserung wirkten sie im Eingangsbereich des Geschäftes besonders einladend.

Der Terrazzoboden in der Passage des Schneiderzubehörladens Hartinger (1950er) zieht sich in den Geschäftsladen hinein und schafft dadurch eine angenehme Verbindungen zwischen Außen und Geschäftsinneren. (Abb.159)

<sup>94</sup> Bundesdenkmalamt 2015, S.154.



Abb.161 Terrazzoboden Eingang Knöpfe



Abb.162 Terrazzo außen Schmalzl

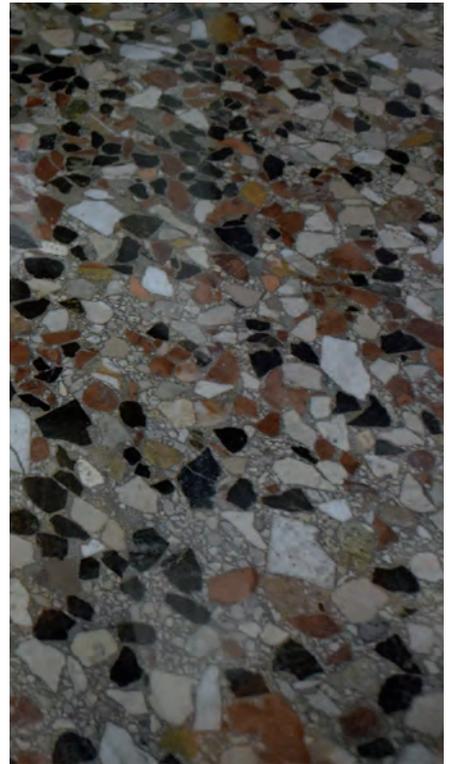


Abb.163 Terrazzoboden innen Schmalzl

Bei der Parfümerie Schleien (1954) sind sowohl Sockelbereich, als auch die Eingangsstufen in einem auffallenden Terrazzo gestaltet, welcher eine Überleitung von der Straße zur Eingangstür bildet. (Abb.160)

Aus Terrazzo ist ebenfalls der Boden in der kleinen Loggia des Knopfladens Ahammer (1966). Hier endet der Boden jedoch vor der Eingangstür und trennt sich dadurch klar vom Innenraum ab. (Abb.161)

Der Terrazzo am Sockel der Konditorei Schmalzl (1958) zieht sich über die Eingangsstufen und sticht durch die konträren Farben der Musterung stark hervor. (Abb.162) Etwas ruhiger zeigt sich der feingliedrigere Terrazzoboden im Innenbereich. (Abb.163) Hier ergibt sich durch die Struktur einen klaren Unterschied zwischen Innen und Außen, wengleich ein Bezug durch die Materialgleichheit hergestellt wird.

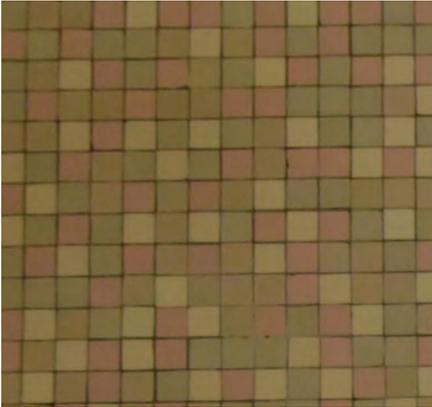


Abb.164 Wandfliesen innen Naber

Abb.165 Ablage Naber

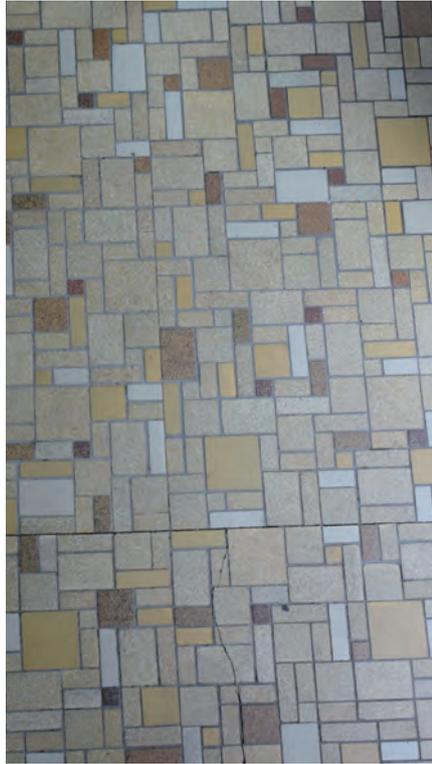


Abb.166 Innenboden Naber



Abb.167 Außenfliesen Naber

## ∨ Fliesen

Bei vielen Geschäftsflächen lassen sich Keramikfliesen im originalen Zustand an Wänden und Böden finden. Oftmals wurden die Steine auch im Mosaik gesetzt. Klein- bis großformatige Fliesen wurden zusammengefügt und ergaben ein Muster. Dabei beschränkte man sich meist auf einen schlichten, sich wiederholenden Typus, welcher erst durch den Einsatz verschiedener Farben an Wirkung gewann.

Kleine, quadratische Fliesen sind beispielsweise auf den Wänden des Kaffee Nabers (1958) angebracht. Die Kombination der beige und braunen Farben und die glänzende Oberfläche der Fliesen erzeugen einen besonderen, individuellen Charakter. (Abb.164) Die Ablagefläche in der Ecke des Raumes besteht aus langgezogenen Rechteckfliesen. Eine Musterrung entsteht durch die Mischung von weiß, schwarz, beige, türkis und grün. Die grünliche Färbung einzelner Steine fällt im Raum besonders auf. (Abb.165)



Abb.168 Sockelfliesen Knöpfe Ahammer



Abb.169 Wandfliesen Ringl



Abb.170 Boden Eingang Baraev Alla

Der Boden ist ebenfalls mit rechteckigen Fliesen gestaltet. Durch unterschiedliche Größe und Farbe entsteht ein komplexeres Muster. (Abb.166) Außen erscheinen quadratische Fliesen in einem auffallenden beige-gelben Farbton. (Abb.167)

Die Fliesen an der Sockelzone des Knopfgeschäftes (1966) in der Lederergasse erscheinen durch ihr kleines quadratisches Format verspielt und ungezwungen. Ihre gräuliche Färbung harmoniert mit der metallenen Fensterrahmung. (Abb.168)

Bei der Fleischerei Ringl (1960er) sind kleinformatige Quaderfliesen über die ganze Fassade verteilt. Durch den grün, braun bis gelblichen Farbverlauf der einzelnen Fliesen entsteht eine eigene Maserung. (Abb.169)

Der Boden im Eingangsbereich des Juweliers Baraev Alla (1956) zeigt eine Musterung durch in Form, Größe sowie Farbe variierende Rechtecke. Verschiedene Pastellfarben vereinheitlichen das Bild. (Abb.170)



Abb.171 Kunststoffwand CM-Boutique innen



Abb.172 Fassade Miba

## VI Kunststoff

Im Zuge der technischen Entwicklungen in der Nachkriegszeit, gewann das Material Kunststoff zunehmend an Bedeutung. In der Anwendung von Kunststoff im Ladenbau kann Hans Holleins CM- Boutique als Vorreiter angesehen werden. Der komplette Innenraum wurde aus Kunststoffmodularen hergestellt.<sup>95</sup> (Abb.171)

Einen Fortschritt in der Kunststoffindustrie stellt glasfaserverstärktes Kunststoff dar, das vom Architekten Karl Odorizzi, als Möglichkeit effiziente Baulösungen herzustellen, gesehen wird.<sup>96</sup> Auch die 4 m hohen Elemente der Fassade der ehemaligen Miba- Verkaufsniederlassung sind aus dem synthetischem Baustoff hergestellt.

<sup>95</sup> Lefaiivre 2004, S.3.

<sup>96</sup> Odorizzi 2007, S.106.



Abb.173 Innenboden Miba



Abb.174 Innenboden Schleien



Abb.175 Innenboden Hartinger

In Hinblick auf die Bauzeit stellte der neue Werkstoff durch serielle Vorproduktion einen Fortschritt dar. Die Fassadenteile des Miba-Ladens (1973) konnten innerhalb von wenigen Tagen montiert werden.<sup>97</sup> (Abb.172)

Ebenfalls aus Kunststoff bestehen Linoleum und PVC-Böden, die man vorwiegend im Innenraum der Nachkriegsläden findet. Die fugenlosen, einfärbigen Bodenbeläge erwiesen sich für den täglichen Gebrauch als praktisch. (Abb.173-175)

<sup>97</sup> Schwanzer 1975, S.34.



Abb.176 Boden Passage Lustig



Abb.177 Innenboden Knöpfe Ahammer

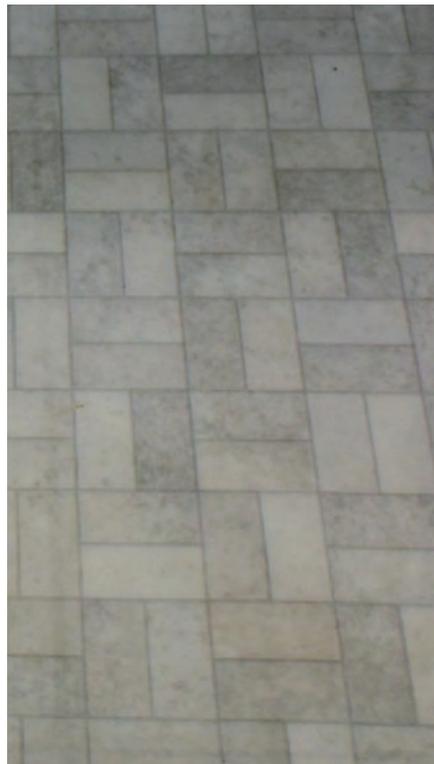


Abb.178 Boden Auslage Hartinger

Rutschfeste Rimmelgummiböden eigneten sich vor Allem im Außenbereich, wie etwa bei dem Passagenboden des Papierwarenladens Lustig (1976). (Abb.176)

Mehrmals wurden in Böden auch Muster eingearbeitet. Der Boden des Knopfladens Ahammer (1966) erzeugt durch die geometrischen Formen und die willkürlich wirkende Farbsetzung einen besonderen Effekt und imitiert ein teureres Material, wie einen Steinboden. (Abb.177)

Das Prinzip einer Musterung in Mosaik beschränkte sich nicht allein auf mit Fliesen verlegte Oberflächen. Kunststoffböden im Mosaikoptik ergaben eine ebenso starke Wirkung und bildeten eine billige Alternative.

Im Auslagenbereich des Schneiderzubehörladens Hartinger (1950er) grenzt sich der Boden durch eine helle, gräulich gemusterte Optik von den übrigen Geschäftsbereichen ab. (Abb.178)



Abb.179 Innenboden Ringl

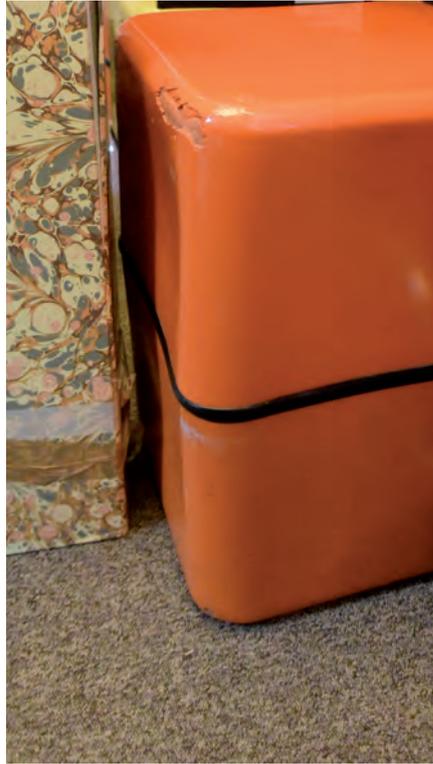


Abb.180 Spannteppich CM-Boutique



Abb.181 Spannteppich Schirme Brigitte

Der Innenboden der Fleischerei Ringl (1960er) hebt sich durch abwechselnd rote und weiße Quadrate hervor. (Abb.179)

Beliebt war im Innenraum auch der Spannteppich aus Kunststofffasern. Der fugenlose textile Bodenüberzug wurde beispielsweise im ehemaligen Funder Verkaufsraum eingebaut.

Einen hell-beigen bis bräunlichen Spannteppich findet man auch noch in Holleins CM-Boutique. (Abb.180)

Im Schirmladen Brigitte (1962) wirkt der dunkle Teppich warm und kräftig in der Farbgebung. (Abb.181)

## | Charakteristika

In den 1950er Jahren bediente man sich häufig an vorherrschenden Materialien der klassischen Moderne. Nach dem Krieg wurde zunächst das genutzt, was verfügbar war. Durch den Einsatz vorhandener Materialien in Kombination mit neuen Ansätzen in der Formgestaltung entstand eine eigene Ästhetik. Verschiedene Farben, vorwiegend Pastelltöne, wurden an der Fassade, als auch an der Innengestaltung eingesetzt und erzeugten eine fröhliche Gesamtwirkung. Charakteristisch für die 1950er Jahre ist vor Allem gold eloxiertes Aluminium, das bei den untersuchten Läden als Tür- und Fensterrahmung, sowie als Sockelverkleidung diente. Wichtiges Merkmal der 1950er Jahre sind außerdem großzügige Glasscheiben, durch welche eine beinahe wandlose Fassade geschaffen wurde. In Kombination mit wertvollen Materialien wie Steinplatten, Terrazzo oder Mosaikfliesen entsteht ein elegantes Erscheinungsbild.

Die silberne Farbe des natur eloxierten Aluminiumsrahmen der geteilten Glasfensterfronten erweckt an einigen Läden der 1960er Jahren einen härteren und funktionaleren Eindruck. Andere Läden zeigen außerdem ausdrucksstarke Steinplatten oder Mosaikfliesen, die großflächig als Fassadenverkleidung eingesetzt wurden. Auf diese Weise ergaben sich zwei sehr gegensätzliche Ladentypen in diesem Jahrzehnt. Gemeinsam ist ihnen jedoch die Innenraumausstattung. Hier kommen neuartige Oberflächengestaltungen, wie PVC-Böden zum Einsatz.

Der wirtschaftliche Aufschwung und der technische Fortschritt Ende der 1960er brachten unkonventionelle, wagemutige Materialerscheinungen hervor. Diese führen zu neuartigen Ausdrucksformen im Ladenbau. Anfang der 1970er Jahre gewannen die Läden durch Aluminium- oder teilweise verschiedenfarbige Kunststoffverkleidungen an Körper und Masse. Eigenwillige, oftmals amorphe und organische Formen erzeugten einen futuristischen Charakter.



Abb.182 Terrazzboden Schneiderzubehör Hartinger

## II Maßnahmen

Materialien und Oberflächen tragen zum Gesamteindruck des Gebäudes bei. Durch sie wird das Lebendige eines Objektes ablesbar. Die durch Abnutzung und Verwitterung entstandene Patina ist keine optische Beeinträchtigung, sondern Teil der Originalsubstanz. Die über die Jahre entstandenen Spuren zeichnen sich an der Fläche der Materialien ab und dokumentieren Zeitgeschichte. Der Erhalt der originalen Oberflächen mitsamt den Gebrauchsspuren ist daher aus denkmalpflegerischer Sicht vorrangig. Durch den Erhalt und die Pflege der originalgetreuen Oberflächen wird im Sinne Riegls der Alterswert und Gebrauchswert der Ladenflächen bewahrt.

Da es sich um ein Denkmal in Gebrauch handelt, müssen etwaige großflächige Lücken an der Oberfläche und Tiefe durch Ergänzungen erweitert werden. Hierbei ist gegebenenfalls auf originale Materialien zurückzugreifen, da ein möglichst funktionstüchtiges, einheitliches Bild für den Laden angestrebt werden muss. Ist dies nicht möglich, sollen Fehlstellen durch eine möglichst einheitliche Oberfläche geschlossen werden. Diese soll die Materialien vor weiterer Zerstörung und Zerfall schützen, jedoch nicht die Originalsubstanz in Farbe, Musterrung oder Struktur imitieren. Vielmehr ist die Lücke im Material in einer Weise zu betonen, welche dennoch das Gesamtbild und damit die Gebrauchsfähigkeit nicht beeinträchtigt.<sup>98</sup>

Als Prävention vor weiteren Fehlstellungen und Lücken in der Oberfläche, aber auch in der Tiefe der verschiedenen Materialien ist eine umfassende und regelmäßige Reinigung und Pflege von Nöten. Dabei soll im Folgenden auf Möglichkeiten im Umgang mit Verschmutzungen und Verunreinigungen der unterschiedlichen Materialien eingegangen werden.

Die Fenster des Ladenbaus können durch Instandsetzungsarbeiten und regelmäßige Reinigung im Trocken- oder Nassverfahren erhalten bleiben. Bei der Wahl des Reinigungsmittels ist auf den Zustand des Glases zu achten. Dabei ist zu kontrollieren, dass Scharniere und Rahmungen aus Metall nicht zerstört werden.<sup>99</sup>

Zerstörte Gläser können eventuell verklebt werden oder im Einzelfall ersetzt werden. Bei einem Scheibenaustausch soll auf historisches Material zurückgegriffen werden. Stärke, Struktur und Farbe müssen mit dem Bestand abgeglichen werden.<sup>100</sup>

98 EKD 2007, S.26.

99 Bundesdenkmalamt 2015, S.146.

100 ebenda, S.147.

Eloxierten Aluminiumoberflächen können mittels Pasten und Öle gereinigt werden. Die Häufigkeit der Pflege richtet sich nach dem Grad der Schmutzbelastung.<sup>101</sup>

Steinelemente müssen nach ihrer Art, Herkunft und Struktur einzeln betrachtet werden. Grundsätzlich wird von mechanischen Eingriffen, wie Schleifen oder Polieren, abgeraten. Derartige Maßnahmen schädigen die Originalmaterie. Chemische Mittel können zu Zerstörungen am Stein führen und ihr Einsatz ist nicht ohne umfassende Voruntersuchungen auf Verträglichkeit sinnvoll.<sup>102</sup> Generell soll auf Bearbeitungsmethoden am Stein verzichtet werden und auf regelmäßige Pflege, zum Beispiel in Form von Reinigung mit milden Mitteln, zurückgegriffen werden.

Beim Entsalzen und beim Entziehung von Feuchte ist der Prozess fortlaufend zu beobachten, um die Gefahr eines Festigungsverlustes auszuschließen. Falsche Handhabung kann sich negativ auf die optischen und haptischen Gesteinseigenschaften auswirken und den Stein durch Sprengungen und Rissentstehung dauerhaft beeinträchtigen. Versprödete Steine können mittels Konsolidierungsmaterials unterstützt werden. Dabei ist auf die richtige Eindringtiefe, passende Außenverhältnisse, sowie auf Inhaltsstoffe des Mittels, welche dem Steingefüge angepasst sind, zu achten.<sup>103</sup>

Terrazzoböden bzw. Fliesen können mit Wasser und Schmierseife gewaschen und eventuell mit Wachsen poliert werden.<sup>104</sup> Dabei ist auf originalgetreue Farbigkeit und Maserung zu achten.

