

P

Möchten Sie benachrichtigt werden, wenn die nächste Ausgabe erscheint? Dann schicken Sie eine kurze Email an pheitlinger@gmail.com mit dem Betreff «Kulturas-Abo».

Gebrauchsanweisung für Kulturas

Nutzung

Das PDF im Querformat ist bequem zu lesen – im PC, Notebook oder Tablet. Die Interaktion ist immer vorhanden, wo sie funktional ist, z.B. im Inhaltsverzeichnis. Oder bei Querverweisen. Einfach klicken.

Diese Publikation ist für den persönlichen Gebrauch der/des Lesers/in bestimmt. Die kommerzielle Nutzung ist untersagt. Der Verkauf an Dritte ist nicht gestattet. Die Verbreitung über andere sites als www.portugal-kultur.de ist nicht erlaubt, da diese Ausgabe durchaus noch Korrekturen und Erweiterungen erfahren kann.

Die dem Leser eingeräumten Nutzungsrechte berechtigen ihn nicht dazu, Texte oder Bilder an Dritte zu verkaufen. Wenn Sie Bilder erwerben wollen, treten Sie bitte mit dem Verleger (pheitlinger@gmail.com) in Verbindung.

Diese Veröffentlichung ist kein Heft der „akademischen“ Art. Der stetige Qualitätsschwund der sog. akademischen Zeitschriften (Ausnahmen bestätigen die Regel) ermuntert uns nicht dazu, mit solchen in einem Topf geworfen zu werden. Dennoch ermutigen wir Schüler und Studenten dazu, aus Kulturas zu zitieren.

Das Magazin Kulturas ist immer auf folgender Web-Site zu finden: www.portugal-kultur.de/kulturas. Im Jahr 2024 ist die Verteilung der PDFs kostenlos.

Verleger, Copyright

Die Hefte von Kulturas, ausschließlich im digitalen Format PDF verbreitet, werden herausgegeben und gesetzt von Paulo Heitlinger; sie sind auch intellektuelles Eigentum des Verlegers. Es gibt keine gedruckte Fassung.

Werbung

Die letzten Seiten enthalten oft Werbung.

Das Logo auf der Titelseite – P – steht für „Paris“, die elektrisierende Hauptstadt von Frankreich. Paris ist nach wie vor die Stadt, in der sich Kultur, Architektur, Kunst und Mode auf höchstem Niveau treffen. Hier steht das weltberühmte Musée du Louvre, hier hat Auguste Rodin seine Skulpturen geschaffen, hier hat Jules Chéret seine witzigen Plakate verbreitet. Hier wurden die Grands Magasins gebaut – alles Themen dieser Ausgabe von Kulturas.

Benutzen Sie den Acrobat Reader, um Kulturas zu lesen.

So profitieren Sie von allen Navigations- und Interaktionsmöglichkeiten, die in diesem PDF vorhanden sind. Außerdem können Sie Ihr Exemplar mit Unterstreichungen markieren und mit Notizen versehen.

Der Acrobat Reader ist kostenlos und bei Adobe herunterzuladen.

Paris

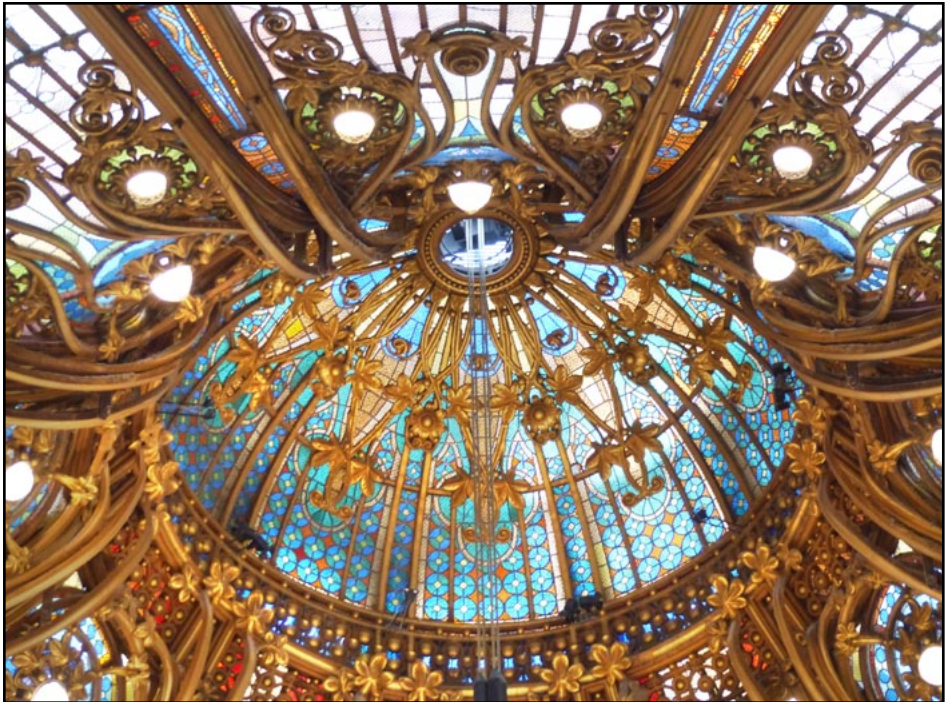
KULTURAS29

Juni 2024

Themen

Gebrauchsanweisung für Kulturas	2
Einleitung	4
Auguste Rodin.....	6
Die Bürger von Calais.....	9
Skizzen	16
Honoré de Balzac	22
Im Park des Musée Rodin.....	24
Torsi	28
Eine kurze Chronologie: 1840 / 1917	29
Fotografie.....	35
Aquarelle	41
Die großen Magazins	45
Schöner shoppen in La Samaritaine	48
Die Geschichte der Samaritaine	49
Galleries Lafayette.....	60
Chez Printemps.....	69
Die Kaufhäuser Printemps	70
Grands Magasins du Louvre	72
Au Bon Marché	75
Le Bon Marché	77

Werbung.....	82
Jules Chéret, der große Werbetrommler	85
Tanzformen (1).....	94
Edgar Degas	97
Die Autoren	101
E-Books	102



Die Jugendstil-Glaskuppel des Kaufhauses Lafayette in Paris. Foto: uw.