Bei Kunststoffböden empfiehlt sich eine Reinigung mit ph-neutraler Seife, die mit lauwarmen Wasser angemacht wird. Als anschließende Pflege eignet sich flüssiges oder festes Wachs.<sup>105</sup>

101 Grunau 2013, S.101.

102 Bundesdenkmalamt 2015, S.127-128.

103 Bundesdenkmalamt 2015, S.130.

104 Gatz 1956, S.125.

105 Mittag 1954, S.100.

I

Theke

II

Regalsysteme

III

Sonstige Präsentationstechniken

## 4 . Innenraumgestaltung

Die Außenfront der Nachkriegsläden wurde durch einen bewusst gestalteten Innenraum zu einer Einheit ergänzt. Bei den begutachteten Läden fällt eine starke Harmonie von Innen und Außen auf. Durch Form, Materialität und Farbe spiegelte sich der äußere Charakter des Ladens im Innenraum wieder. In der Gliederung und Anordnung des Verkaufsraumes zeigen sich damalige Tendenzen zu neuen Verkaufsstrategien.

Insbesondere das Mobiliar und die Materialien dieser Läden sind kennzeichnend für die jeweilige Zeit. Durch diese wird die Atmosphäre des Ladens und die Intention des Architekten erst vollständig spürbar.

Leider wurden die Innenräume der untersuchten Objekte teilweise stark verändert oder sogar gänzlich ersetzt. Vor Allem durch Neuübernahme der Läden änderte sich ihre Funktion. Basierend darauf wurde das Gesamtbild des Innenraumes durch Adaptionsmaßnahmen wesentlich beeinträchtigt. Dies führte dazu, dass die Geschäftsinnenräume nicht mehr in ihrem Originalzustand erhalten geblieben sind. In einigen Fällen führten Anforderungen und Vorstellungen des neuen Ladenbesitzers zu einem vollständigen Abriss des Innenbestandes.

Bei der Begutachtung der Innenräume dieser Läden fehlte daher größtenteils das komplette Mobiliar. Deswegen konnten diese Läden nicht für dieses Kapitel miteinbezogen werden. Partiiell blieben Böden, Wände und Lampen dennoch erhalten und werden im Folgenden gezeigt.

Die Darstellung der Innenräume musste auch bei weiteren Läden ausgelassen werden. Aus sicherheitstechnischen oder auch persönlichen, nicht näher ausgeführten Gründen wurde nicht von allen Ladenbesitzern die Aufnahme und Dokumentation der Innenräume gestattet. Anhand der anderen Geschäftsflächen konnte dennoch ein stellvertretender Eindruck der Innenraumgestaltung gegeben werden.

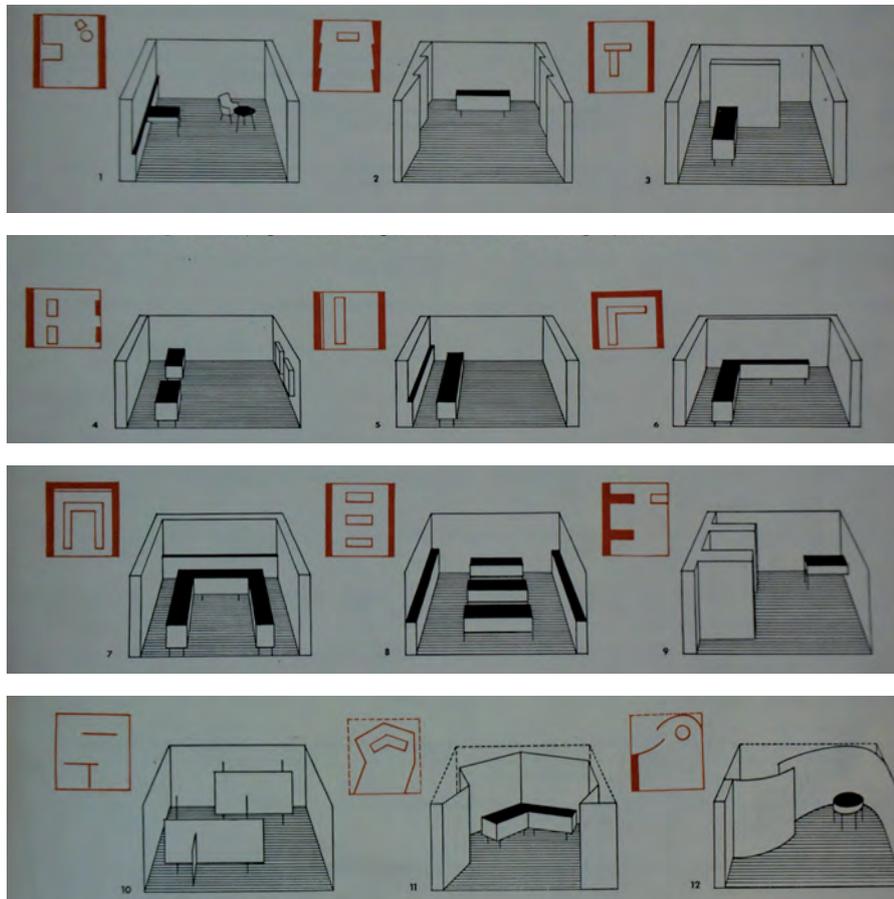


Abb.183-186 Typische Möglichkeiten zur Anordng von Verkaufsräumen

In dem folgenden Kapitel wird auf den Verkaufsraum und dessen Anordnung eingegangen. Verschiedene Arten der Warenpräsentation sollen dabei in ihrer Bedeutung für das Kunden-Verkäufer-Verhältnis untersucht werden: Theke, Regalsysteme und Vitrinen, sowie Regalaufsteller.

Da der Verkaufsraum indirekt den Kaufvorgang beeinflusst, wird er speziell geplant. Die Positionierung des Mobiliars, insbesondere der Theke, gliedert den Raum in einen Verkäufer- und einen Käuferbereich. Gatz visualisiert durch seine Skizzen verschiedene Lösungen Anordnungen im Verkaufsraum. (Abb.183-186) Durch verschiedene Raumkonfigurationen unterscheidet Gatz drei Varianten der Kunden und Käuferbeziehung. Wird dem Kunden die Ware durch das persönliche Gespräch mit dem Verkäufer präsentiert, handelt es sich erstens um eine „Geschäftsabwicklung mit Beratungskontakt“<sup>106</sup>. Bei der zweiten Raumlösung, „Geschäftsabwicklung in Sichtkontakt“<sup>107</sup>, wird der Kunde noch vorwiegend vom Verkäufer beraten. Er kann sich jedoch vorab durch passende Warenpräsentation, wie etwa in Schauvitrinen und offenen Regalen, einen Einblick verschaffen. In einem dritten Modell, „Geschäftsabwicklung mit Greifkontakt“<sup>108</sup> bedient sich der Kunde selbst an der Ware. Der Verkäufer steht dabei hauptsächlich bei Problemen und für den Zahlvorgang zur Verfügung.<sup>109</sup>

Anschließend werden verschiedene Innenraumlösungen anhand diesem vorgestellten Verkäufer-Kunden-Verhältnis nach Gatz untersucht. Dabei wird das Mobiliar in seinem Einfluss mit einbezogen.

106 Gatz 1956, S.24.

107 ebenda.

108 ebenda.

109 ebenda.



Abb.187 Innenraum Schleien



Abb.188 Theke Schleien

## | Theke

Einen grundlegenden Einfluss auf die Innenraumgliederung hat die Verkaufstheke und ihre Positionierung, wie Gatz' zuvor gezeigten Skizzen zeigen. (Abb.183-186) Spezielle Formen, qualitatives Material und feinste Details betonen die Wichtigkeit der Theke.

Bei der Parfümerie Schleien (1954) sind mehrere freistehende Theken untergebracht. Durch eine strenge Anordnung an den Ladenlängswänden wird deutlich spürbar, dass die Zonen hinter den Theken dem Verkäufer vorbehalten sind. Der Kunde, der im mittigen Bereich des Raumes die Waren begutachtet, kann somit bei Bedarf beraten werden. Abgeschlossene Verkaufspulte dienen vorwiegend zur Produktlagerung und zur Beratung. Betritt man den Laden blickt man direkt auf eine gegenüberliegende, breitere Theke, die sich in einer leichten Rundung nach vor beugt. Ihre gläsernen Fronten öffnen den Blick in die vier gestaffelten Schubladenreihen. Drei Glasfenster an der Pultplatte geben eine Einsicht von oben. (Abb.187&188)



Abb.189 Innenraum Hartinger



Abb.190 Theke Hartinger

Bei Hartingers Schneiderzubehörladen (1950er) grenzt die um eine Raumstütze geführte, L-förmige Theke den Verkäuferraum gegenüber dem Verkaufsraum ab. (Abb.189) Entlang der langgezogenen Theke wird legt der Verkäufer die Ware vor und berät den Kunden. Die Theke selbst erscheint als ein mit Rillen versehenen Holzkörper, dem eine weiße Kunststoffplatte aufliegt. Die dünne Messingleiste an der Kante der Platte sticht optisch hervor. Ebenso die Messingtaschenablage im Streifenmuster, welche sich über die Thekenecke zieht. (Abb.190)

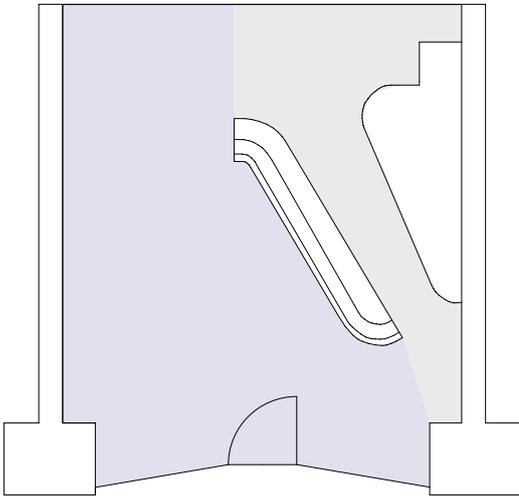


Abb.191 Grundriss Verkaufsraum Naber



Abb.192 Innenraum Naber

Beim Kaffee Naber (1958) ist die hölzerne Theke schräg in die rechte Ecke gesetzt und überlässt dem Besucher dabei einen großzügigen Raum. (Abb.191&192) Als multifunktionale Arbeitsplatte gibt die Theke einerseits dem Kellner die Möglichkeit den bestellten Kaffee zuzubereiten und das Kaffeegeschirr zu lagern. Andererseits dient sie als Bar für den Kaffeebesucher. Die detaillierte Ausgestaltung lässt die Theke aus dunklem Holz besonders wichtig erscheinen. Ein Thekenkorpus mit weichen, geschwungenen Formungen ist mit einem Sockel aus Messing kombiniert. Die an der Theke angebrachte Taschenablage ist ebenfalls aus Messing und steht zu dem Sockel in Harmonie. Das dünne Flachband schwingt sich in einem dynamischen Muster senkrecht nach außen. Jede Kurve des Metalls ist in einer weichen Rundung gezogen. (Abb.195)

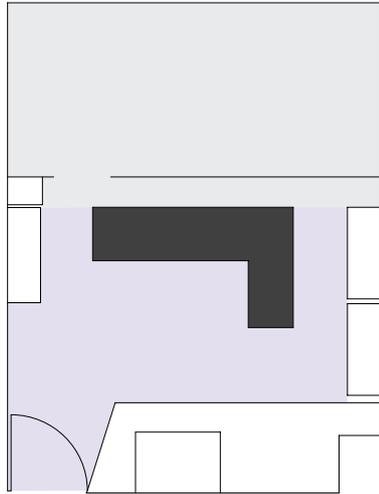


Abb.193 Grundriss Verkaufsraum Schirme Abb.194 Innenraum Schirme Brigitte

In der Mitte des kleinen Verkaufsraumes des Schirmladens Brigitte (1962) steht eine einzelne Theke, durch welche zwischen einem vorderen Kundenbereich und der hinteren Verkäuferzone unterschieden wird. (Abb.193&194) Obwohl der L-förmige, hölzerne Thekenkorpus dem Ladenbesucher wenig Spielraum lässt, kann dieser das offen dargestellte Warensortiment betrachten. Nachdem der Kunde sich einen entsprechenden Schirm ausgesucht hat, wird er vom Verkäufer bedient. Der Thekenkorpus beinhaltet ein zweireihiges, offenes Regalsystem, aus dem die Ware frei entnommen werden kann. Goldene, horizontale Metallstangen umrahmen die Thekenfront und dienen gleichzeitig als Taschenablage. Über Mattglasscheiben oberhalb der Regale wird die Ware sanft beleuchtet. Darüber sitzt die dunkelgrün beschichtete Thekenplatte aus Massivholz. Im selben Grün schmückt ein schmaler Stoffvorgang am unteren Abschluss die Theke. (Abb.196)



Abb.195 Detail Theke Naber



Abb.196 Detail Theke Schirme Brigitte

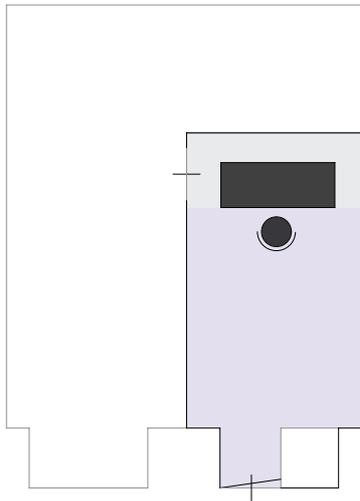


Abb.197 Grundriss Verkaufsraum Berthold

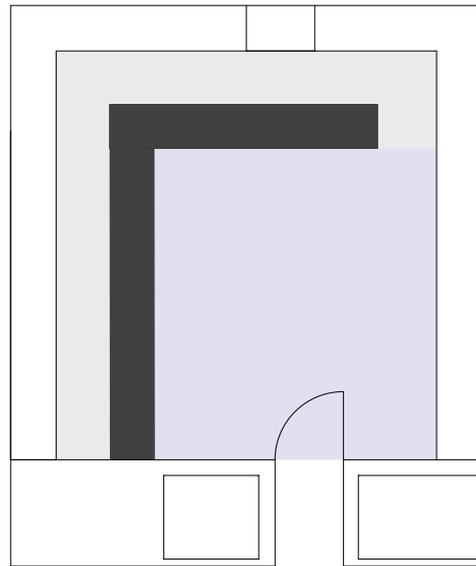


Abb.198 Grundriss Verkaufsraum Knöpfe Ahammer

Im Inneren des Juweliers Berthold (1963) beschränkt sich der Verkaufsraum nur auf die Zone hinter der Eingangstür. Der linke Bereich, in welchem sich die Goldschmiedewerkstatt befindet, kann ausschließlich vom Verkäufer über eine Tür betreten werden. Die Theke im rechteckigen, länglichen Verkaufsraum positioniert sich an der gegenüberliegenden Wand des Eingangs. Unmittelbar nach Betreten des Ladens steuert man direkt auf den Verkäufer zu. Ein vor die Theke gestellter Stuhl lädt zum Hinsetzen ein. Der kleine rechteckige Verkaufsraum wird zum Beratungszimmer zwischen Verkäufer und Käufer. (Abb.197)

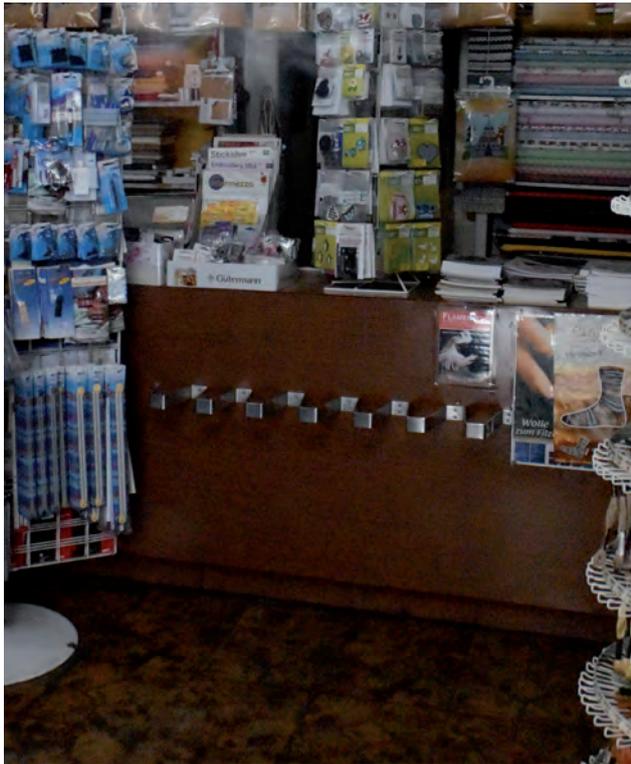


Abb.199 Innenraum Knöpfe Ahammer



Abb.200 Taschenablage Knöpfe Ahammer

Eine L-förmige Verkaufstheke trennt den Knopfladen in der Lederergasse (1966) in zwei Bereiche. Durch diese L-Form entsteht für den Verkäufer eine Art „Bedienungsgang“ hinter der Theke, in welchem mehrere Kunden gleichzeitig bedient werden können. Von hier aus hat nur der Verkäufer Zugang zu den Produkten in den Wandregalen. In der Mitte des Raumes hat der Kunde Platz sich zu orientieren, sich frei zu bewegen und seine Produkte aussuchen. (Abb.198&199)

Ein silbernes, flaches Metallband schmückt teilweise die Theke aus Funierholz. Neben seiner Funktion als Taschenablage, ist es zugleich gestalterisches Ausdrucksmittel. (Abb.200)

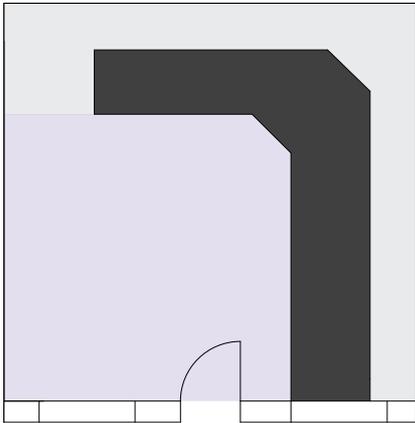


Abb.201 Grundriss Verkaufsraum Ringl    Abb.202 Innenraum Ringl

Die Theke der Fleischerei Ringl (1960er) ist L-förmig in die rechte Ecke des annähernd quadratischen Raumes platziert. Auf diese Weise wird ein Verkaufsbereich im linken vorderen Bereich geschaffen. Der Theke ist eine Schauvitrine vorgelagert. Dies ermöglicht die Fleischerzeugnisse zu kühlen, jedoch gleichzeitig für den Kunden sichtbar zu machen. Der Besucher kann dadurch das komplette Sortiment gut überblicken und anschließend beim Verkäufer bestellen. (Abb.201&202)

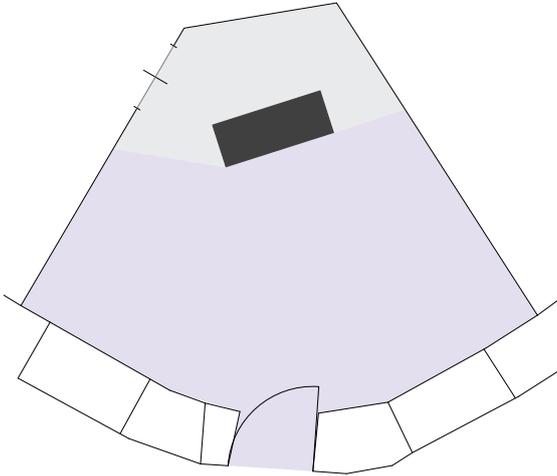


Abb.203 Grundriss Verkaufsraum Lobenhofer



Abb.204 Innenraum Lobenhofer

Beim Stempelladen Lobenhofer (1974) wird der Besucher von einer gegenüber dem Eingang aufgestellten Theke einladend empfangen. Der trichterförmige Verkaufsraum verjüngt sich in Richtung Theke und vergrößert dadurch den Kundenbereich. Der Kunde kann entlang Seitenwände des Raumes in den Regalen gustieren. Durch die Trichterform wird er jedoch wie durch einen Sog in Richtung Theke geführt, um dort vom Verkäufer beraten zu werden. (Abb.203&204)

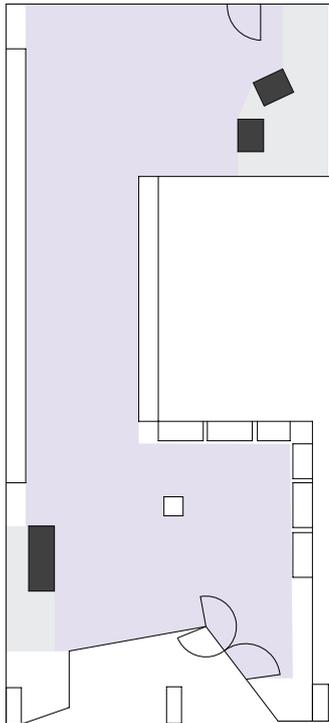


Abb.205 GR Verkaufsraum Lustig



Abb.206 Theke 1 Lustig

Die Theke des Papierwarengeschäftes Lustig (1976) wird nach Betreten des Ladens nicht unmittelbar wahrgenommen. Der Kunde gelangt von der rechts gelegenen Eingangstür zunächst in den ersten Bereich des Ladens, in dem in den offenen Regalen das Warensortiment zur Entnahme präsentiert ist. Erst anschließend erblickt er die links im Raum angeordnete Holztheke. (Abb.206) Der braune Thekenkorpus ist mit zwei T- förmigen Metallfüßen vom Bodenniveau abgehoben und stellt sich dadurch unauffällig in den Raum. Thekenplatte und Taschenablage bestehen aus weißen Funierplatten und wirken dadurch schlicht und nüchtern. Der Laden besitzt zwei weitere Theken im hinteren Bereich des Raumes. (Abb.208) Die beiden weißen Thekenkorpuse stehen in einem Winkel zueinander und sind ebenfalls durch etwas schmälere,



Abb.207 Innenraum Durchgang Lustig



Abb.208 Theke 2 Lustig

geradlinige Metallfüße in die Höhe verlagert. Die mittlere Ladenzone fungiert als Durchgangsraum zwischen dem vorderen Hauptverkaufsraum und dem hinteren Zusatzraum. (Abb.207) Der Kunde kann sich hier selbst bedienen und sich bei Bedarf an einen Mitarbeiter wenden, der sich frei im Laden bewegt. Die an der Decke dieses Bereiches angebrachten Spiegel vergrößern den Raum optisch. Die Beratung erfolgt hier weniger an den Theken selbst, sondern direkt auf der Geschäftsfläche. Die Aufgabe der Theke besteht darin, den Kaufvorgang abzuwickeln. Dementsprechend ist der Verkäuferraum bewusst kleiner gestaltet. Im vergrößerten Kundenbereich kann dadurch mehr Ware zur Schau gestellt werden.

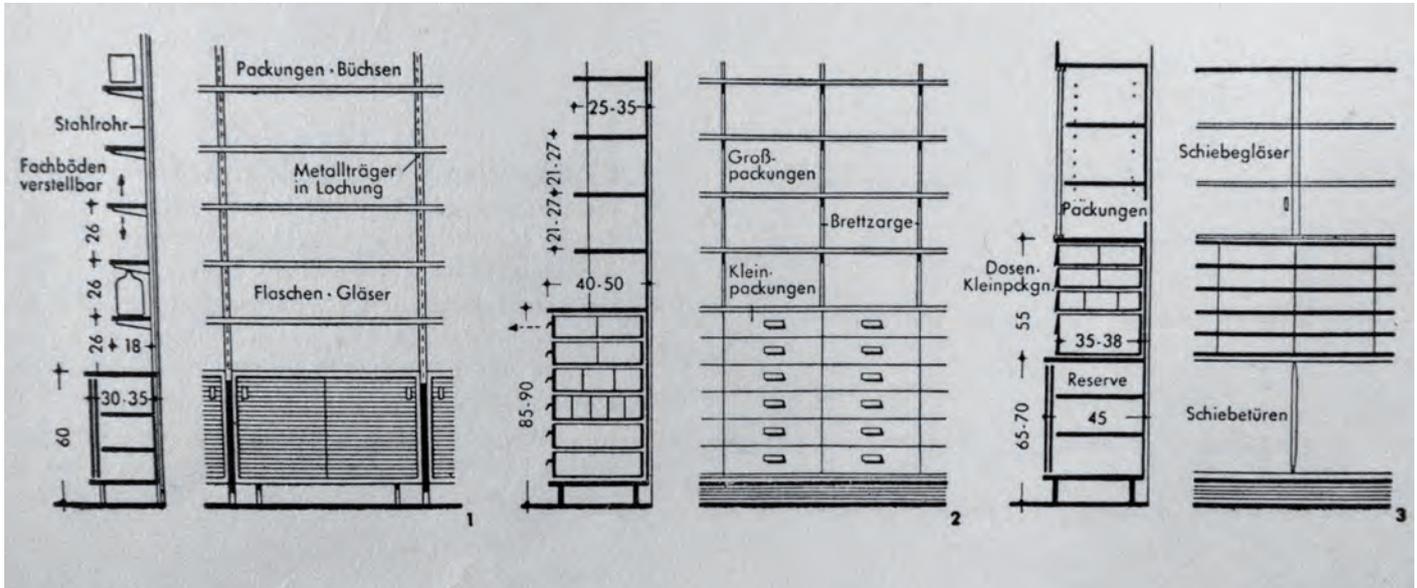


Abb.209 Wandsysteme

## || Regalsysteme

Für die zur Schaustellung der Ware werden häufig Regalsysteme an die Wände angebracht.

Offene Wandregale machen dem Kunden das Warenangebot ersichtlich. Sind die Regale für den Besucher zugänglich, kann sich dieser selbst bedienen. Befinden sie sich an den Wänden hinter der Theke, kann der Kunde beim Verkäufer Auskunft über die gewünschten Produkte erlangen. Häufig werden bei solchen Wandregalen offene Reihen mit geschlossenen Schränken kombiniert, wie die Abbildungen von Gatz zeigen. (Abb.209) Geschlossene Regale werden meistens als Lager verwendet und sind in diesem Fall nur vom Verkäufer zu öffnen.



Abb.210 Wandregal Knöpfe Ahammer



Abb.211 Schrank Knöpfe Ahammer

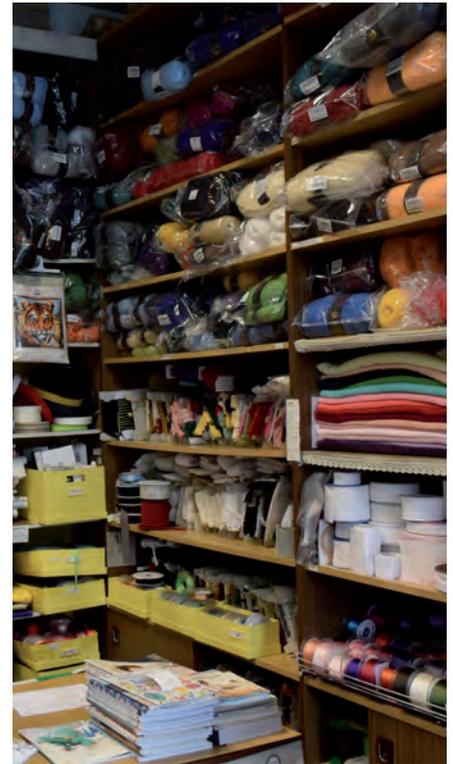


Abb.212 Wandregale Knöpfe Ahammer

Die von Gatz gezeigten Wandeinbauten sind im Knopfgeschäft Ahammer (1966) wieder erkennbar. Knöpfe, Stoffe und Garne sind in Regalen, welche die Raumwände vollkommen bedecken, gestapelt. Der Käufer wählt selbstständig aus und wird dann vom Verkäufer bedient. In der untersten, etwas breiteren Reihe können Vorräte in abgeschlossenen Schränken mit Schiebetüren verstaut werden. (Abb.210-212)



Abb.213 Wandsystem 1 Schleien



Abb.214 Wandsystem 2 Schleien

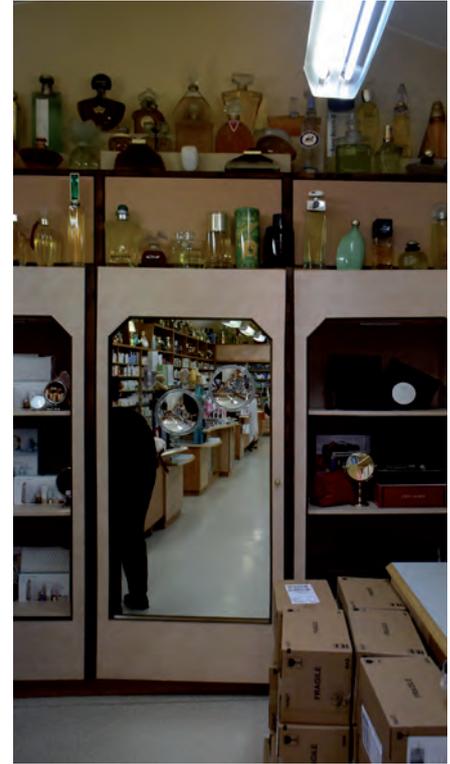


Abb.215 Wandsystem 3 Schleien

Bei der Parfümerie Schleien (1954) sind entlang der Raumwände Ober- und Unterteile der Wandregale geschlossen. Im offenen Mittelteil sind die verschiedenen Parfums präsentiert. (Abb.213&214) An der rechten Wandseite des Raumes bestehen die Hauptteile der Wandsysteme aus aufklappbaren Türschränken. Auf jeder Tür wiederholt sich ein Rechteck mit abgeschnittenen oberen Ecken. Bei einigen Schrankteilen entsteht durch Ausschneiden dieser Form ein offenes Regal. Bei einer der mittleren Schränke ist diese Form mit einem Spiegel verkleidet. (Abb.215)



Abb.216 Regal 1 Schirme Brigitte



Abb.217 Regal 2 Schirme Brigitte

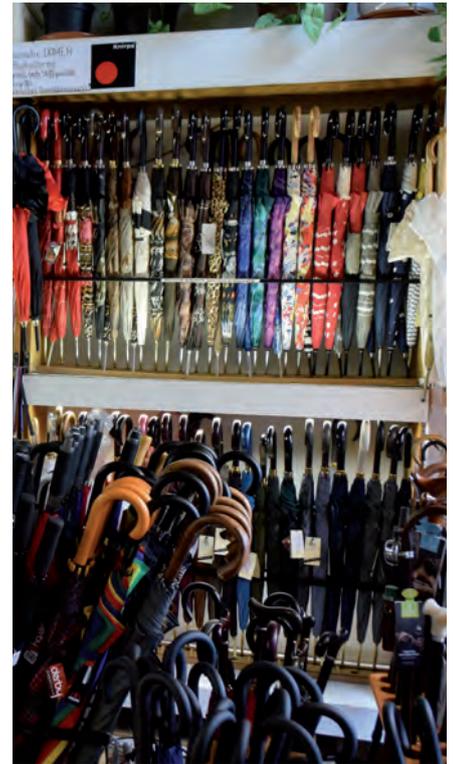


Abb.218 Regal 3 Schirme Brigitte

Im Schirmladen Brigitte (1962) kann sich der Kunde aus den offenen Regalen, die sich an der linken Seitenwand des Verkaufsraum befinden, selbst bedienen. (Abb.216) Die Schirme sind auf den Regalbrettern aus Holz lose übereinander gestapelt. (Abb.216) Aus Holz besteht auch das Regalsystem im oberen Bereich der linken und der rechten Seitenwand, in dem die Schirme nebeneinander aufgestellt sind. (Abb.218)



Abb.219 Wandschrank Lustig



Abb.220 Briefschrank Lustig



Abb.221 Schubladenschrank Lustig

Im Papierwarengeschäft Lustig (1976) werden verschiedene Regalsysteme eingesetzt, um unterschiedliche Waren zu präsentieren. Wird der Laden betreten, fallen an den Wänden des ersten Verkaufsbereich bräunliche Schubladenschränke und darüberliegenden Glasoberregalen auf. Das braun des Schrankkörpers erinnert dabei noch an die äußere Ladenfront aus braun eloxiertem Aluminium. (Abb.219) Im Durchgangsbereich des Verkaufsraumes befinden sich auch leicht konvex gekrümmte, offene Regale, in welchen Briefe gelagert werden. (Abb.220) Zusätzlich werden noch weiße Schränke mit großformatigen Schubladen, sowie offene Regalsysteme mit Regalböden aus Kunststoff benutzt. (Abb.221&222)



Abb.222 Offenes Regal Lustig



Abb.223 Wandschrank Lobenhofer

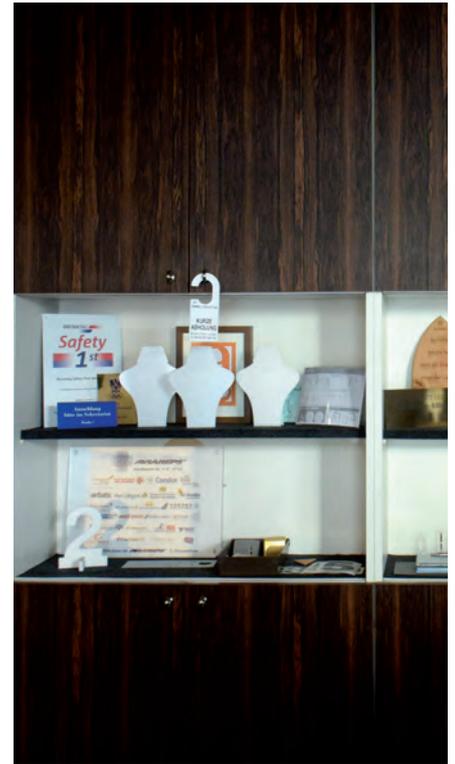


Abb.224 Wandschrank 2 Lobenhofer

Im Stempelladen Lobenhofer (1974) sind die Schränke an der rechten Wand des Verkaufsräumens mit dunklem Holz verkleidet. Sie werden nur von den Angestellten benutzt, die anschließend dem Kunden die Waren zeigen. Im Mittelteil des Schrankes werden in offenen Regalen die Ausstellungsstücke präsentiert. (Abb.223&224)



Abb.225 Wandhaken Ringl



Abb.226 Lochwand Hartinger



Abb.227 Lochwand Lobenhofer

### ||| Sonstige Warenpräsentation

Neben Regalsystemen existieren noch andere Möglichkeiten der Warenpräsentation. An speziellen Wänden, Haken und Ständern wird dem Kunden das Warensortiment gut ersichtlich vorgestellt.

Bei der Fleischerei Ringl (1960er) wird die Wand als Warenfläche genutzt. An Metallstangen sind auf Dornhaken Fleischwaren aufgehängt und können teils direkt vom Kunden heruntergenommen werden. (Abb.225)

Die Wände, wie auch die Raumstütze des Schneiderzubehörs Hartinger (1950er) sind mit weißen Lochplatten verkleidet. An Haken, welche in die Löcher gesteckt sind, können verschiedene Verkaufsobjekte gehangen werden. (Abb.226) Derartige Lochwände findet man auch bei dem Stempelladen Lobenhofer (1974). (Abb.227)



Abb.228 Aluminiumstütze Lustig



Abb.229 Drahtwand Lustig



Abb.230 Geschenkpapierhalterung Lustig

Beim Papierwarengeschäft Lustig besitzen die Raumstütze und Teile der Wände eine braune, gerillte Aluminiumverkleidung, an deren Rillen Haken zur Präsentation der Ware angebracht sind. (Abb.228)

An Drahtwänden im Auslagenbereich können zusätzlich Artikeln aufgehängt werden und von Innen, als auch von Außen betrachtet werden. (Abb.229)

Im Durchgangsbereich des Verkaufsraumes stehen aus dem Regal Metallstangen hervor, auf denen Geschenkpapierbögen aufgehängt sind.