Einleitung

Diese Ausgabe von Kulturas hat als Mittel- und Schwerpunkt die Stadt Paris.

Wir haben nicht vergessen, daß Kulturas sich mit der „Kunst und Kultur der Iberischen Halbinsel“ beschäftigt, doch jetzt war die Anziehungskraft der französischen Hauptstadt zu groß, um ihr zu widerstehen. Sicherlich war auch ein erneuter Besuch in Paris der konkrete Anlaß, warum wir uns der Magie dieser Stadt ergeben haben. Deswegen haben wir eine Reihe von Themen vorbereitet, um unsere Begeisterung für Paris mit Ihnen zu teilen.

Wir beginnen mit einer Größe des Kulturlebens, mit dem Bildhauer Auguste Rodin. Ein Besuch des Musée Rodin erneuerte die Bewunderung, die wir schon für diesen Künstler hatten; dazu recherchierten wir weitere Informationen, die sie ab Seite xx lesen können.





Galeries Lafayette, ihre Glaskuppel.
Foto: Ursula Walterscheid.



Auguste Rodin

Der Kuß / Le baiser

Diese ist eine der bekanntesten Plastiken von Rodin. Sie wird auch im Musée Rodin ausgestellt, wo sie Paulo Heitlinger fotografiert hat.



Auguste Rodin war ein französischer Bildhauer, dessen Werke heute als Meilensteine der modernen Skulptur gelten. Rodins Innovationen haben die Kunstwelt tief geprägt und gelten bis heute als bedeutende Beiträge zur Bildhauerei und Kunst im Allgemeinen. Zu seinen bekanntesten Werken zählen *Der Denker*, *Die Bürger von Calais* und *Die Tore der Hölle*.



Die Bürger von Calais

Eines der bewegendsten Werke Rodins ist die Gruppe *Die Bürger von Calais*, das sechs Männer zeigt, die sich 1347 opferten, um ihre belagerte Stadt zu retten. Rodin portraitierte sie als heldenhaft und demütig, ohne jede Spur von Idealisierung...

Das Foto machte Ursula Walterscheid
im Musée Rodin in Paris.





Studie zur Gruppe
Die Bürger von Calais.

Das Foto machte Paulo Heitlinger
im Musée Rodin in Paris.