(Abb.230)

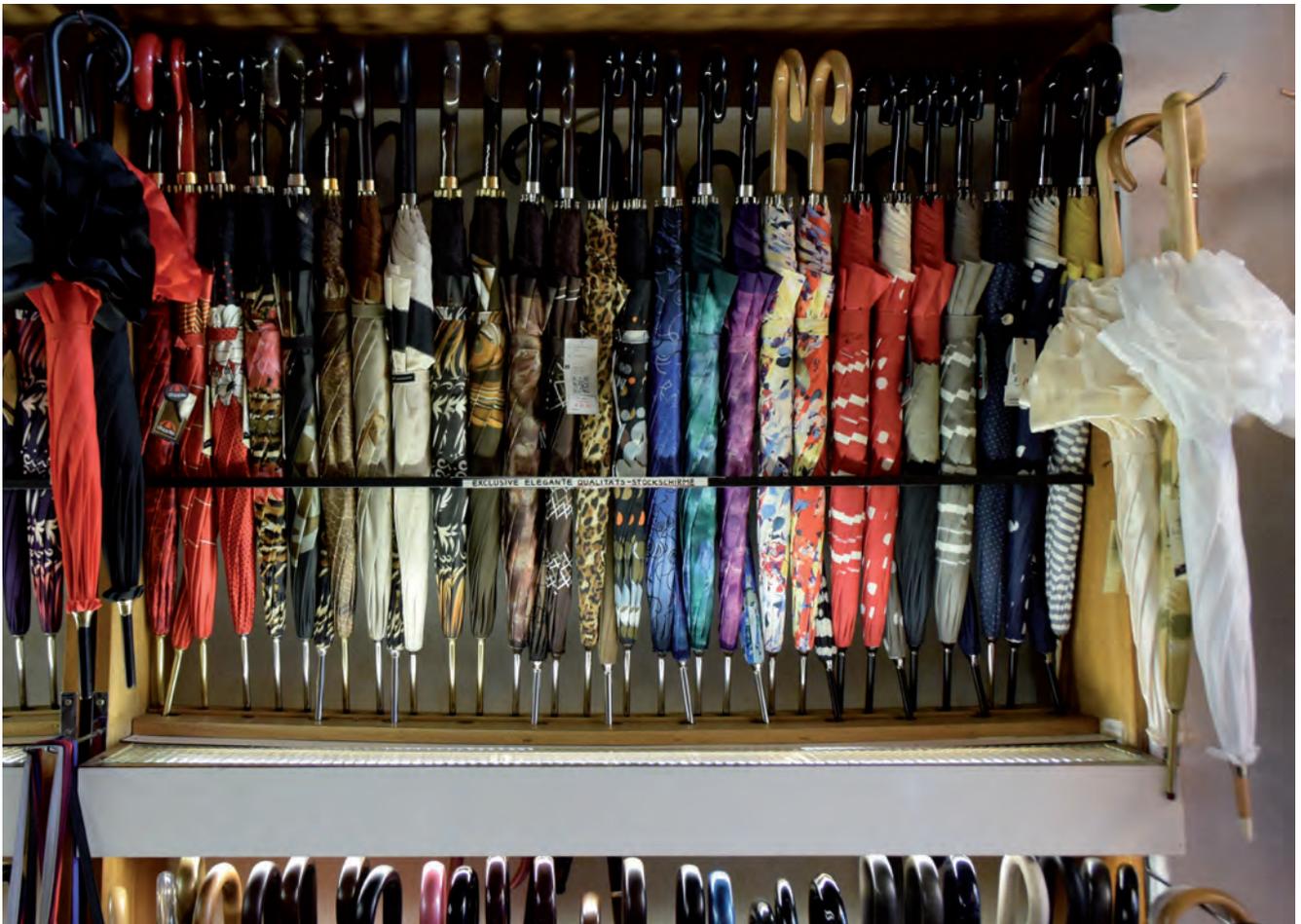


Abb.231 Schrimregal Schirme Brigitte

## | Charakteristika

Eine bedachte Ausgestaltung des Ladens wird nicht nur an der Außenfassade, sondern auch im Inneren der Geschäftsflächen sichtbar. Bei den begutachteten Läden entstanden genau geplante Innenräume, die in Form, Materialität und Farbe auf die Außenfront abgestimmt wurden. Im Verkaufsraum nahm insbesondere die Theke eine wichtige Position ein. In den 1950er, 1960er, sowie in den 1970er Jahren wurde durch diese nicht nur die Anordnung des Raumes und damit die Beziehung von Verkäufer und Käufer beeinflusst. Die Theke war außerdem durch ihr Erscheinungsbild gestalterisches Ausdrucksmittel.

In den 1950er Jahren erhielten Theke und Mobiliar durch geschwungene Formen, dunklem Holz und Details aus Messing einen edlen und anspruchsvollen Charakter.

In den späten 1960er und in den 1970er Jahren zeigte sich die Tendenz zu neuen Materialien auch im Innenbereich. Neben Holz kamen auch Metalle und Kunststoffe zum Einsatz. Im Unterschied zu den 1950er Jahren war das Mobiliar weniger dekorativ, sondern eher nach Funktionalität und Strenge gestaltet.

## || Maßnahmen

Auf Innenräume muss im Speziellen achtgegeben werden, da sie der größten Gefahr einer Veränderung ausgesetzt sind. Wenn die Geschäftstätigkeit nicht immer über Generationen weitergeben werden kann, werden Läden weiterverkauft. Häufig schließt der Verkauf auch einen Funktionswechsel mit ein. Damit verbunden ist fast immer die Entfernung der originalen Innengestaltung. Dementsprechend notwendig ist es, auf den Wert der Innenräume aufmerksam zu machen.

Die Innenraumgestaltung der Nachkriegszeit und deren Mobiliar zeigen eine ganz spezielle Ästhetik, die auch bei einer Neuübernahme der Geschäftsfläche vorteilhaft sein kann. Sie korrespondiert mit der Außenfront und erzeugt ein einheitliches Gesamtbild. Während der Kunde durch die äußere Erscheinung zum Eintritt ins Innere überzeugt wird, soll er durch eine auf die Geschäftsfassade abgestimmte Innenraumgestaltung mit entsprechendem Mobiliar zum Verkauf animiert werden. Insbesondere Theken und Schränke besitzen durch Formgebung und Materialität den eigenen Charakter der damaligen Zeit und sollen zum Erhalt auch weiterbenutzt werden. Durch kleine Reparaturarbeiten können beschädigte Einrichtungsgegenstände instand gesetzt und wieder voll funktionsfähig eingesetzt werden.

| Schreibrchrift

|| Blockschrift

||| Kombinierte Schriftzüge

## 5 . Schriftzüge

Schriftzüge wurden in der Nachkriegsmoderne als wichtiges Gestaltungsmittel eingesetzt. Im Ladenbau wurden sie vorwiegend großformatig an der Fassadenfront angebracht und kündigten den Geschäftsnamen an. Gleichzeitig wurden durch Form, Farbe und Größe eines Schrifttyps gewisse Charaktereigenschaften übermittelt, welche die Art des Ladens und dessen Philosophie repräsentierten. Die Schriftart gehörte somit zur ganzheitlichen Ladengestaltung dazu und bestimmte durch seine Eigenheiten den Ladentypus mit.

Anhand der beschriebenen Läden werden Schriftzüge im Folgenden in „Schreibschrift“, „Blockschrift“ und „Kombinierte Schriftzüge“ gegliedert.

Die Läden tragen zum größten Teil noch den originalen Schriftzug. Es konnte jedoch nicht bei allen eine klare Identifizierung der Schriftart erfolgen. Insbesondere für Schreibschriften wurden Schriften gewählt, die heute kaum mehr zu finden sind und sich daher als Zeitzeigen des jeweiligen Jahrzehnts präsentieren. Dies erweist sie als erhaltungswürdig.



Abb.232 Schriftzug Parfumerie Schleien

Abb.233 Schriftzug Juwelier Baraev Alla

## | Schreibrschrift

Die Schrift der Parfümerie Schleien (1954) charakterisiert sich mit ihrem dynamischem Lauf klar als 1950er Jahre-Schrift. (Abb.232) Sie ähnelt etwa der damals geläufigen Schriftart „Mistral“. Auch die Aufschrift des Juwelierladens in der Reinprechtsdorferstraße (1956) zeigt eine verspielte Schreibweise. (Abb.233) Sowohl der Schriftzug der Parfümerie, als auch des Juweliers vermitteln eine legere und unverfälschte Wirkung. Beide stehen durch ihre Plastizität im Kontrast zu der Fragilität der unteren gläsernen Fassade. Sie dominieren durch ihre Größe den oberen Bereich. Der Schwung der Schreibschriften stellt zusätzlich einen Gegensatz zu der Geradlinigkeit der Fassaden dar.



Abb.234 Schriftzug Kaffee Naber

Abb.235 Schrift City

Abb.236 Schriftzug Plan Kaffee Naber

Abb.237 Schrift Memphis

## || Blockschrift

Als Beschriftung lassen sich auch einzelne, meist in Blockschrift gehaltene Buchstaben, die zusammen ein Wort ergeben, auffinden. Braune, großgeschriebene Buchstaben lösen sich von der Mosaikfläche der Fassade des Kaffee Nabers (1958) ab und verselbstständigen sich ohne sich zu berühren zu einem Schriftblock. Durch die Verwendung der serifenbetonten Schriftart, tritt die Beschriftung klar und erhaben hervor. Leichte Kurvungen an den Beinen der Buchstaben R und K bringen eine fließende Bewegung in die sonst sehr statische Schriftart. Die Formung der Buchstaben erinnert trotz leichter Abweichungen stark an die Schriftart „City“. Interessant ist auch, dass in den Plänen zunächst eine Schriftart mit mehreren Serifen, ähnlich der „Memphis“ geplant war. Es ist daher durchaus möglich, dass mehrere vorhandenen Schriftarten gemischt wurden. (Abb.234-237)

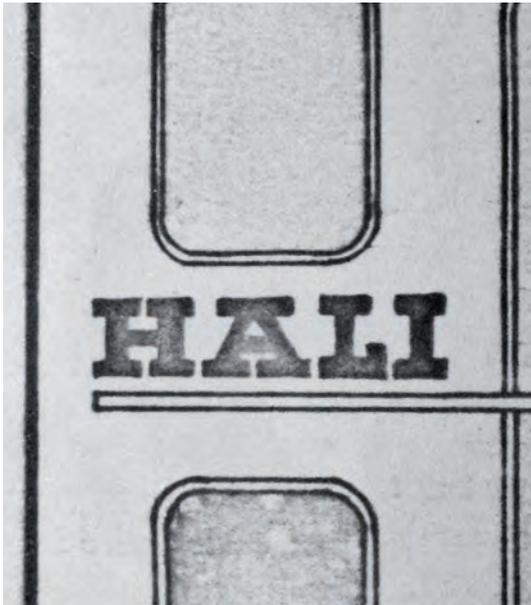


Abb.238 Schriftzug Plan Hali



ABCDEFGHIJ  
KLMNOPQRST  
UVWXYZ

Abb.239 Fassade Hali heute

Abb.240 Schrift Stymie

Die Serifenschrift „Memphis“ wurde wahrscheinlich auch beim Büro-  
möbelgeschäft Hali (1972) benutzt. (Abb.238) Es ist nicht auszu-  
schließen, dass es sich aber auch um die fast idente Schrift „Stymie“  
handelt. (Abb.240) Die Stärke und die streng geometrische Form der  
Serifen geben dem Schriftblock Standhaftigkeit und Präsenz. Der  
Schriftsatz war seitlich in Höhe des Übergangs der beiden Ebenen  
aufgesetzt und brach mit der üblichen Positionierung am oberen Laden-  
abschluss. Die klassisch sachliche Schrift gewann auf diese Weise an  
Modernität und Originalität. Obwohl die Aufschrift bereits entfernt  
wurde, lassen sich noch heute die Spuren der Buchstaben an der  
Fassade erkennen. (Abb.239)



Abb.241 Schriftzug Loebenhofer

Abb.242 Schriftzug über Eingang Lobenhofer

Die serifenlosen, roten Buchstaben des Stempelgeschäfts Lobenhofer (1974) wirken nüchtern und direkt. Sie sind in großem Abstand als autonome Elemente an einem Querbalken angebracht. An der Oberseite des Balkens stehen sie etwas über und isolieren sich damit gegenüber dem Hintergrund. (Abb.241) Eventuell wurde hier die Schriftart „Aktien-Grotesk“ oder auch „Antique olive“ eingesetzt. Auffallend ist auch, dass die Buchstaben etwas in die Breite gezogen sind und sich dadurch sehr präsent geben. Ein schwungvolles „L“ an der Straßenecke hebt sich von den anderen Buchstaben ab und betont den Eingang des Ladens. (Abb.242)



Abb.243 Schriftzug Lustig



Abb.244 Symbolzeichen Lustig

Beim Papierwarengeschäft Lustig (1976) sind vier Aluminiumrechtecke, auf denen Symbolbilder zu erkennen sind, am oberen Abschluss angebracht. Rechts davon ergeben matt geschliffene Großbuchstaben aus natur eloxiertem Aluminium die Anschrift „Lustig seit 1826“. (Abb.243) Als Schriftart wurde hier die Schrift „Helvetica“ gewählt, welche sehr sachlich und geradlinig wirkt.

Ergänzend ist auf den Seitenflächen des braunen Mittelpfeilers der Schriftzug „Lustig Papier“ aus weißen Buchstaben angebracht. Dieser Schriftzug wiederholt sich in brauner Farbgebung auf einem weißen Schild, welches rechts aus der Mitte der Fassadenebene kragt.

(Abb.244)



Abb.245 Schriftzug Schirme Brigitte

Abb.246 Schriftschild Schirme Brigitte

Beim Schirmladen Brigitte (1962) bildet eine dicke, serifenlose Blockschrift das Wort „Schirme“. Die braune Farbgebung der Buchstaben auf dem beigen Hintergrund gibt dem Wort eine aussagekräftige Stärke. Da auf einen zusätzlichen Namen verzichtet wurde, steht hier das Ladenprodukt sichtbar im Mittelpunkt. (Abb.245)

Zusätzlich ragt rechts ein beiges Straßenschild aus der Fassade hervor, auf dem ein aufgespannter Schirm zu erkennen ist. Dem Passanten wird durch dieses Symbolbild direkt vermittelt, was es hier zu kaufen gibt. (Abb.246) Ohne den Namen des Ladens zu erwähnen wird hier einmal durch die Schrift und ein zweites Mal durch die Symbolhaftigkeit der Abbildung das Produkt beworben.



Abb.247 Schriftzug Knöpfe Ahammer

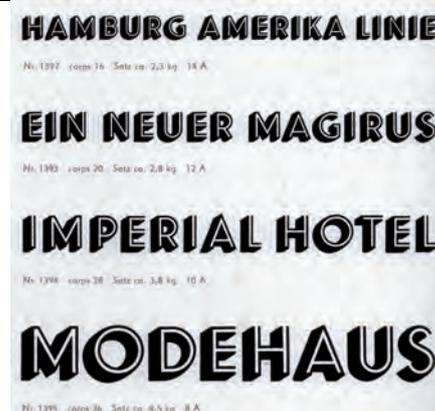


Abb.248 Beispieltext Neon

### ||| Kombinierte Schriftzüge

Bei dem Knopfgeschäft in der Lederergasse (1966) sind zwei Schrifttypen miteinander kombiniert. Die erste, obere Anschrift bildet in Großbuchstaben den Geschäftstitel „Knöpfe“. Die serifenlosen Buchstaben sind einzeln in rechteckigen Schriftkästen angebracht und stechen durch ihre rote Farbe klar heraus. Sie werden von einem metallenen Querbalken des zweiten Schriftzuges getragen und heben sich gegenüber diesem durch die Größe der Buchstaben und die damit verbundene bessere Lesbarkeit stark hervor.

Die von Willy Schäfer 1935 erfundene Schrift „Neon“ formt eventuell die Worte der zweiten Anschrift „Schneiderzugehör Schnitte“. Üblicherweise wurde die Schriftart mit einem Schattenwurf nach links versehen.<sup>110</sup> Durch den Verzicht jeglicher Schattierung sticht die Feingliedrigkeit dieser Buchstaben hier noch mehr heraus. (Abb.247&248)



Abb.249 Schriftzug Fleischeri Ringl

Abb.250 Schriftzug Konditorei Schmalzl

Offensichtlicher werden zwei Schriftarten bei der Fleischerei Ringl (1960er) kombiniert. Die ansprechende Schreibschrift des Wortes „Fleischerei“ verleiht dem Laden einen traditionellen Charakter und erinnert an handwerkliche Produktion. Der Ladename „Ringl“ ist anschließend in serifenlosen Großbuchstaben hinzugefügt. Gemeinsam ist den Wörtern die leuchtend gelbe Farbe. Beide kragen außerdem weit aus der Mosaikfassade des Ladens hervor. Dieser Effekt wird durch die rotfarbenen Seitenflächen unterstützt. (Abb.249)

Die Konditorei Schmalzl (1958) zeigt ebenfalls einen dynamischen Schriftzug in Schreibschrift. Im Kontrast dazu wurde unterhalb das Wort „Cafe“ notiert. Abgetrennte Großbuchstaben zeigen eine streng geometrische, serifenlose Linienführung und wirken dadurch technisch und rational. Differenziert werden die beiden Schriftzüge abermals durch die jeweiligen Hintergrundfarben. (Abb.250)



Abb.251 Schriftzug Hartinger

Abb.252 Universalschrift Bayer

Verschiedene Schreibweisen werden auch bei dem Schneiderbedarfsgeschäft in der Spiegelgasse (1950er) zusammengefügt. (Abb.251) Der zentrale Schriftblock krönt das Geschäft in einer verspielten Schreibschrift. Über der rechten Schauvitrine ist ein weiterer Schriftzug angebracht. „Modewaren“ steht in Blockbuchstaben geschrieben. Durch die abgerundeten Spitzen der Buchstaben M und W erinnert die Schrift an den Schriftarten des Bauhauses. Herbert Bayer, der Leiter der Bauhausabteilung für Typologie und Reklame bis 1928, verwirklichte seine Ideen in einer Universalschrift: Simple und schmucklose Groteskbuchstaben sollen rein dem Zweck der Kommunikation dienen und nicht zusätzlich gestaltet werden.<sup>111</sup> (Abb.252) Bayer unterscheidet nicht zwischen Groß- und Kleinbuchstaben und beschränkt sich auf ein Schriftbild. Bayers Schrift diene möglicherweise als Inspirationsquelle für die konturenlose und bauchige Schrift des Schneidergeschäftes. Gleichermäßen wird hier nicht in Groß- und Kleinschreibung unterteilt. Das n wird im Wort „Modewaren“ im Gegensatz zu

111 Vgl: Wick 1982, S.43.



Abb.253 Schriftzug Niemetz

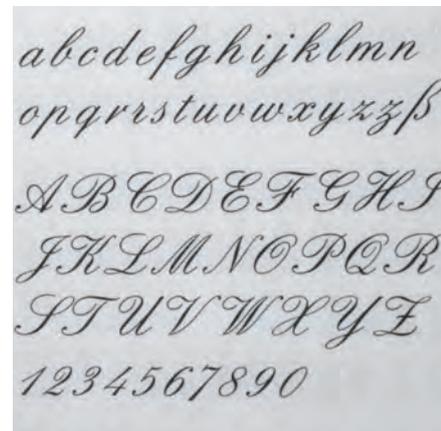


Abb.254 Schrift Englische Schreibschrift

den anderen Buchstaben zwar klein geschrieben, in seiner Höhe und Breite unterscheidet es sich aber nicht. M und W deuten darüber hinaus durch die Rundungen der Schulter beziehungsweise der Schenkelspitzen auf eine Kleinschriebweise hin.

Im Gegensatz zu den anderen Schriftzügen wird das Schriftbild des Mineraliengeschäftes Niemetz (1964) auf die Abschlussfront gedruckt und tritt nicht aus der Fläche. Der Name des Ladens ist in „Englischer Schreibschrift“ geschrieben. Eine intensive Schrägstellung verleiht ihm Dynamik und Filigranität. Im Gegensatz dazu fallen die rechts daneben platzierten Worte durch stämmige beige Groteskbuchstaben, welche schwarzer gerahmt und schattiert sind, auf. Der starke Kontrast zu dem schwarzen Hintergrund und der Schattenwurf vermitteln den Eindruck, als würden die Worte aus der Fläche heraustreten. (Abb.253-254)



Abb.255 Schrift Schneiderzubehör Hartinger

## | Charakteristika

Charakteristisch für die Fassaden der 1950er Jahre sind Schriftzüge, welche gegenüber der Fassadengestaltung dominant hervortreten. Die Schrift wurde häufig oberhalb des eigentlichen Verkaufsbereichs großflächig angebracht und bildete somit den oberen Abschluss des Ladens. Die Bezeichnung des Geschäftes in Schreibschrift konnte dadurch auch von Weitem erkannt werden. Diese Schriftzüge präsentierten sich mit einer fließenden Bewegung, als ob sie handschriftlich niedergeschrieben wären. Die einzelnen Buchstaben waren meist untereinander verbunden und ermöglichten eine flüssige Schriftführung in einem Zug. Auf dieser Weise erzeugten die als verzierende Element eingesetzten Schriftzüge einen traditionellen und verspielten Eindruck. Manchmal wurden zusätzlich zum Geschäftsnamen für den Laden signifikante Wörter angebracht. Diese wurden zumeist in Blockbuchstaben formuliert. Individuelle Symbole an der Fassade erzeugten außerdem Wiedererkennungswert. Die Schriften wurden nicht nur flächig entlang der Ladenfront, sondern auch auf herausragenden Schildern gezeigt, um die Aufmerksamkeit der Passanten zusätzlich zu gewinnen. Teilweise hoben sich die Schriftbänder vom Hintergrund ab und erwecken somit einen plastischen Eindruck.

Ende der 1960er Jahre versuchte man sich nicht nur in der Architektur von der verspielten Gestaltungsweise der 1950er Jahre zu lösen. Eine klare Abkehr von der Formgebung wurde auch in der Schriftgestaltung sichtbar. Der Einsatz von Schreibschrift wurde zurückhaltender, zunehmend verzichtete man auch auf traditionelle Serifen. Stattdessen wurden moderne, aussagekräftige Schriften gewählt. Vorbildhaft erschienen Schriften der klassischen Moderne, beispielsweise des Bauhauses.

In den späten 1960ern und Anfang der 1970er Jahre setzten sich neue Verordnungen in der Beschriftung durch. Anstelle der gewohnten Positionierung am oberen Ladenabschluss, wurden Schriftzüge an verschiedenen Stellen an die Fassade appliziert. Es überwiegte in dieser Zeit ebenfalls Blockschrift gegenüber Schreibschrift, diese Schriftarten wurden jedoch auch kombiniert.

Gemeinsam ist den 1950er, den 1960er und den 1970er Jahren die spezielle Wertlegung nicht nur auf die Form, sondern auch auf die Farbe. Verschiedene Schriftarten, oftmals auch miteinander kombiniert, wurde in der Farbigkeit dem Gesamtbild untergeordnet. Durch markante Hell-Dunkel-, wie auch Farbkontraste zwischen Schriftzügen und Fassade, wurde die Beschriftung deutlich hervorgehoben.



Abb.256 Restaurant Zur Herknerin

## || Maßnahmen

Schriftzüge haben im Ladenbau eine identitätsbildende Aufgabe. Zusätzlich zum Geschäftsnamen reflektieren sie durch Schriftart, Schriftgröße, Farbe und Materialität den Wesenszug des Ladens. Die Schriften der Nachkriegsläden überliefern uns folglich sowohl wörtlich im Sinn der Schriftsprache, als auch bildlich in der Ausgestaltung, einen Bezug zur Geschichte.

Schriftzüge sind sehr stark gefährdet. Änderungen in der Nutzung sowie Wechsel der Ladenbesitzer tragen oftmals zum kompletten Austausch der Schriftzüge bei, um Platz für die Präsentation der neuen Ladenidentität zu schaffen. Insbesondere Ladenschriftzüge bekommen keine ausreichende Wertschätzung und können nicht erhalten bleiben. Dabei muss eine Geschäftsübernahme nicht zwingend ein Verlust des originalen Schriftzuges bedeuten.

Beispielhaft ist hier das Wiener Restaurant „Zur Herknerin“ in der Wiedner Hauptstraße 36 zu nennen. (Abb.256) Das Lokal in einem ehemaligen Installateurladen trägt weiterhin die einstige Aufschrift „Installation“. Die großformatigen Buchstaben dehnen sich über die gesamte Breite der Fassade aus und nehmen dabei einen beträchtlichen Platz ein. Für das Restaurant erscheinen sie dennoch nicht hinderlich. Es macht vielmehr den Eindruck, als tragen gerade sie einen Anteil zur behaglichen Stimmung bei. Durch diesen sorgvollen Umgang mit dem Bestand wird somit Geschichte erzählt und bewahrt. Eine Integration des Schriftbildes in ein neues Geschäftskonzept zeigt sich als realisierbare Lösung. Ob eine Demontage daher überhaupt als sinnvoll erachtet werden kann, muss im Einzelfall abgewogen werden.

| Innenraumbeleuchtung

|| Auslagen- & Außenbeleuchtung

||| Leuchtschriften

## 6 . Beleuchtung

Seit der Erfindung des elektrischen Lichtes im 19. Jahrhundert konnten Geschäftsflächen auch nachts erstrahlen. Damit war eine Werbung des Geschäftes auch nach Geschäftsschluss möglich. In der Nachkriegszeit ließen beleuchtete Läden die Erdgeschosszonen erhellen und vermittelten damit Sicherheit und Zuversicht auf eine bessere Zukunft.

Aber auch unter Tags wurde Licht im Innenraum bewusst eingebaut, um den Laden in Szene zu setzen.

Grundsätzlich kann folglich zwischen einer Ladeninnenraum- und einer Außenbeleuchtung unterschieden werden. Letztere wurde zusätzlich durch die Beleuchtung der Schaufensterauslage erzeugt. In dem Kapitel werden daher Außen- und Auslagenbeleuchtung zusammen erörtert.

Zusätzlich werden in dem Kapitel Leuchtschriften gezeigt, welche im Ladenbau eine intensive und ausdrucksstarke Wirkung erzeugten.



Abb.257 Innenbeleuchtung Naber



Abb.258 Innenbeleuchtung Hali

## | Innenraumbelichtung

Im Kaffee Naber (1958) folgen die Pendelleuchten der geschwungenen Form der Theke. Das matte Glas der Leuchtkugeln verteilt das Licht angenehm im Raum. (Abb.257)

Im ehemaligen Laden Hali (1972) sind Leuchtröhren paarweise über den gesamten Raum verteilt und erzeugen eine gleichmäßige, helle Lichtstimmung. (Abb.258)



Abb.259 Innenleuchte Schleien 1

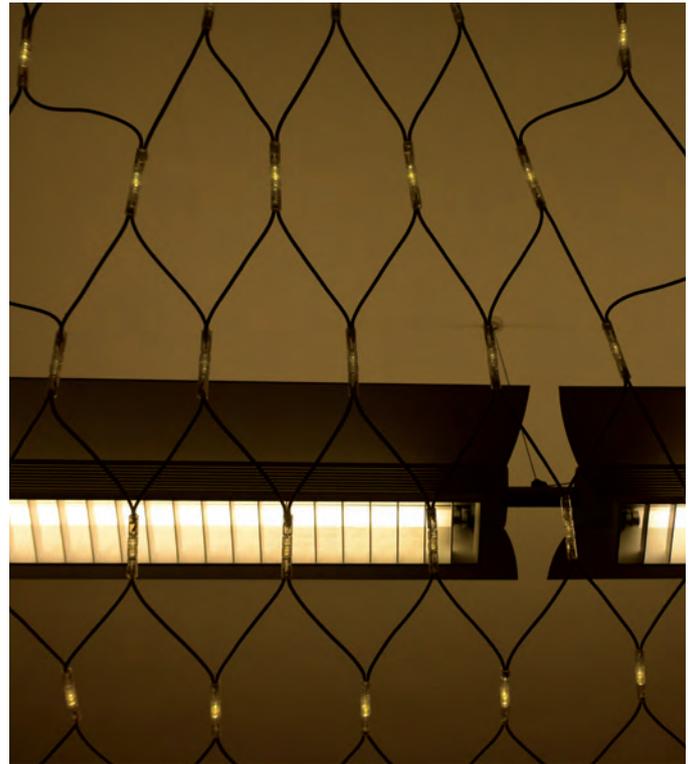


Abb.260 Innenleuchte Schleien 2

Leuchtröhren befinden sich auch im Ladeninneren der Parfümerie Schleien (1954). Hier sind sie aber nicht direkt an die Wand angebracht, sondern hängen in rechteckigen Leuchtkästen von der Decke. Die Geradlinigkeit steht in Kontrast zu dem sonst dekorativ gestalteten Geschäftsladen. (Abb.259-260)



Abb.261 Innenbeleuchtung Papierwaren Lustig 1

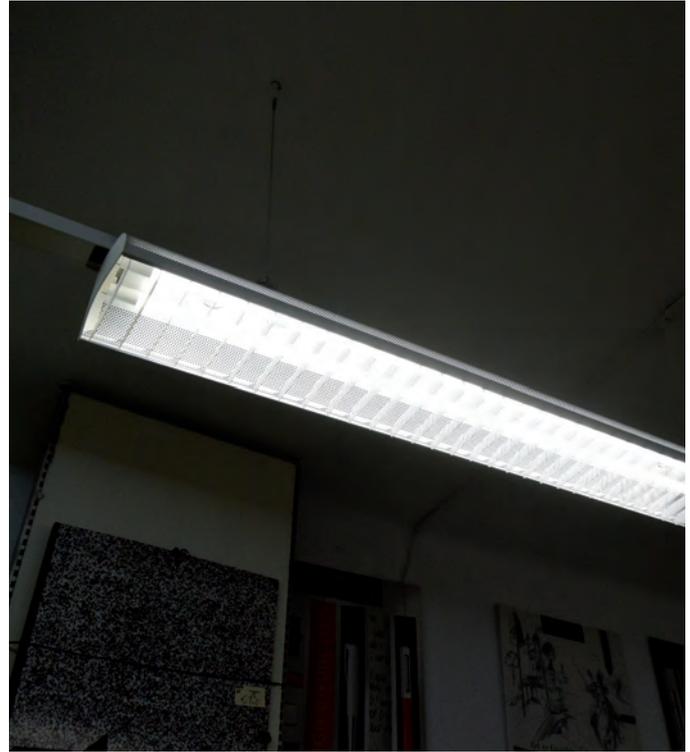


Abb.262 Innenbeleuchtung Papierwaren Lustig 2

An der Decke des Papierwarengeschäftes Lustig (1976) sind dünne Leuchtstoffröhren angebracht. Weitere Röhren befinden sich hinter den Spiegelpaneelen der Decke und leuchten den Raum indirekt aus. Zusätzlich hängen im vorderen und hinteren Verkaufsraum rechteckige Leuchtkästen von der Decke, die Teile des direkten Lichts abfangen. (Abb.261&262)



Abb.263 Innenbeleuchtung Hartinger

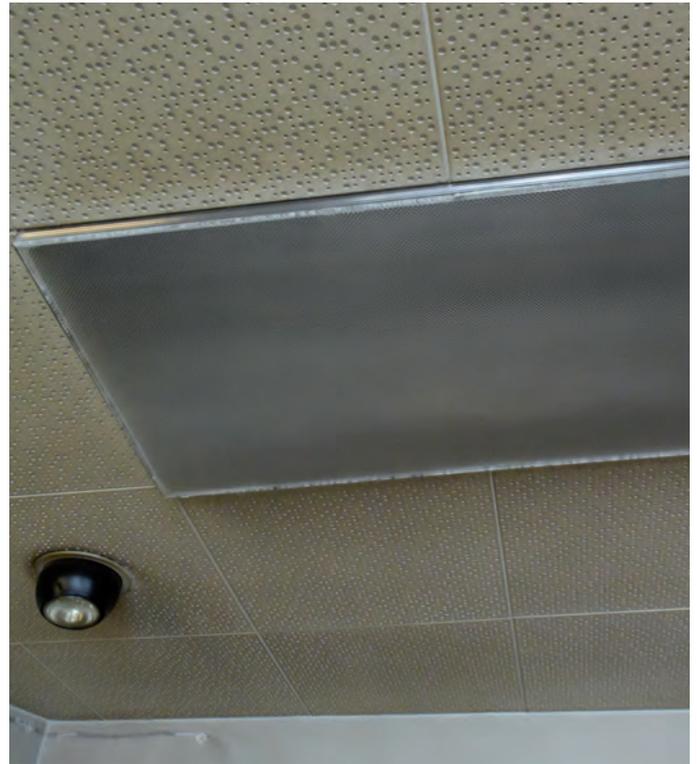


Abb.264 Innenbeleuchtung Lobenhofer

Auch bei dem Schneiderzubehörladen Hartinger (1950er) wird der Raum indirekt beleuchtet. Hier befinden sich die Leuchtröhren in rechteckigen Leuchtkästen, durch deren matte Plexischeibe das Licht lediglich gestreut durchgelassen wird. (Abb.263)

Die Leuchtröhren des Stempelladens Lobenhofer (1974) sind hinter einer rechteckigen Mattglasscheibe direkt an der Decke montiert. Die Atmosphäre im Raum wirkt durch den gedämpften Lichteinfall sehr weich. (Abb.264)



Abb.265 Innenbeleuchtung Schirme Brigitte



Abb.266 Thekenbeleuchtung Schirme Brigitte

Im Schirmladen Brigitte (1962) wird das Warensortiment gezielt beleuchtet. Entlang der Seitenwände sind langgezogene Leuchtkästen aus mattem Glas angebracht, welche die Schirme indirekt ausleuchten. Die Struktur des Glases wiederholt sich in der Beleuchtung der Theke. Aus dem Inneren des Thekenkorpus strahlt Licht über eine matte Glas-scheibe nach außen. (Abb.265&266)

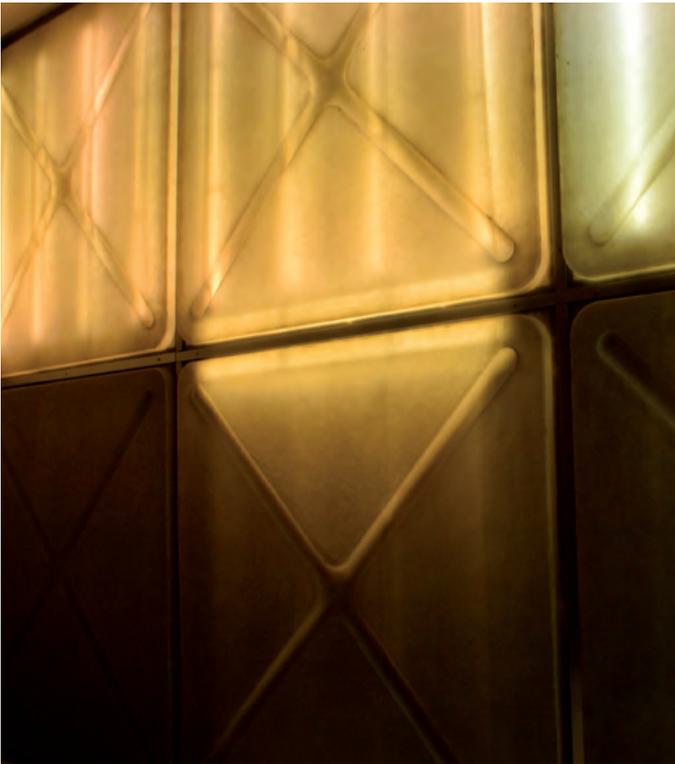


Abb.267 Innenraumbeleuchtung CM-Boutique 1

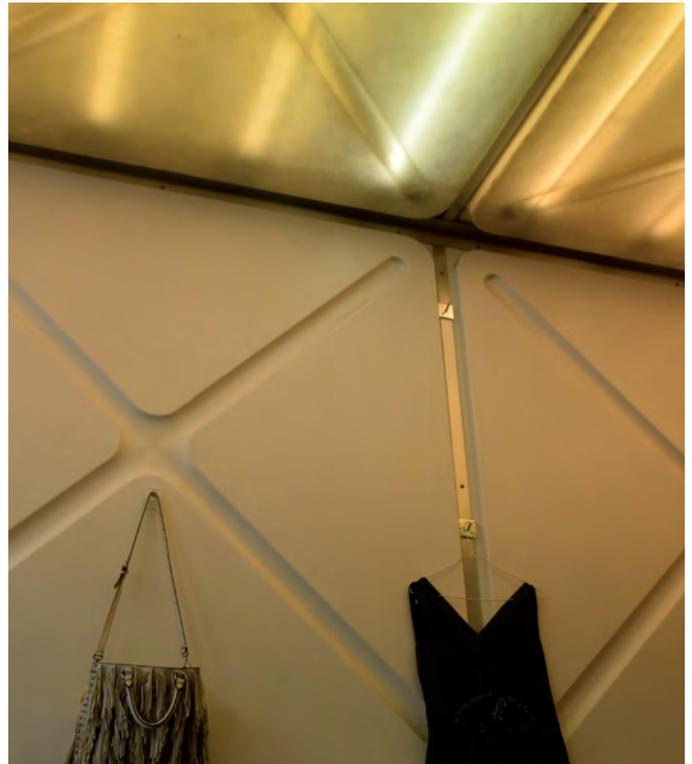


Abb.268 Innenraumbeleuchtung CM-Boutique 2

Einen ähnlichen opaken Charakter entsteht bei der CM-Boutique von Hollein. Im Verkaufsraum wird auf eine separate Lampe verzichtet. Stattdessen sind hier Leuchtröhren hinter der Polyesterwandverkleidung von den Wänden und der Decke angebracht, die utopisch und dennoch angenehm durchschimmern. (Abb.267&268)



Abb.269 Leuchtkörper Auslage Schleien Abb.270 Außenbeleuchtung Schleien

## || Auslagen- & Außenbeleuchtung

In der Nacht erzeugten bewusst eingesetzte Beleuchtungskörper eine imposante Lichtstimmung. Durch die Beleuchtung der Auslage kamen im Kontrast zu der Dunkelheit die Waren besonders zur Geltung und stachen den Passanten direkt ins Auge. Die Produkte wurden hier gerne durch eine direkte Lichtquelle ausgeleuchtet, um einen intensiveren Effekt zu erzielen.