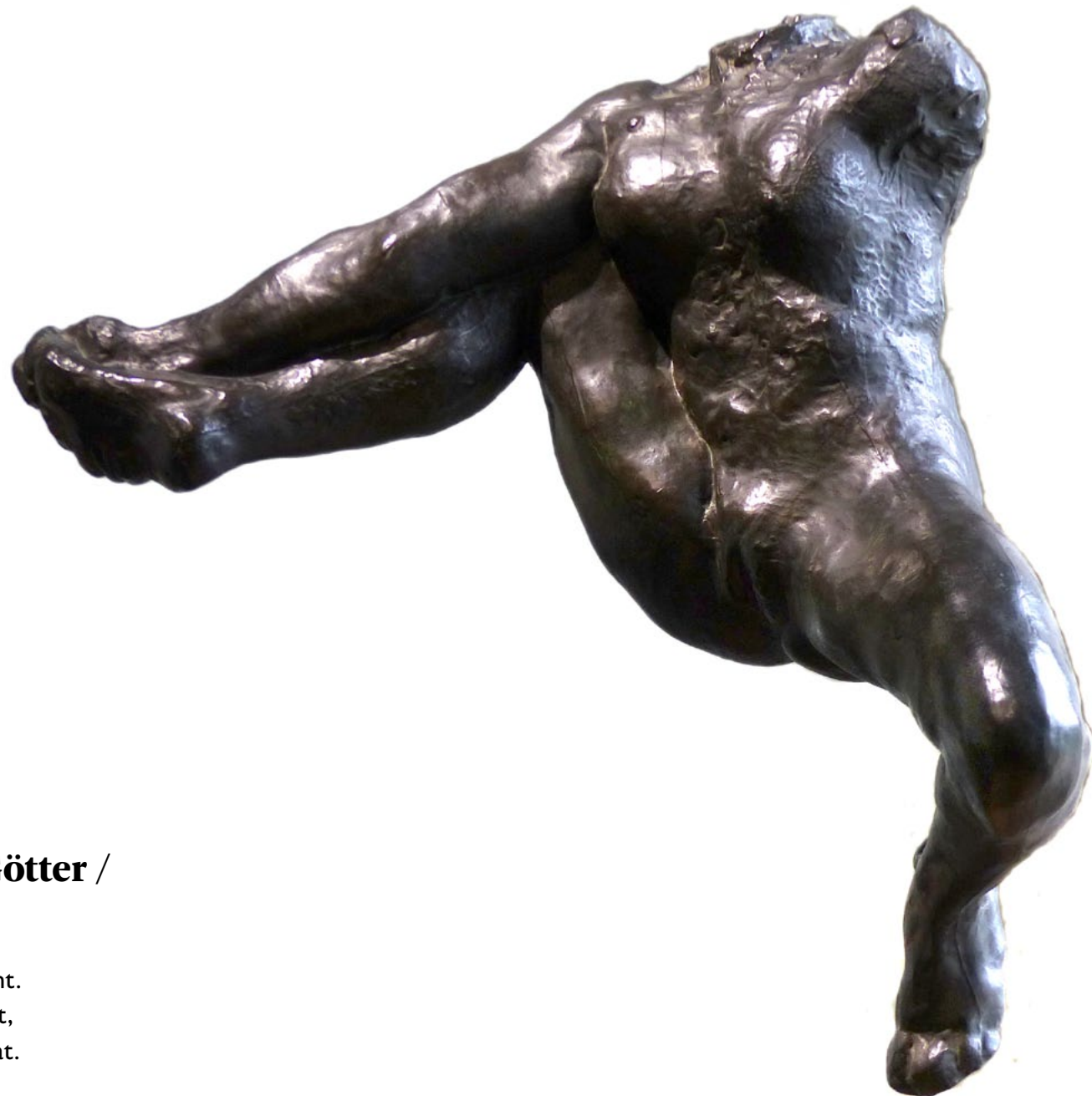
Das eherne Zeitalter

Skulptur von Rodin. Museu
de Arte Moderna, Lissabon.
Foto: ph.

Die Kauernde / *Femme accroupie*

Rodin hat diese Plastik 1900 gemacht.
Nun ist sie im Musée Rodin ausgestellt,
wo sie Paulo Heitlinger fotografiert hat.





Iris, Botschafterin der Götter /
Iris, messagère des dieux

Rodin hat diese Plastik in 1900 gemacht.
Nun ist sie im Musée Rodin ausgestellt,
wo sie Paulo Heitlinger fotografiert hat.

**Auguste Rodin,
Fliehende
Liebe, vor 1887.
Bronze auf
Marmorsockel,
Sandguss, 44 x
46 x 33 cm.**

Musée Rodin.

Foto: Herve Lewandowski





Leidenschaft und Chaos mit Camille Claudel

Mit seiner Bildhauerkollegin Camille Claudel war Rodin jahrelang zusammen; es war eine leidenschaftliche Liebesbeziehung. Doch dann trennte sich Camille von ihm; sie wollte sich „nicht länger von Rodin ausbeuten lassen“.



Camille Claudel
(1864 – 1943).

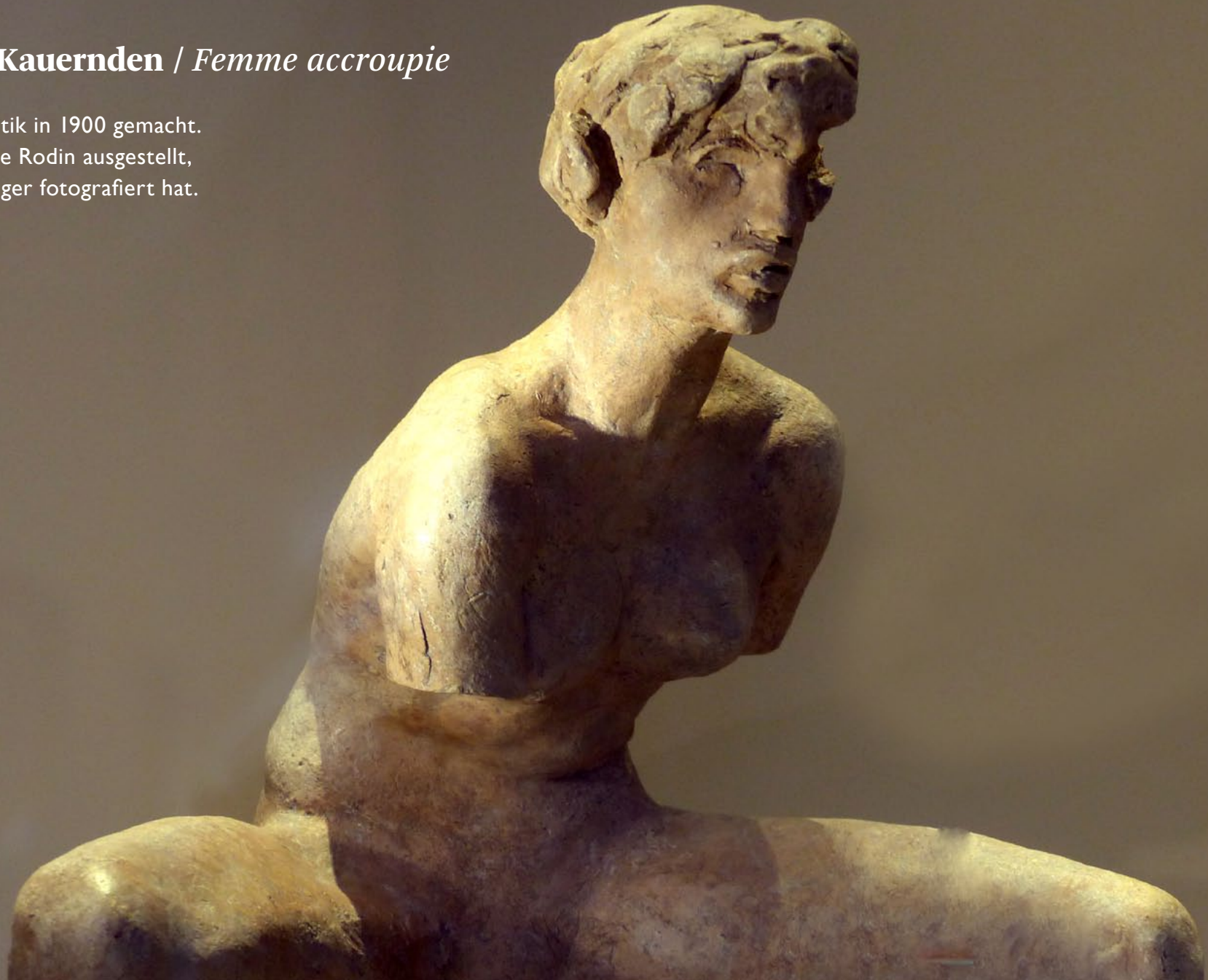
Das reife Alter / *L'Age mur* von Camille Claudel.