In der Auslage der Parfümerie Schleien (1954) wird die Ware beispielsweise mittels einzelner Spots direkt beleuchtet. Unter Tags harmonisieren sie durch ihre goldene Farbe mit dem eloxierten Aluminium des Sockelbereichs. (Abb.269&270)



Abb.271 Auslagenleuchte Lobenhofer



Abb.272 Außenbeleuchtung Lobenhofer

Beim Stempelladen Lobenhofer (1974) sind sogenannte Röhrenrasterleuchten an der Decke montiert, welche die gesamte Auslage von oben beleuchten. Die geradlinige, kantige Form und der harte Lichteinfall entsprechen der strukturierten, kühlen Fassade des Geschäftsladens. (Abb.271&272)



Abb.273 Leuchtröhren Juwelier Baraev Alla



Abb.274 Außenbeleuchtung Juwelier Baraev Alla

Oftmals wurden verschieden farbene Leuchtstoffröhren als Beleuchtungsmittel eingesetzt. An der Decke der Loggia des Juweliers Baraev Alla (1956) sind blaue und weiße Leuchtröhren angebracht, die sich in Analogie zu Auslage L-förmig um die Ecke biegen. Die Schaufensterauslagen werden durch rechteckige Kastenlampen zusätzlich direkt belichtet. (Abb.273&274)



Abb.275 Außenleuchtröhren Hartinger

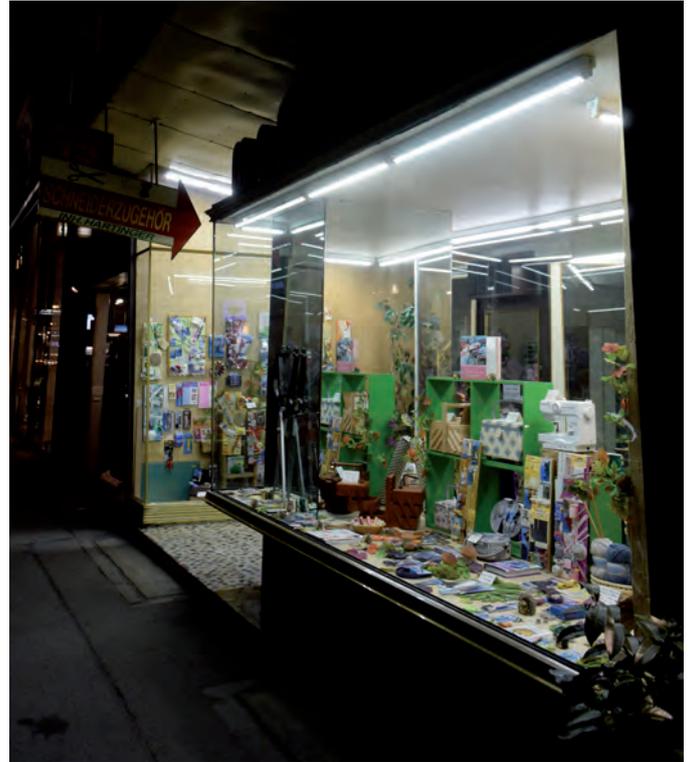


Abb.276 Außenbeleuchtung Hartinger

Leuchtröhren zeigen sich auch an der Decke der Passage des Schneidzubehörladens Hartinger (1950er). Durch die verspiegelte Säule im vorderen Schaukasten scheint es als würden sich die Leuchtröhren bis ins Unendliche fortsetzen. Entlang der äußeren Kante der Schaufensterdecken sind ebenfalls Leuchtröhren angebracht, welche die Auslagen gleichmäßig beleuchten. (Abb.275-277)

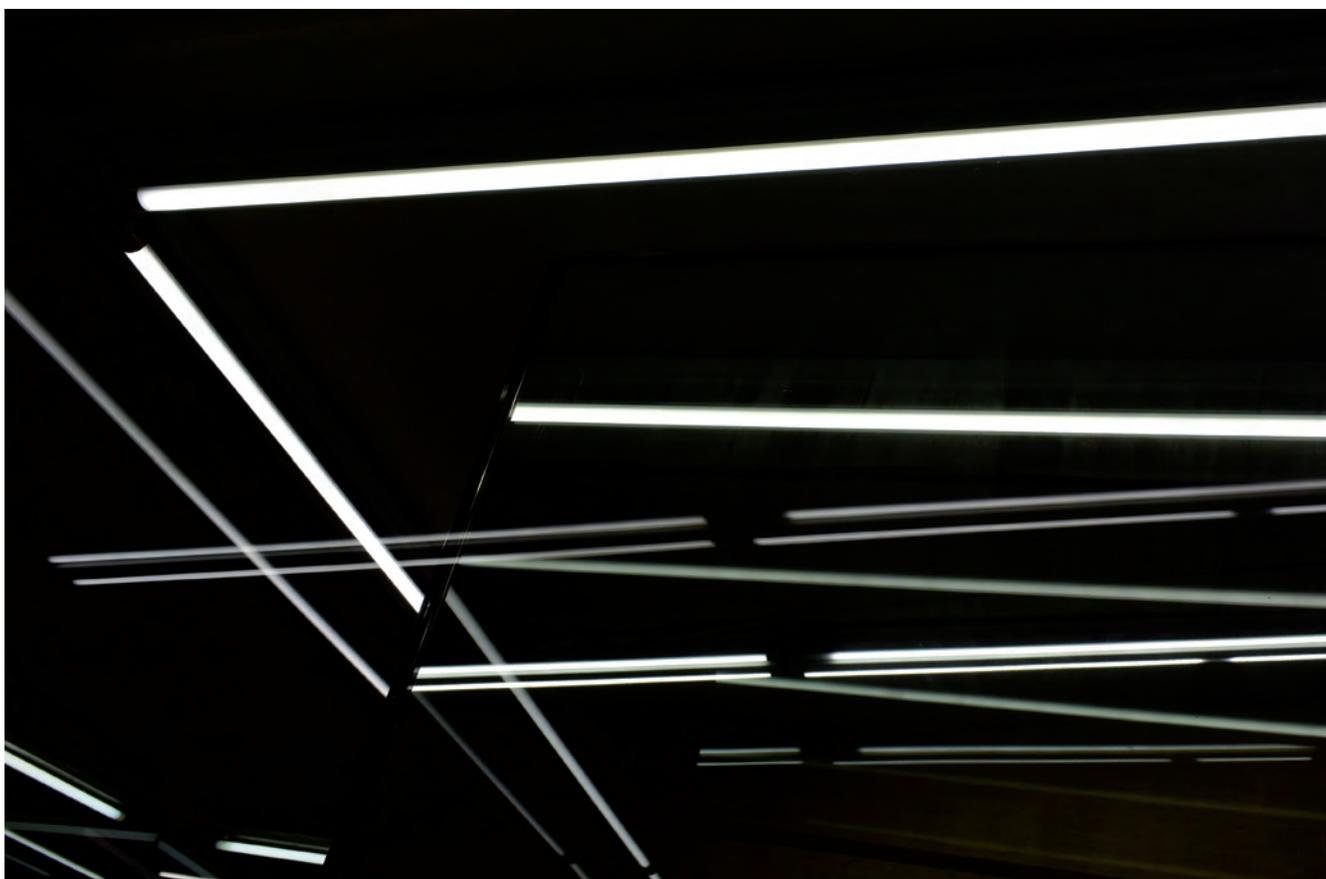


Abb.277 Leuchtröhren Hartinger

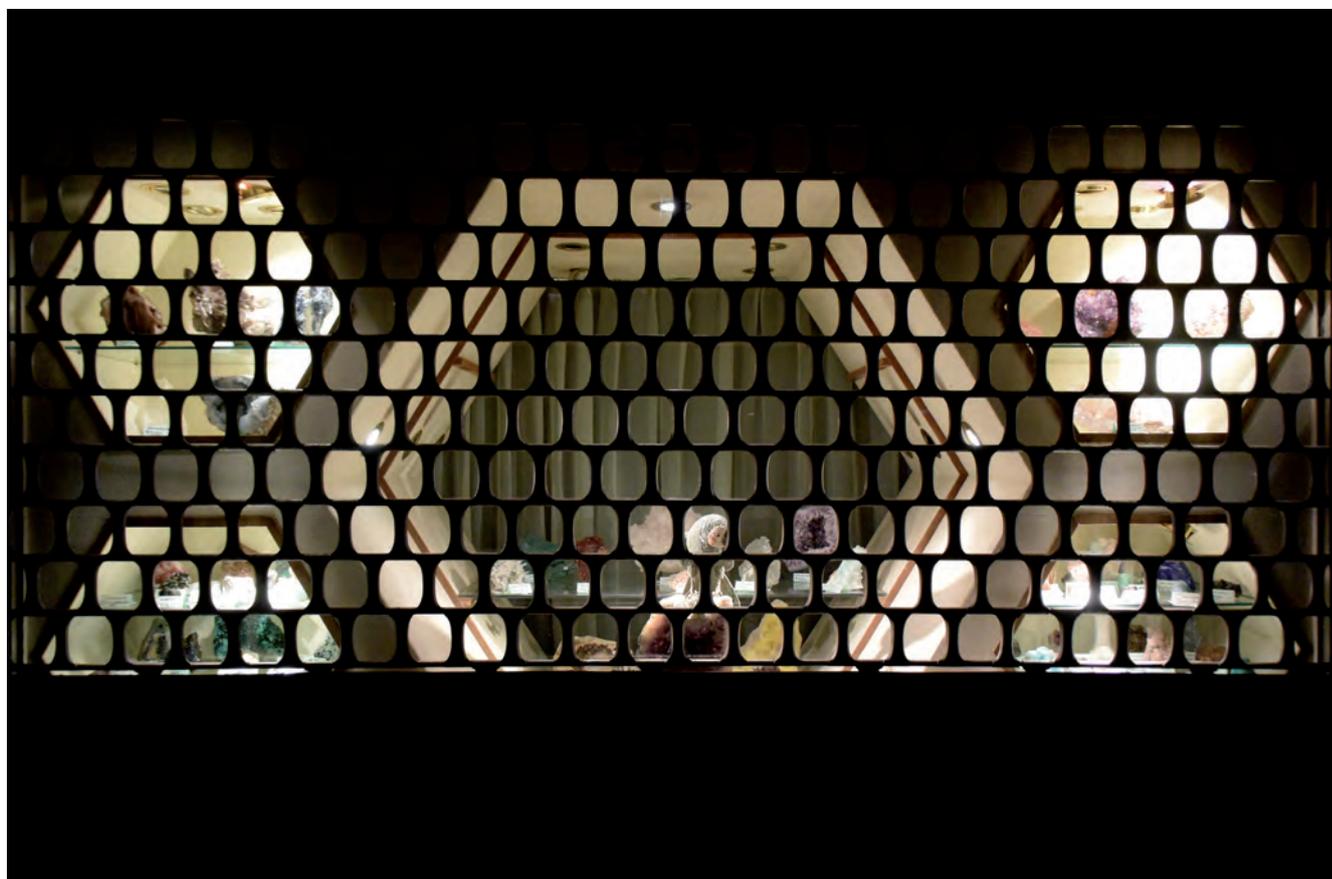


Abb.278 Schaufensterbeleuchtung Niemetz



Abb.279 Außenbeleuchtung Niemetz

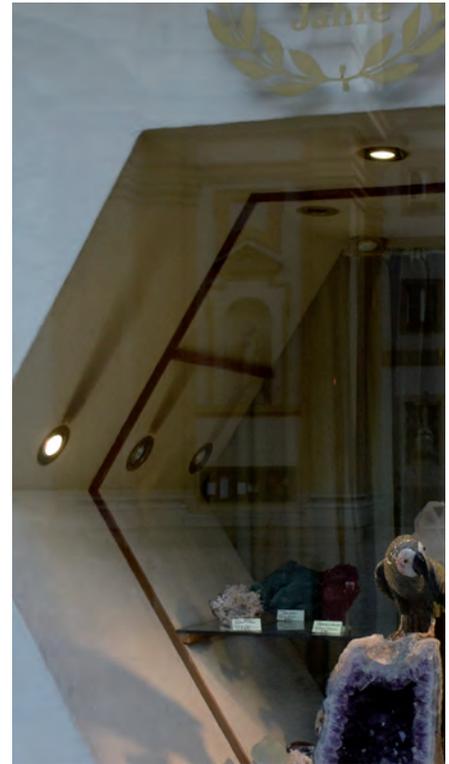


Abb.280 Auslagenspots Niemetz

Beim Mineraliengeschäft Niemetz (1964) strahlen im Dunklen nur die polygonen Schauvittrinen. Sie werden über Spots, die in den Seitenflächen der Auslage eingebaut sind, beleuchtet. (Abb.279–280)

Bei der ehemaligen Verkaufsniederlassung Miba (1973) entsteht die Beleuchtung des Außenraums ebenfalls durch die Lichtquellen der



Abb.281 Außenbeleuchtung Miba



Abb.282 Außenbeleuchtung Lustig 1



Abb.283 Außenbeleuchtung Lustig 2



Abb.284 Außenbeleuchtung Lustig 3

Schaufensterauslagen. Drei am oberen Abschluss des Fensters angebrachte Spots leuchten direkt auf das Warensortiment herab. (Abb.281)

An der Passagendecke des Papierwarengeschäftes Lustig (1976) befinden sich rechteckige Leuchtkästen aus Plexiglas, welche das Licht angenehm verteilen. Die Auslage selbst wird durch einzelne Spots beleuchtet. An der zweiten Ladenfront des Geschäftes sind an der Decke der Auslagen Rasterleuchten montiert. (Abb.283-285)



Abb.285 Leuchtkörper Schirme Brigitte



Abb.286 Außenbeleuchtung Schirme Brigitte

Speziell auf das Warensortiment ausgerichtete Spotlampen beleuchten die Auslage des Schirmladens Brigitte (1962). Zusätzlich strahlt Licht aus dem Schaufenster der oberen Etage.  
(Abb.286&287)



Abb.287 Außenbeleuchtung Konditorei Schmalzl



Abb.288 Pendelleuchten Schmalzl

Bei der Konditorei Schmalzl (1958) strahlen eine Reihe gelber Pendelleuchten direkt auf die in der Auslage ausgestellte Theke. Das Licht aus dem Innenraum leuchtet ergänzend in einem warmen Ton nach außen. (Abb.288&289)



Abb.289 Schriftbeleuchtung Schirme Brigitte



Abb.290 Schriftbeleuchtung Ringl

### ||| Leuchtschriften

Neben der Auslagenbeleuchtung strahlte oftmals auch die Schrift selbst als sogenannte Leuchtschrift.

Die Schrift wurde dabei auf opaken Kästen, die rückwärtig mit Licht bestrahlt wurden, gesetzt und hob sich dunkel dagegen ab. Der Schriftkasten des Schirmladens Brigitte (1962) wird auf diese Weise gelb ausgeleuchtet. (Abb.289) Eine andere Möglichkeit stellen Leuchtstoffröhren dar, welche durch Formung den Schriftzug bilden. Die Leuchtschrift der Fleischerei Ringl (1960er) differenziert sich durch ihre gelbe Farbe und ihre Helligkeit vom dunklen Hintergrund. (Abb.290)



Abb.291 Leuchtschrift Parfumerie Schleien

Verschiedene Farben trugen zu einer intensiven Wirkung bei. Die Leuchtschrift der Parfumerie Schleien (1954) verläuft changierend von einem anfänglichen Blauton allmählich zu einem Rotton und sticht deutlich hervor. Auf diese Weise wird die Aufmerksamkeit von der Distanz zusätzlich geweckt. (Abb.291)



Abb.292 Auslagenbeleuchtung Ringl

## | Charakteristika

In der Nachkriegszeit erzeugten die beleuchteten Erdgeschosszonen Zuversicht und Hoffnung. Durch die Helligkeit wurde eine Sicherheit auf den Straßen gewährt und durch die ausgeleuchteten Waren wurde der Glaube auf eine bessere Zukunft bestätigt.

Mit Vorliebe wurden Leuchtstoffröhren eingesetzt, welche sich vor Allem in den 1950er Jahren in dynamischen Formen und leuchtenden Farben zeigten und eine Stimmung der Fröhlichkeit verliehen. Mit der Erfindung der Leuchtstoffröhren konnten nachts Leuchtschriften in Schreibschrift, die intensiv und ausdrucksstark wirkten, den Firmennamen auch von der Ferne erkennbar machen.

Im Ladeninneren wurden anstelle gewöhnlicher Lichtquellen, wie der Glühbirne, interessante Leuchtkörper eingebaut. Das Licht wurde einerseits direkt eingesetzt, um punktuell Verkaufsstücke auszu-leuchten. Andererseits schufen indirekte Lösungen mittels Mattglas, Rasterdecken oder an die Decke angebrachte Lichtvoluten eine angenehme Atmosphäre im Raum.

## || Maßnahmen

Die in der Arbeit differenzierten Beleuchtungssysteme erzeugen unterschiedliche Wirkungen. Die Leuchtkörper tragen zu einer ganz bestimmten Atmosphäre bei, die dem Laden Individualität und Einzigartigkeit zuordnen. Um den gesamten Charakter des Ladens zu bewahren, muss folglich auch das Beleuchtungskonzept erhalten werden.

Bei defekten Leuchten können durch neue energieeffiziente Leuchtstoffe aufgerüstet werden. Dabei darf die Originalstimmung nicht verloren gehen. Lichtfarbe, -intensität und -richtung müssen auf das ursprüngliche Lichtkonzept abgestimmt werden.<sup>112</sup>

I Erkennen

II Analyse

III Zielsetzen

IV Pflege

V Reparatur

VI Nutzung

V | . Ausblick und Schlusswort

Geschäftsflächen der Nachkriegsmoderne erweisen sich als wichtige Zeitzeugen der Geschichte. Die verspielte Ausdrucksweise der 1950er, die ausdrucksstarke Präsenz der 1960er und die Experimentierfreude der 1970er Jahre schufen individuelle Geschäftsflächen, die bis heute Authentizität ausstrahlen. Obwohl diese technisch und optisch nicht dem neuesten Stand entsprechen, können sie dennoch mit ihrem stimmigen Gesamteindruck punkten. Sie sind dementsprechend zu würdigen und in ihrer bestehenden Substanz zu erhalten.

Im aktuellen Architekturdiskurs stehen Bauten der Nachkriegsmoderne und damit auch die Geschäftsflächen der 1950er bis 1970er Jahre stark in der Kritik. Bauphysikalische Defizite und ein auffallendes und andersartiges Aussehen werden zu Hauptargumenten für deren Abriss und Umgestaltung.

Gegenwärtig stehen wir folglich vor der Entscheidung, auf welche Weise mit Bauten der Nachkriegszeit umgegangen werden soll. Insbesondere Geschäftsflächen dieser Zeit dürfen nicht unbeachtet bleiben, da sie ansonsten nach und nach verschwinden. Ein Bewusstsein um den Wert dieser Läden und eine rücksichtsvolle Handhabung sollen vor einem Geschäftsverlust bewahren.

Im Folgenden wird ein denkmalpflegerischer Leitfaden für einen sachgemäßen Umgang mit den Geschäftsläden der Nachkriegsmoderne vorgestellt. Im Zuge der Begutachtung von 15 Geschäftsflächen von Wien, ergaben sich folgende Punkte, die anschließend genauer umrissen werden: Erkennen, Analyse, Zielsetzen, Pflege, Reparatur, sowie Nutzung. Auf diese Weise soll eine Art Handlungsplan erstellt werden, welcher auch für die Begutachtung weiterer Geschäftsflächen der Nachkriegszeit herangezogen werden kann. Dabei soll aus denkmalpflegerischer Sicht gerade die Bewahrung der originalen Substanz hervorgehoben werden.