Skizzen



Skizze einer Kauernden / *Femme accroupie*

Rodin hat diese Plastik in 1900 gemacht.
Nun ist sie im Musée Rodin ausgestellt,
wo sie Paulo Heitlinger fotografiert hat.





Der Denker / Le penseur 1903

Rodin hat diese Plastik in 1903 gemacht.
Es ist einer seiner bekanntesten Kreationen;
unzählige Kopien werden weltweit gezeigt,





Das eherne Zeitalter / The Age of Bronze

Modeliert 1875 – 1877; gegossen 1925 durch den Gießer Alexis Rudier, in Paris, 1874 – 1952.



**Rodin schuf monumentale
Portraits berühmter Schriftsteller
– wie Victor Hugo und
Honoré de Balzac. Er hat ihre
Persönlichkeiten und Charaktere
mit großem Geschick und
Phantasie eingefangen.**

Honoré de Balzac

Rodin schuf das Portrait von Balzac im Jahre xxxx.
Das Bildnis des korpulenten Schriftstellers wurde
von Ursula Walterscheid im Musée Rodin in Paris
fotografiert. Kopien dieser Statue stehen u.a. in Köln.



Victor Hugo

Rodin schuf das *Monument à Victor Hugo* im Jahre xxxx.
Das Foto wurde von Paulo
Heitlinger im Musée Rodin in
Paris gemacht.



Im Park des Musée Rodin



Eva

Rodin schuf diese Statue im Jahre xxxx.
Das Foto wurde von Ursula Walterscheid im Park
des Musée Rodin in Paris gemacht.



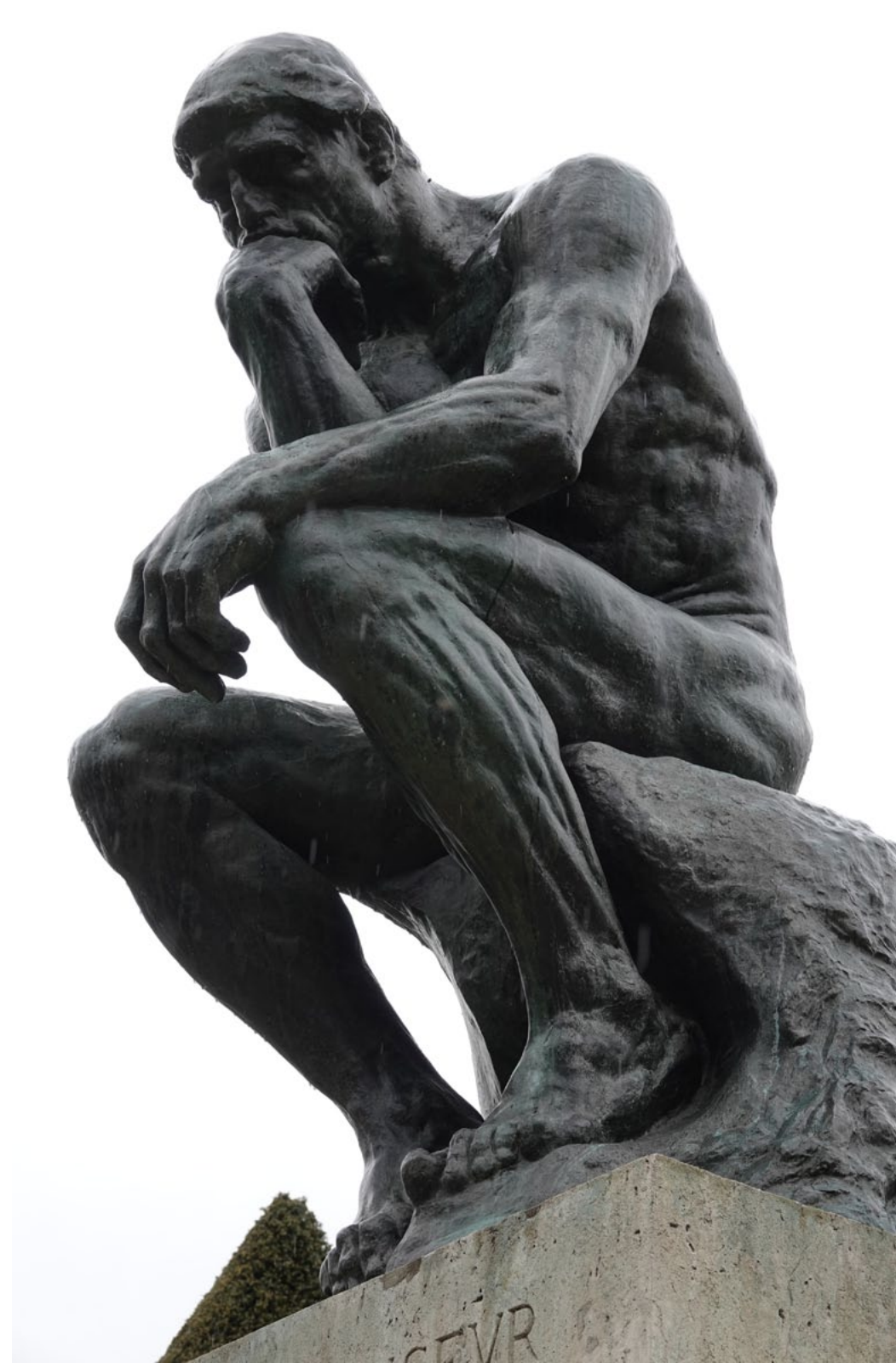


Vixxx

Rodin schuf diese Statue im Jahre xxxx.
Das Foto wurde von Ursula Walterscheid im Park
des Musée Rodin in Paris gemacht.

Der Denker / Le penseur

Rodin schuf diese berühmte Statue im Jahre 1903.
Das Foto wurde von Ursula Walterscheid im Park
des Musée Rodin in Paris gemacht.



Torsi

Das Thema des Fragments und das Fragmentieren als schöpferischer Prozess ist im Werk Rodins präsent. Ab dem 19. Jahrhundert änderte sich die Auffassung darüber, wie die Darstellung des menschlichen Körpers zu gestalten sei. Als Gegenpol zu den bisher stark idealisierten und unversehrten Körpern, traten bruchstückhafte Gestalten wie der Torso in den Fokus der Aufmerksamkeit. Mit seiner Vorstellung, daß in einem ausdrucksstarken Fragment die Quintessenz eines ganzen Körpers läge, definierte Rodin die Gattung des Torsos neu und erwies sich damit wegweisend für die Entwicklung der modernen Skulptur.

Schreitender

Auguste Rodin, Schreitender
(L'Homme qui marche), 1899,
Bronze, Musée Rodin.



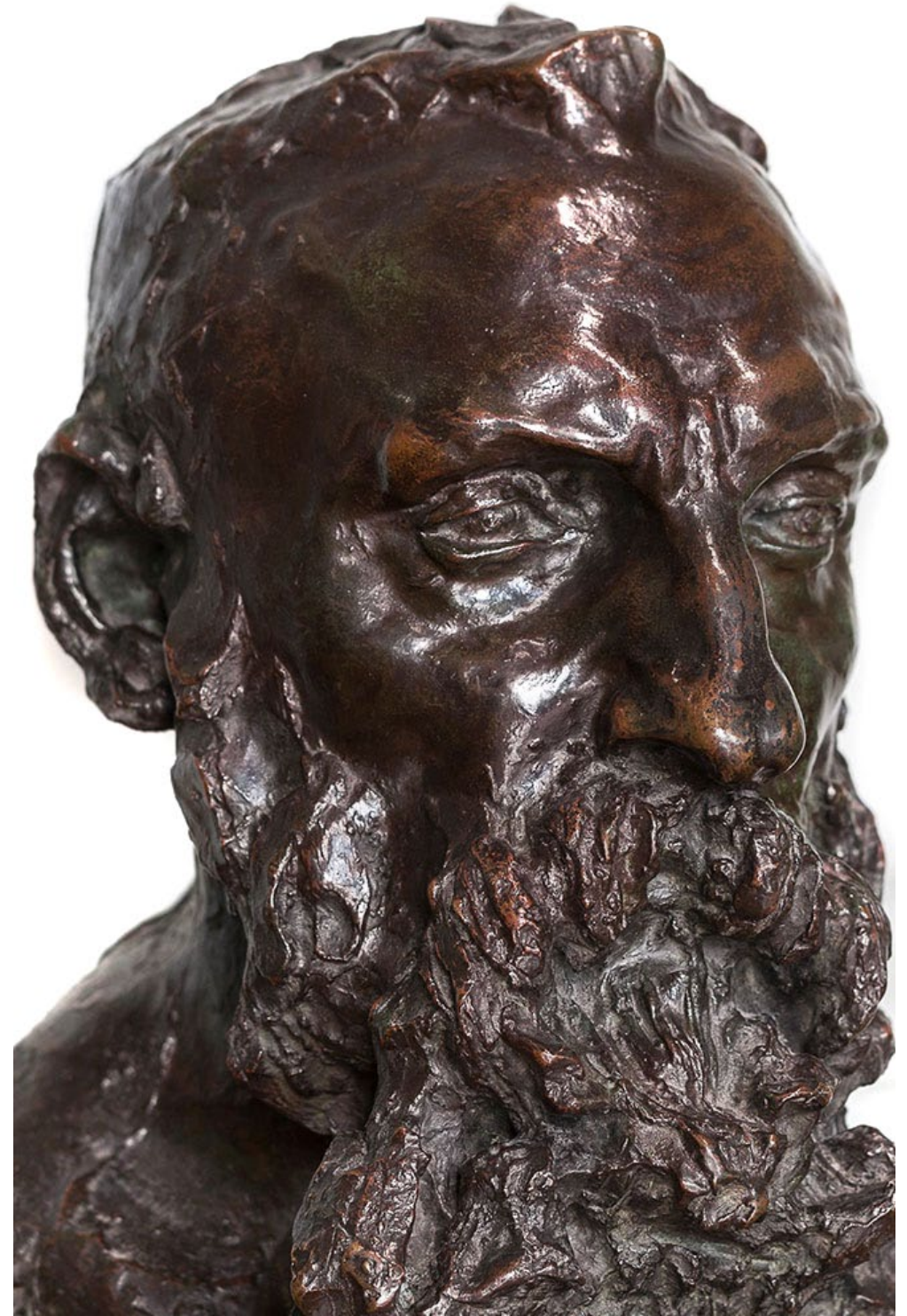
Eine kurze Chronologie: 1840 / 1917

1840

Auguste Rodin, mit vollem Namen François-Auguste-René Rodin, wurde 1840 in Paris als Sohn einer armen Arbeiterfamilie geboren. Er fand seinen Weg zur Kunst durch das Zeichnen, was er bereits in seiner Kindheit entdeckt hatte. Er registrierte sich für eine Ausbildung an der Petite École, einer Schule, die auf Kunst und Mathematik spezialisiert war. Nachdem er dreimal von der prestigeträchtigen École des Beaux-Arts abgelehnt wurde, begann er in verschiedenen Kunstwerkstätten zu arbeiten, um seine Fertigkeiten als Bildhauer zu verbessern.