## | Erkennen

In erster Linie ist es wichtig das Charakteristische der Läden an sich zu erfassen. Ein grundlegendes Problem ist, dass den Geschäftsflächen großteils nicht genügend Beachtung geschenkt wird. Ihre Präsenz wird zwar durchaus wahrgenommen, jedoch häufig mit Gleichgültigkeit behandelt. Vereinzelt wird die Architektur der Läden bewertet. Solche Fälle bekommen zwar mehr Aufmerksamkeit zugeschrieben, das Urteil fällt jedoch nicht selten negativ aus. Entscheidend ist das Erkennen des Nachkriegladens als essenzieller Bedeutungsträger. Die Bedeutsamkeit wurde in dieser Arbeit exemplarisch durch die Begutachtung der beschriebenen Geschäftsflächen herauszuarbeiten versucht. Relevant sind nicht ausschließlich Geschäftsflächen mit einer originellen und individuellen Architektursprache. Darüber hinaus nehmen gerade Läden, welche zur damaligen Zeit in sich wiederholender Weise produziert wurden, einen hohen Stellenwert ein. Diese vermeintlich alltägliche Läden konnten gerade bei der näheren Betrachtung als bemerkenswerte Anhaltspunkte für die damalige Architektur herausgearbeitet werden. Folgende Merkmale können beim ersten Erkennen hilfreich sein: Entscheidend erweist sich die Art und Weise, wie die einzelnen Materialien in Verhältnis zueinander gesetzt sind, ob ein stimmiges Gesamtbild vorhanden ist, sowie die eigene Formensprache des Ladens. Im gegenwärtigen Architekturdiskurs ist jede dieser Geschäftsflächen einzigartig. Die Bauweise, welche früher dem Standard entsprach, ist in dieser Art nicht mehr produzierbar. Der Alltagsladen verwandelt sich folglich in einen Zeitzeugen der Nachkriegszeit, wodurch er in seiner Wertigkeit zu schätzen ist.

## || Analyse

Jedes Ladenelement muss vor künftigen Maßnahmen ausreichend analysiert werden. Dies umfasst alle konservatorischen Eingriffe, Reparaturen, sowie Veränderungen an der Ladensubstanz. Baukonstruktion und Materialität formen jedes Bauteil mit einem individuellen Charakter. Für das Objekt muss daher zunächst eine Bestandsanalyse erfolgen. Die in Kapitel 3 erarbeiteten Punkte: allgemeine Daten, Funktion, Fassadenbeschreibung und aktueller Zustand, können als erster Schritt in diese Richtung helfen. Die Ergebnisse werden fotografisch und grafisch festgehalten und textlich dokumentiert. Als hilfreich zeigt sich zudem die aus Kapitel 4 dargestellte Gliederung des Ladens in

einzelne Kategorien: Eingang, Schaufenstergestaltung, Oberflächen und Materialität, Innenraumgestaltung, Schriftzüge und Beleuchtung. Nacheinander können auf diese Weise die Bereiche detailliert betrachtet und spezifische Merkmale herausgearbeitet werden. Durch die Analyse wird nicht nur die Wertigkeit der Läden aufgezeigt und ihr Erhalt gerechtfertigt, sondern auch eine Voraussetzung für eine adäquate Maßnahmensetzung geschaffen.

### III Zielsetzen

Aufbauend auf die vorangegangene, fundierte Analyse des Objektes ist es wichtig, ein klares Ziel für den Umgang mit dem jeweiligen Laden zu setzen. Der Erhalt der Originalsubstanz sollte hierbei an oberster Stelle stehen. Speziell im Ladenbau zeigt sich der innere Bestand neben der äußeren Fassadengestaltung als ausschlaggebend und erhaltenswert. Ein rücksichtsloser Abriss außen, wie innen soll aus diesem Grund verhindert werden. Ein erstrebenswertes Ziel ist der gesamtheitliche Erhalt des Ladens und dabei soll das Entfernen einzelner Ladenelemente und des Mobiliars vermieden werden. Geschädigte Bereiche, die in ihrer Funktionsfähigkeit jedoch nicht beeinträchtigt sind, können ohne Weiteres repariert werden.

Darüber hinaus soll ein Ziel festgelegt werden, wie mit Ergänzungen umzugehen ist. Von diesen sollte größtenteils Abstand genommen werden, da sie das originale Erscheinungsbild verändern. Ausnahmen stellen beispielweise Ergänzungen dar, welche zum Schutz der Originalsubstanz beitragen, oder die aus Sicherheitsgründen nötig sind. Bei einer Neuübernahme der Geschäftsfläche können außerdem Elemente, wie etwa ein zusätzliches Schild mit neuem Geschäftsnamen ergänzend angebracht werden. Derartige Ergänzungen sollen jedoch reversibel durchgeführt werden, um den Laden jederzeit in seinen Originalzustand zurückführen zu können.

### IV Pflege

Basis für die Bewahrung der Originalsubstanz bildet das Instandhalten des Objektes. Die regelmäßige Pflege und Reinigung muss allen anderen Maßnahmen vorangestellt werden. Nach der sorgfältigen Analyse können Pflegemöglichkeiten, die speziell auf das jeweilige Bauteil abgestimmt sind, festgelegt werden. Dabei ist mit einer gewissen Sorgfalt vorzugehen. Zeitgemäße Methoden sind womöglich nicht an den originalen

Materialien anzuwenden. Es muss vorab geprüft werden, ob sie schädigend auf die Originalsubstanz wirken. Die Pflegemaßnahmen müssen im Voraus individuell auf die Geschäftsfläche abgestimmt und während der Durchführung kontrolliert werden. Gegebenenfalls muss eine qualifizierte Fachstelle für die Pflege und Reinigung aufgesucht werden.

## V Reparatur

Sind bereits Schäden am Objekt aufgetreten, sollen die entsprechenden Stellen konserviert werden, um die Gefahr eines weiteren Zerfalls auszuschließen. Ein Austausch der beschädigten Elemente sollte keine alternative Lösung darstellen. Sind die Schäden am Bestand jedoch so groß, dass sie in ihrer Funktionsfähigkeit eingeschränkt sind, können diese ersetzt werden. Um ein Gesamtbild des Ladens zu wahren, müssen sie in Form, Materialität und Farbe auf den Bestand abgestimmt werden, aber dennoch als Ergänzung erkennbar bleiben. Zeitgemäße Schönheitsvorstellungen sind hier zweitrangig. Ein überflüssiger Tausch mit neuartigen Bauteilen verfälscht die Ladensubstanz. Reparaturen sollen am Bestand auch in den Bereichen durchgeführt werden, an denen die Gefahr eines Schadens schon im Voraus absehbar ist. Passende Vorsorgestrategien halten den Laden instand und bewirken, dass einzelne Elemente nicht ausgewechselt werden. Um die Originalsubstanz bestmöglich zu erhalten, greift eine Reparatur im denkmalpflegerischen Sinn auf historische Techniken zurück, die dem Bestandsmaterial entsprechen. Vorausgesetzt wird ein materialkundiges Wissen, welches durch die vorher getätigte Analyse erschlossen wird.

## VI Nutzung

Durch die zuvor durchgeführten Pflege- und Reparaturmaßnahmen können Läden zukünftig weitergenutzt werden. Eine Nutzung des Ladens stellt die Grundlage für seinen Erhalt dar. Für den alltäglichen Gebrauch fordert der Laden eine ständige Funktionsfähigkeit, die nur durch Wartung und Instandhaltung gesichert werden kann. Auch bei einer Umnutzung kann, sofern sie von ungerechtfertigten Änderungen Abstand nimmt, der Bestand erhalten bleiben. Ein Funktionswechsel der Geschäftsfläche kann jedoch nur dann vertreten werden, wenn die Vorstellungen des neuen Geschäftsladens dem Bestandsobjekt nicht vorangestellt werden.

## \_ Schlusswort

Geschäftsflächen der Nachkriegszeit haben durch all ihre Charakteristika denkmalpflegerischen Wert und sollen daher als Denkmäler im Gebrauch, so wie sie sich uns überliefert haben, beibehalten werden. Um ihren Erhalt zu gewähren, wäre es daher erstrebenswert, diese unter Denkmalschutz zu stellen. Dies scheint jedoch nur dann sinnvoll, wenn der Laden in einem vollständig überlieferten Zustand ist und wertgeschätzt wird.

Das am Anfang gezeigte Schuhhaus Wimmer kann hier als negatives Beispiel genannt werden. Obwohl der Geschäftsladen nach langen Bemühungen gegenwärtig unter Denkmalschutz steht, konnten gravierende Eingriffe nicht verhindert werden. Durch den Verlust der Passage und der Innenraumgestaltung gingen entscheidende Charakteristika der Geschäftsfläche verloren.

Dieser Mangel an Verständnis gegenüber der Originalsubstanz zeigt, dass der Denkmalschutz keine Voraussetzung für den Erhalt darstellt. Als entscheidendes Kriterium für den Schutz der Geschäftsfläche kristallisieren sich daher vielmehr der Prozess des Erkennens, die anschließende Analyse, sowie eine bewusst gesetzte Zielsetzung. Im Zuge dessen sollen weitere Adaptierungen, Ergänzungen und Entfernungen verhindert werden können. Durch das Erfassen, Beschreiben und Analysieren der 15 ausgewählten Geschäftsflächen konnte außerdem die Notwendigkeit einer ständigen Pflege und Instandsetzung aufgezeigt werden.

Abschließend ist zu sagen, dass jede Geschäftsfläche in ihrer Gesamterscheinung einzigartig ist und daher gepflegt, geschützt und als Ganzes bewahrt werden soll.

## VII. Literaturverzeichnis



## | Buchpublikationen

**Achleitner/Treytl 1969**

ACHLEITNER, Friedrich; TREYTL, Johannes M.(Hrsg): Neue Architektur in Österreich 1945-1970, Wien 1969.

**Achleitner 2010(1990)**

ACHLEITNER, Friedrich: Österreichische Architektur im 20. Jahrhundert. Ein Führer in vier Bänden. Band III/1. Wien 1.-12- Bezirk, St. Pölten/Salzburg 2010(Reprint von 1990).

**Achleitner 1995**

ACHLEITNER, Friedrich: Der ‚Aufbau‘ und die Aufbrüche 1945-1975, in: BECKER, Anette (Hrsg): Architektur im 20.Jahrhundert. Österreich, Ausst. Kat (Deutsche Architektur-Museum, Frankfurt a.M./Architekturzentrum Wien), München 1995, S.43-49.

**Achleitner 1996**

ACHLEITNER, Friedrich: Wiener Architektur: Zwischen typologischen Fatalismus und semantischem Schlamassel, Wien/Köln/Weimar 1996.

**Breuss 2010**

BREUSS, Susanne: Window Shopping. Eine Fotogeschichte des Schaufensters, Wien 2010.

**BDA 2015**

Bundesdenkmalamt(Hrsg): Standards der Baudenkmalpflege, (2.korr. Auflage), Wolkersdorf 2015.

**Buttlar 2007**

BUTTLAR, Adrian: Gefährdete Nachkriegsmoderne- Eine Forschungs- und Vermittlungsaufgabe, in: Buttlar, Adrian von (Hrsg.): Denkmal!moderne. Architektur der 60er Jahre. Wiederentdeckung einer Epoche, Berlin 2007. S.14-27.

**Buttlar 2010**

BUTTLAR, Adrian von: Acht Thesen zum Denkmalschutz der Nachkriegsmoderne, in: MEIER, Hans-Rudolf (Hrsg.): DENKmalWERTE. Beiträge zur Theorie und Aktualität der Denkmalpflege, Berlin 2010, S.123-134.

**Dolff- Bonekämper 2010**

DOLFF\_ BONEKÄMPER: Gegenwartswerte. Für eine Erneuerung von Alois Riegls Denkmalwerttheorie, in : MEIER, Hans-Rudolf (Hrsg.): DENKMALWERTE. Beiträge zur Theorie und Aktualität der Denkmalpflege, Berlin 2010, S.27-40.

**Deutsche Bauzeitschrift 1973**

DEUTSCHE BAUZEITSCHRIFT (Hrsg): Bauten des Handels: Läden, Warenhäuser, Einkaufszentren, Gütersloh/ Düsseldorf 1973.

**EKD 2007**

Eidgenössische Kommission für Denkmalpflege (Hrsg): Leitsätze zur Denkmalpflege in der Schweiz, Zürich 2007.

**Gatz/Hierl 1956/ 1**

GATZ, Konrad/ HIERL, Fritz: Neue Läden. Läden, Kaufzentren, Kaufhäuser. Band I, Grundlagen, Beispiele, München 1956.

**Gatz/Hierl 1956/ 2**

GATZ, Konrad/ HIERL, Fritz: Neue Läden. Läden, Kaufzentren, Kaufhäuser. Band II, Werkzeichnungen, München 1956.

**Grunau 2013**

GRUNAU, Edvard B.: Lebenserwartung von Baustoffen: Funktionsdauer von Baustoffen und Bauteilen. Wirtschaftlichkeit durch langlebige Baustoffe, Braunschlag/Wiesbaden 2013 (1.Auflage 1980).

**Gutmann/Koch 1956**

GUTMANN, Robert/ KOCH, Alexander: Ladengestaltung. Shop Design, Stuttgart 1956.

**Gutmann/Koch 1967**

GUTMANN, Robert/ KOCH, Alexander: Ladengestaltung. Shop Design 2, Stuttgart 1967.

**Hassler 2009**

HASSLER, Uta(Hrsg): Bauten der Boomjahre. Paradoxien der Erhaltung, Gollion 2009.

**Hegger 2005**

HEGGER, Manfred; AUCH-SHWELK, Volker; FUCHS, Matthias; ROSENKRANZ, Thorsten: Baustoff Atlas, München 2005.

**Heuter 2007**

HEUTER, Christoph: Zu nahe dran? Bauten der 1960er Jahre als Herausforderung für die Denkmalpflege, in: Buttlar, Adrian von (Hrsg.): Denkmal!moderne. Architektur der 60er Jahre. Wiederentdeckung einer Epoche, Berlin 2007.

**Kapfinger 1999**

KAPFINGER, Otto: Wiener Läden, in: Spalt, Johannes: Portale & Geschäfte. Historische Wiener Geschäftsanlagen, Wien u.a. 1999.

**Kern/Koch 1991**

KERN, Michael; KOCH, Sieghart: Schrift vergleichen, Schrift auswählen, Schrift erkennen, Schrift finden. das Context-Buch Übersicht, Mainz, 1991.

**Klotz 1984**

KLOTZ, Heinrich: Moderne und Postmoderne. Architektur der Gegenwart 1960-1980, Braunschweig/Wiesbaden 1984.

**Mang 1981**

Mang, Karl u. Eva: Neue Läden, Stuttgart 1981.

**Oláh 2011**

OLÁH, Stefan: Österreichische Architektur der fünfziger Jahre, fotografiert von Stefan Oláh, Salzburg, 2011.

**Ortner 1935**

ORTNER, Alois: Portal, Schaufenster und Ladenbau, Leipzig 1935.

**Österreichische Gesellschaft für Architektur 1969**

ÖSTERREICHISCHE GESELLSCHAFT FÜR ARCHITEKTUR(Hrsg): Österreichische Architektur 1960-1970, Wien 1969.

**Podbrecky 2012**

PODBRECKY, Inge: Modern, aber nicht neu. Wiener Architektur nach 1945, in: ÖZKD, Jg. LXVI, Heft ½, Wien 2012, S.11-35.

**Podbrecky 2015**

PODBRECKY, Inge: Wien: „Ich habe kein Problem mit Koffein. Ich habe ein Problem ohne Koffein.“, in: Österreichische Gesellschaft der Denkmalfreunde, Jg. 7, Heft 2, 2015, S.14-17.

**Riegl 1903**

RIEGL, Alois: Der moderne Denkmalkultus. Sein Wesen und seine Entstehung, Wien 1903.

**Riepl 1991**

Riepl, Peter: Ein Pionier des neuen Bauens, in: Odorizzi, Karl: Architektur. Denken bauen erleben, Wien 2007, S.2565-257.

**Schyme 2007**

SCHYME, Angelika: Von Kirche bis Kiosk- Denkmal- Inventarisierung im Rheinland, in: Buttlar, Adrian von (Hrsg.): Denkmal!moderne. Architektur der 60er Jahre. Wiederentdeckung einer Epoche, Berlin 2007, S.

**Schwanzler 1975**

SCHWANZER, Karl: Wiener Bauten. 1965-1975, Wien 1975.

**Schwanzler 1989**

SCHWANZER, Berthold: Die Bedeutung der Architektur für die Corporate Identity eines Unternehmens. Eine empirische Untersuchung von Geschäften und Bankfilialen, Wien 1984, 3. Auflage 1989.

**Schwanzler 1988**

SCHWANZER, Berthold: Die Erlebniswelt von Geschäften und Schaufenstern: die Werbewirkung der Architektur im Einzelhandel dargestellt anhand von empirischen Untersuchungen, Wien 1988.

**Sieder 1996**

SIEDER, Reinhard(Hrsg): Österreich 1945-1995: Gesellschaft, Politik, Kultur, Wien 1996.

**Spalt 1999**

SPALT, Johannes: Portale & Geschäfte. Historische Wiener Geschäftsanlagen, Wien u.a. 1999.

**Uhl 1966**

UHL, Ottokar: Moderne Architektur in Wien von Otto Wagner bis heute, Wien- München 1966.

**Wick 1982**

WICK, Rainer: Bauhaus-Pädagogik, Köln, 1982.

## || Archivalien

### **Planarchiv der Baupolizei**

- MA 37 - Gebietsgruppe Ost-Planarchiv - Bezirke 1,2,8,9,20,21,22
- MA 37 - Gebietsgruppe Süd-Planarchiv - Bezirke 3,4,5,6,7,10,11,23

## ||| Zeitschriften/ Ausstellungskataloge

### **Mang o.J.**

MANG, Karl und Eva (Vorwort) in: Österreichisches Bauzentrum (Hrsg.): Portal- und Ladenbau, Ausst. Kat. (Wirtschaftsförderungsinstitut, Wien), Wien, o.J.

### **Mittag 1954**

MITTAG, Martin: Linoleum, in: Deutsche BAU Zeitschrift, Heft 2, Februar 1954, S.99-100.

### **Österreichisches Bauzentrum o.J.**

ÖSTERREICHISCHES BAUZENTRUM (Hrsg.): Portal- und Ladenbau, Ausst. Kat. (Wirtschaftsförderungsinstitut, Wien), Wien, o.J.

### **Zentralvereinigung der Architekten: Der Bau 1966/3**

Zentralvereinigung der Architekten (Hrsg.): Der Bau. Bau- und Architekturzeitschrift.

## IV Internetquellen

### **Hermann 2014**

Hermann, Ralf: Typografie.info. Neon von Willy Schäfer, 18.11.2014, URL: <http://www.typografie.info/3/Schriften/fonts.html/neon-r665/>, (30.11.2017)

### **Lefaiivre 2004**

LEFAIVRE, Liane: CM Mode- Boutique, in: docomomo, 27.06.2004, URL: [http://www.docomomo.at/cms/wp-content/uploads/2012/07/2004\\_cmetek.pdf](http://www.docomomo.at/cms/wp-content/uploads/2012/07/2004_cmetek.pdf), (2.10.2017)

### **Rautenberg 2010**

RAUTENBERG, Hanno: Wie ich versuchte, die 60er Jahre zu lieben, in: Zeit Online, 11.03.2010, URL: <http://www.zeit.de/2010/11/Architektur-Nachkriegszeit#comments>, (25.06.2017).