Büste von Rodin, geschaffen von
Camille Claudel, in 1892.

Foto: Agence photographique du
musée Rodin



1854

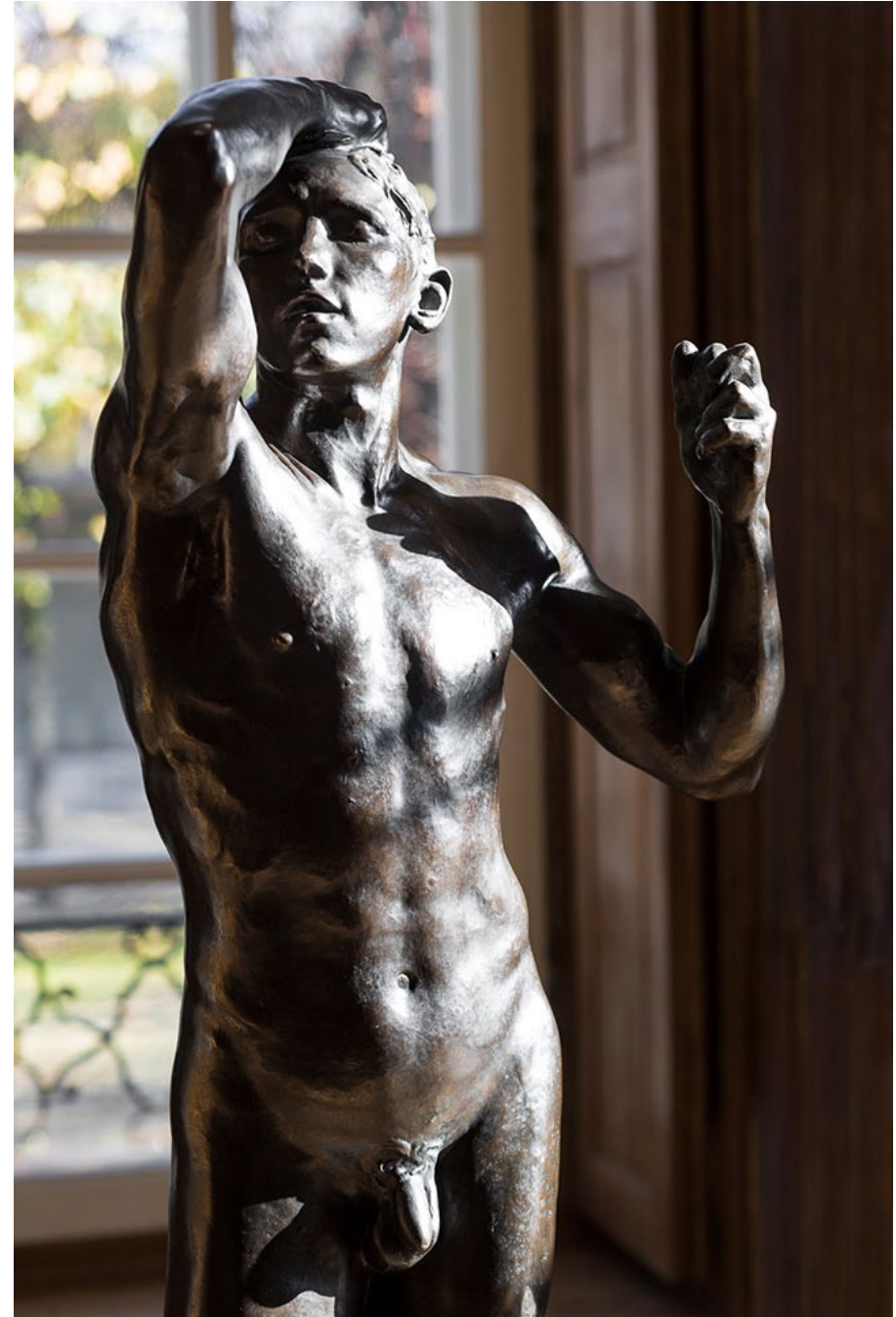
1854-1857: Rodin besucht die Petite École und beginnt seine künstlerische Ausbildung.

1875

Im Jahr 1875 besuchte Rodin Italien; dort ließ er sich von Michelangelo und Donatello tief inspirieren. Er schuf sein erstes eigenes Werk, *Die Besiegten* / *The Vanquished*, das die Kritiker mit seinem rohen Realismus schockierte.

1877

Erstellung von *Das Alter von Bronze*, das ihn in den Fokus der Kunstszene rückt.



1880

Der Durchbruch gelang Rodin im Jahr 1880, als er den staatlichen Auftrag erhielt, eine Bronzetür für das zukünftige Kunstgewerbemuseum zu schaffen.

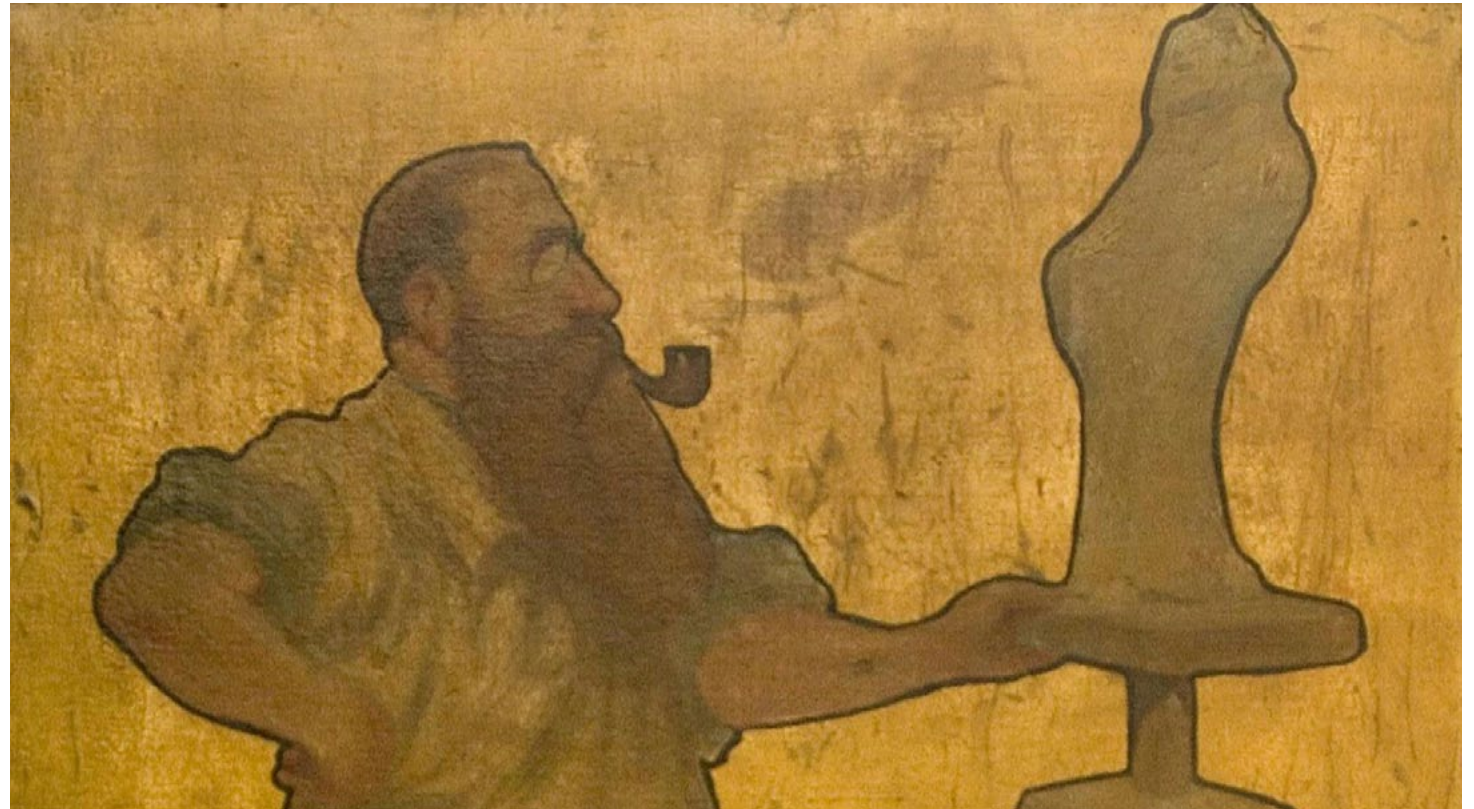
Er wählte Dantes Göttliche Komödie als Thema und nannte es *Das Höllentor*.

Das Höllentor. Auguste Rodin, 1880.



1915.

**Portrait von Rodin,
gemalt von Albert André
Guillaume.**



Rodins Privatleben war turbulent und leidenschaftlich. Er hatte eine lange Affäre mit seiner Schülerin und Bildhauerkollegin Camille Claudel, die später psychisch erkrankte.

Er heiratete seine Lebensgefährtin

Die Bildhauerin Camille Claudel, um 1889.