### **Springer Gabler o.J.**

Springer Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Geschäftsfläche, o.J., URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/128933/geschaeftsflaeche-v5.html>.

### **Prokop 2007**

PROKOP, Ursula: Josef Vytiska, in: Architekturzentrum Wien: Architektenlexikon Wien 1770-1945, 16.02.2007, URL: <http://www.architektenlexikon.at/de/666.htm>, (25.09.2017).

### **Wiener Wohnen o.J.**

Wiener Wohnen: Migazziplatz 6, o.J., URL: <http://www.wienerwohnen.at/hof/932/Migazziplatz-6.html> (3.10.2017)

### **Zentralvereinigung der Architekten: Der Bau 1966/3**

Zentralvereinigung der Architekten (Hrsg): Der Bau. Bau- und Architekturzeitschrift.

## VIII. **Abbildungsverzeichnis**



\_ Wenn nicht anders vermerkt, stammen alle Fotos und Planskizzen von der Autorin.

Abb.Cover: Auslage Mineraliengeschäft Niemetz.

Abb.1: Eingangshalle des ehemaligen Südbahnhofes - Oláh 2011, S.30.

Abb.2: Hotel Intercontinental.

Abb.3: ehemaliges Kerzengeschäft Retti.

Abb.4: ehemaliger Juwelier Schullin.

Abb.5: CM - Boutique.

Abb.6: Buchhandlung Morawa & Co. - Mang 1981, S.99.

Abb.7: Laden Thonet - Schwanzer 1989, S.99.

Abb.8: Ciro - Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.167.

Abb.9: Grundriss Ciro - Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.167.

Abb.10: Optikerfachgeschäft - Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.161.

Abb.11: Optikerfachgeschäft innen - Deutsche Bauzeitschrift 1973, S.161.

Abb.12: Schuhsalon Romeo - Gatz/Hierl 1956/1, S.256.

Abb.13: Schuhsalon Romeo innen - Gatz/Hierl 1956/1, S.257.

Abb.14: ehemaliges Schuhhaus Wimmer - Foto von Markus Hübner.

Abb.15: Grundriss Schuhhaus Wimmer - Plan von Bruno Echerer 1970, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.

Abb.16: ehemaliges Schuhhaus heute.

Abb.15: Parfumerie Schleien.

Abb.16: Juwelier Baraev Alla.

Abb.17: Gebrausspuren Decke Barev Alla.

Abb.18: Risse am Boden Barev Alla.

Abb.19: Gebrauchsspuren Türrahmen Baraev Alla.

Abb.20: Gebrauchsspuren oberer Abschluss Barev Alla.

Abb.21: Naber Kaffee.

Abb.22: Grundriss Naber Kaffe, in: Plan von Josef Hofmann 1958, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.

Abb.23: Ansicht Naber Kaffee, in: Plan von Josef Hofmann 1958, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.

Abb.24: Konditorei Schmalzl.

Abb.25: Ansicht Schmalzl, in: Plan von Franz Schmied 1958, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.

Abb.26: Grundriss Schmalzl, in: Plan von Franz Schmied 1958, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.

Abb.27: Gebrauchsspuren Schrift Schmalzl.

Abb.28: Risse Sockel Schmalzl.

Abb.29: Gebrauchsspuren Spiegel Schmalzl.

Abb.30: Hartingers Nähzubehör.

Abb.31: Gebrauchsspuren Leiste Hartinger.

- Abb.32: Gebrauchsspuren Loggiadecke Hartinger.
- Abb.33: Wasserflecken Auslagendecke Hartinger. Abb.34: Gebrauchsspuren Schriftzug Hartinger.
- Abb.35: Schirme Brigitte.
- Abb.36: Ansicht Schirme Brigitte, in: Plan von Robert Ederer 1962, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.37: Grundriss Schirme Brigitte, in: Plan von Robert Ederer 1962, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.38: Gebrauchsspuren Schirme Brigitte.
- Abb.39: Juwelier Berthold.
- Abb.40: Ansicht und Schnitt Juwelier Berthold, in: Plan von Einreichplan von Wolfgang Stark 1962, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.41: Grundriss EG und Zwischengeschoß Juwelier Berthold, in: Plan von Einreichplan von Wolfgang Stark 1962, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.42: Niemetz Mineralien
- Abb.43: Knöpfe Ahammer.
- Abb.44: Fleischerei Ringl.
- Abb.45: ehemaliger Laden Funder.
- Abb.46: Ansicht Funder, in: Plan von Walter Laggner 1971, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.47: Grundriss EG Funder, in: Plan von Walter Laggner 1971, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.48: Putzschäden Funder.
- Abb.49: Fensterbankschäden Funder.
- Abb.50: Sockel Funder.
- Abb.51: ehemaliger Laden Hali.
- Abb.52: Ansicht Hali, in: Einreichplan von Josef Vytiska 1972, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.53: Grundriss EG, Hali, in: Einreichplan von Josef Vytiska 1972, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.54: Geländer Galerie Hali.
- Abb.55: Wendeltreppe zur Galerie Hali.
- Abb.56: ehemaliger Laden Miba.
- Abb.57: Grundriss Miba, in: Eingabepplan von Karl Odorizzi 1972, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.58: Ansicht Miba, in: Eingabepplan von Karl Odorizzi 1972, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.59: Schäden im Stiegenbereich Miba.
- Abb.60: Graffiti-Bemalung Miba.
- Abb.61: Fehlende Schutzvorkehrungen Fassade Miba.

- Abb.62: Stempel Lobenhofer.
- Abb.63: Grundriss Lobenhofer, in: Plan von Anton Leimer 1974, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.64: Ansicht Lobenhofer, in: Plan von Anton Leimer 1974, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.
- Abb.65: Stempel Lobenhofer-Hirschengasse.
- Abb.66: Gebrauchsspuren Schriftzug Lobenhofer 1.
- Abb.67: Gebrauchsspuren Schriftzug Lobenhofer 2.
- Abb.68: Papierwaren Lustig & Co.
- Abb.69: Fassadenfront Lustig-Landskrongasse.
- Abb.70: Ansicht Lustig, in: Plan von Helmuth Galler 1976, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.71: Grundriss Lustig, in: Plan von Helmuth Galler 1976, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Ost.
- Abb.72: Gebrauchsspuren Boden Lustig.
- Abb.73: Wasserflecken Auslage Lustig.
- Abb.74: Gebrauchsspuren Lampe Lustig.
- Abb.75: Typische Möglichkeiten zur Anlage von Ladenfronten, in: Gatz/Hierl 1956/1, S.25.
- Abb.76: Eingang Fleischerei Ringl.
- Abb.77: Eingang Juwelier Berthold.
- Abb.78: Eingang Schirme Brigitte.
- Abb.79: Eingang Lobenhofer.
- Abb.80: Eingang Knöpfe Ahammer.
- Abb.81: Eingang Mineralien Niemetz.
- Abb.82: Eingang Kaffee Naber.
- Abb.83: Eingang Juwelier Baraev Alla.
- Abb.84: Eingang Miba links.
- Abb.85: Eingang Miba rechts.
- Abb.86: Eingang Konditorei Schmalz.
- Abb.87: Eingang Parfumerie Schleien.
- Abb.88: Eingang & Passage Schneiderzubehör Hartinger.
- Abb.89: Eingang Lustig.
- Abb.90: Eingang Hali.
- Abb.91: Passage und gläserner Seiteneingang Hali – Ansicht von Innen.
- Abb.92: Eingangstür Naber.
- Abb.93: Eingangstür Berthold.
- Abb.94: Eingangstür Lustig.

- Abb.95: Eingang Funder.  
Abb.96: Eingangstür CM-Boutique von innen.  
Abb.97-112: Türgriffe.  
Abb.113: Gitter, in: Gatz 1956, S.114.  
Abb.114: Gitter Juwelier Baraev Alla.  
Abb.115: Gitter Juwelier Berthold.  
Abb.116: Gitter Mineralien Niemetz.  
Abb.117: Tür Detail Niemetz.  
Abb.118: „Das Schaufenster im Grundriss und seine Entwicklung innerhalb von 50 Jahren“ in: Gutmann/Koch 1967, S.12.  
Abb.119: Auslage Parfumerie Schleien.  
Abb.120: Auslagenrückwand der Parfumerie Schleien.  
Abb.121: Auslage Lustig.  
Abb.122: Auslage Niemetz.  
Abb.123: Auslage Berthold.  
Abb.124: Auslage Stempel Lobenhofer.  
Abb.125: Auslage Miba.  
Abb.126: Auslage Funder.  
Abb.127: Auslagen Fleischerei Ringl.  
Abb.128: Auslage Knöpfe.  
Abb.129: Auslage Schirme Brigitte.  
Abb.120: Auslagenwand Schirme Brigitte.  
Abb.121: Auslage Kaffee Naber.  
Abb.122: Auslage Hali.  
Abb.123: Auslage Konditorei Schmalzl links.  
Abb.124: Auslage Konditorei Schmalzl rechts.  
Abb.125: Auslage Juwelier Baraev Alla.  
Abb.126: Schaukasten Hartinger.  
Abb.127: Blick in die Passage Hartinger.  
Abb.128: Hintere Ladenfront Hartinger.  
Abb.129: Oberes Schaufenster Berthold.  
Abb.130: Auslagenfenster Schneiderzubehör Hartinger.  
Abb.131: Drahtglasscheibe Hali.  
Abb.132: Fensterscheibe Miba.  
Abb.133: Opaxitglas Baraev Alla.  
Abb.134: Opaxitglas Konditorei Schmalzl.  
Abb.135: Glasscheibe Knöpfe Ahammer.  
Abb.136: Türscheibe Stempel Lobenhofer.  
Abb.137: Türscheibe Papier Lustig.  
Abb.138: Türscheibe Niemetz.

- Abb.139: Glasbeklebung Schleien.  
Abb.140: Glasbeklebung Schirme Brigitte.  
Abb.141: Glasbausteine Hali.  
Abb.142: Rahmen Kaffee Naber.  
Abb.143: Rahmen Hartinger.  
Abb.144: Rahmen Schirme Brigitte.  
Abb.145: Schnitt Schirme Brigitte, in: Pläne von Robert Ederer, 1962, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37- Gebietsgruppe Ost.  
Gebietsgruppe Ost.  
Abb.146: Rahmen Niemetz.  
Abb.147: Rahmen Schleien.  
Abb.148: Rahmen Knöpfe.  
Abb.149: Rahmen Lobenhofer.  
Abb.150: Rahmen Berthold.  
Abb.151: Balken Berthold.  
Abb.152: Fassade Hali.  
Abb.153: Fassade Wimmer.  
Abb.154: Fassade Funder.  
Abb.155: Fassade Lustig.  
Abb.156: Steinsockel Niemetz.  
Abb.157: Stein Fassade Berthold.  
Abb.158: Stein Fassade Schirme Brigitte.  
Abb.159: Terrazzoboden Hartinger.  
Abb.160: Terrazzo Parfumerie Schleinen.  
Abb.161: Terrazzoboden Eingang Knöpfe.  
Abb.162: Terrazzo außen Schmalzl.  
Abb.163: Terrazzoboden innen Schmalzl.  
Abb.164: Wandfliesen innen Naber.  
Abb.165: Ablage Naber.  
Abb.166: Innenboden Naber.  
Abb.167: Außenfliesen Naber.  
Abb.168: Sockelfliesen Ahammer.  
Abb.169: Wandfliesen Ringl.  
Abb.170: Boden Eingang Baraev Alla.  
Abb.171: Kunststoffwand CM-Boutique innen.  
Abb.172: Fassade Miba.  
Abb.173: Innenboden Miba.  
Abb.174: Innenboden Schleien.  
Abb.175: Innenboden Hartinger.

- Abb.176: Boden Passage Lustig.  
Abb.177: Innenboden Knöpfe Ahammer.  
Abb.178: Boden Auslage Hartinger.  
Abb.179: Innenboden Ringl.  
Abb.180: Spannteppich CM-Boutique.  
Abb.181: Spannteppich Schirme Brigitte.  
Abb.182: Terrazzoboden Schneiderzubehör Hartinger.  
Abb.183-186: Typische Möglichkeiten zur Anordnung von Verkaufsräumen, in: Gatz 1956, Faltblatt zwischen S.24-25.  
Abb.187: Innenraum Schleien.  
Abb.188: Theke Schleien.  
Abb.189: Innenraum Hartinger.  
Abb.190: Theke Hartinger.  
Abb.191: Grundriss Verkaufsraum Naber.  
Abb.192: Innenraum Naber.  
Abb.193: Innenraum Schirme Brigitte.  
Abb.194: Theke Schirme Brigitte.  
Abb.195: Detail Theke Naber.  
Abb.196: Detail Theke Schirme Brigitte.  
Abb.197: Grundriss Verkaufsraum Berthold.  
Abb.198. Grundriss Verkaufsraum Knöpfe Ahammer.  
Abb.199: Innenraum Knöpfe Ahammer.  
Abb.200: Detail Theke Knöpfe Ahammer.  
Abb.201: Grundriss Verkaufsraum Ringl.  
Abb.202: Innenraum Ringl.  
Abb.203: Grundriss Verkaufsraum Lobenhofer.  
Abb.204: Innenraum Lobenhofer.  
Abb.205: GR Verkaufsraum Lustig.  
Abb.206: Theke 1 Lustig.  
Abb.207: Innenraum Durchgang Lustig.  
Abb.208: Theke 2 Lustig.  
Abb.209: Wandsysteme, in: Gatz 1956, S.79.  
Abb.210: Wandregal Knöpfe Ahammer.  
Abb.211: Schrank Knöpfe Ahammer.  
Abb.212: Wandregale Knöpfe Ahammer.  
Abb.213: Wandsystem 1 Schleien.  
Abb.214: Wandsystem 2 Schleien.  
Abb.215: Wandsystem 3 Schleien.  
Abb.216: Regal 1 Schirme Brigitte.  
Abb.217: Regal 2 Schirme Brigitte.

- Abb.218: Regal 3 Schirme Brigitte.  
Abb.219: Wandschrank Lustig.  
Abb.220: Briefschrank Lustig.  
Abb.221: Schubladenschrank Lustig.  
Abb.222: Offenes Regal Lustig.  
Abb.223: Wandschrank Lobenhofer.  
Abb.224: Wandschrank 2 Lobenhofer.  
Abb.225: Fliesenwand Ringl.  
Abb.226: Lochwand Hartinger.  
Abb.227: Lochwand Lobenhofer.  
Abb.228: Aluminiumstütze Lustig.  
Abb.229: Drahtwand Lustig.  
Abb.230: Geschenkpapierhalterung Lustig.  
Abb.231: Schirmregal Schirme Brigitte.  
Abb.232: Schriftzug Parfumerie Schleien.  
Abb.233: Schriftzug Juwelier Baraev Alla.  
Abb.234: Schriftzug Kaffe Naber.  
Abb.235: Schriftzug Plan Kaffee Naber, in: Einreichplan von Otto Hofmann 1958, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.  
Abb.236: Schrift City, in: Kern/Koch 1991, S.230.  
Abb.237: Schrift Memphis, in: : Kern/Koch 1991, S.208.  
Abb.238: Schriftzug Plan Hali, in: Einreichplan von Josef Vytisk 1972, Magistrat der Stadt Wien, Magistratabteilung 37-Gebietsgruppe Süd.  
Abb.239: Schrift Stymie, in: Kern/Koch 1991, S.208.  
Abb.240: Fassade Hali heute.  
Abb.241: Schriftzug Lobenhofer.  
Abb.242: Schriftzug über Eingang Lobenhofer.  
Abb.243: Schriftzug Lustig.  
Abb.244: Symbolzeichen Lustig.  
Abb.245: Schriftzug Schirme Brigitte.  
Abb.246: Schriftschild Schirme Brigitte.  
Abb.247: Schriftzug Knöpfe Ahmanner.  
Abb.248: Beispielttext Neon, in: Hermann 2014, URL:<http://www.typografie.info/3/Schriften/fonts.html/neon-r665/> (1.12.2017).  
Abb.249: Schriftzug Fleischerei Ringl.  
Abb.250: Schriftzug Konditorei Schmalzl.  
Abb.251: Schriftzug Hartinger.  
Abb.252: Universalschrift Bayer, in: Wick 1982, S.44.  
Abb.253: Schriftzug Niemetz.

- Abb.254: Schrift Englische Schriebschrift, in: Kern/Koch 1991, S.294.
- Abb.255: Schrift Schneiderzubehör Hartinger.
- Abb.256 : Restaurant Zur Herknerin.
- Abb.257: Innenbeleuchtung Naber.
- Abb.258: Innenbeleuchtung Hali.
- Abb.259: Innenleuchte Schleien 1.
- Abb.260: Innenleuchte Schleien 2.
- Abb.261: Innenbeleuchtung Papierwaren Lustig 1.
- Abb.262: Innenbeleuchtung Papierwaren Lustig 2.
- Abb.263: Innenbeleuchtung Hartinger.
- Abb.264: Innenbeleuchtung Lobenhofer.
- Abb.265: Innenraumbelichtung Schirme Brigitte.
- Abb.266: Thekenbeleuchtung Schirme Brigitte.
- Abb.267: Innenraumbelichtung CM-Boutique 1.
- Abb.268: Innenraumbelichtung CM-Boutique 2.
- Abb.269: Leuchtkörper Auslage Schleien.
- Abb.270: Außenbeleuchtung Schleien.
- Abb.271: Auslagenleuchte Lobenhofer.
- Abb.272: Außenbeleuchtung Lobenhofer.
- Abb.273: Leuchtröhren Juwelier Baraev Alla.
- Abb.274: Außenbeleuchtung Juwelier Baraev Alla.
- Abb.275: Außenleuchtröhren Hartinger.
- Abb.276: Außenbeleuchtung Hartinger.
- Abb.277: Leuchtröhren Hartinger.
- Abb.278: Schaufensterbeleuchtung Niemetz.
- Abb.279: Außenbeleuchtung Niemetz.
- Abb.280: Auslagenspots Niemetz.
- Abb.281: Außenbeleuchtung Miba.
- Abb.282: Außenbeleuchtung Lustig 1.
- Abb.283: Außenbeleuchtung Lustig 2.
- Abb.284: Außenbeleuchtung Lustig 3.
- Abb.285: Leuchtkörper Schirme Brigitte.
- Abb.286: Außenbeleuchtung Schirme Brigitte.
- Abb.287: Außenbeleuchtung Konditorei Schmalzl.
- Abb.288: Pendelleuchten Schmalzl.
- Abb.289: Leuchtschrift Schirme Brigitte.
- Abb.290: Leuchtschrift Ringl.
- Abb.291: Leuchtschrift Parfumerie Schleien.
- Abb.292: Auslagenbeleuchtung Ringl.