1917

**Rodin stirbt am 17. November
1917 in Meudon (Paris), wo jetzt
das Musée Rodin zu finden ist.**

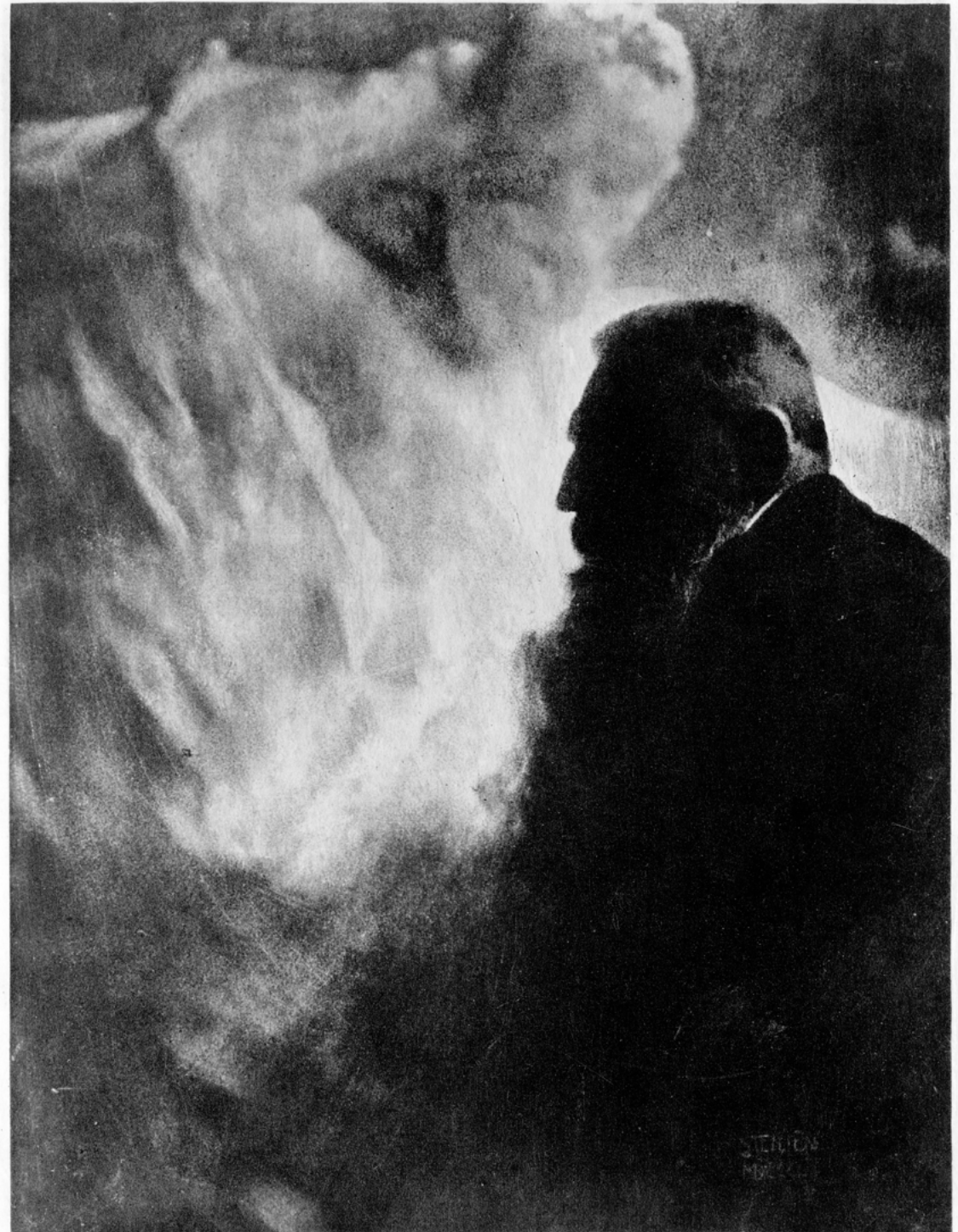


Fotografie

Viele der führenden Fotografen um die Jahrhundertwende portraitierten Auguste Rodin – wie Edward Steichen, mit dem auf diese Seite gezeigten Portrait. Doch für Rodin war die Fotografie auch ein wichtiges Hilfsmittel für die Darstellung seiner Kunst.

Hier spielte der Fotograf Eugène Druet die wichtigste Rolle; Druet machte Tausende von Fotos von Rodins Statuen...

Edward Steichen.
Portrait von Auguste
Rodin.



Eugène Druet

Ab 1896 gewann die Fotografie für Rodin eine neue Bedeutung und er integrierte die Abzüge von Aufnahmen in seine Ausstellungen. Der für Rodin wichtigste Photograph wurde Eugène Druet (1867 – 1916), der zum Zeitpunkt seines Kennenlernens mit Rodin in diesem Metier noch nicht ausgebildet war. Seine Aufnahmen jedoch entwickelten sich sehr bald von der reinen Dokumentation hin zu Fotos, die Rodins Werke anders und neu an den unterschiedlichsten Orten inszenierten – im Atelier, in Ausstellungen oder auch im Freien.



Eugène Druet.
Johannes der Täufer
im Musée du
Luxembourg.
1896 – 1900.



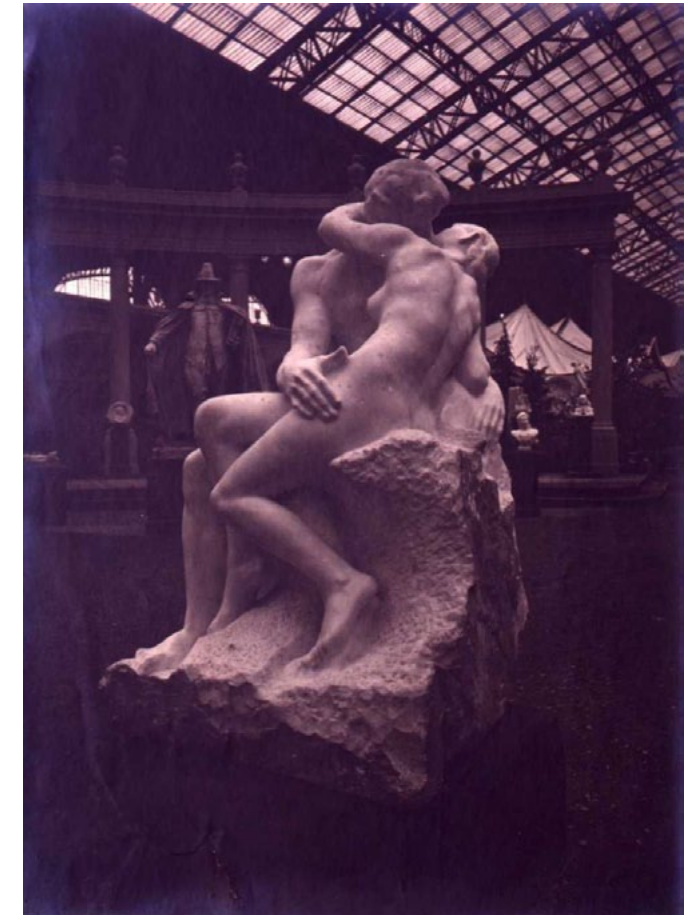
Eugène Druet. Auguste Rodin zwischen seinen Werken in seinem Atelier.



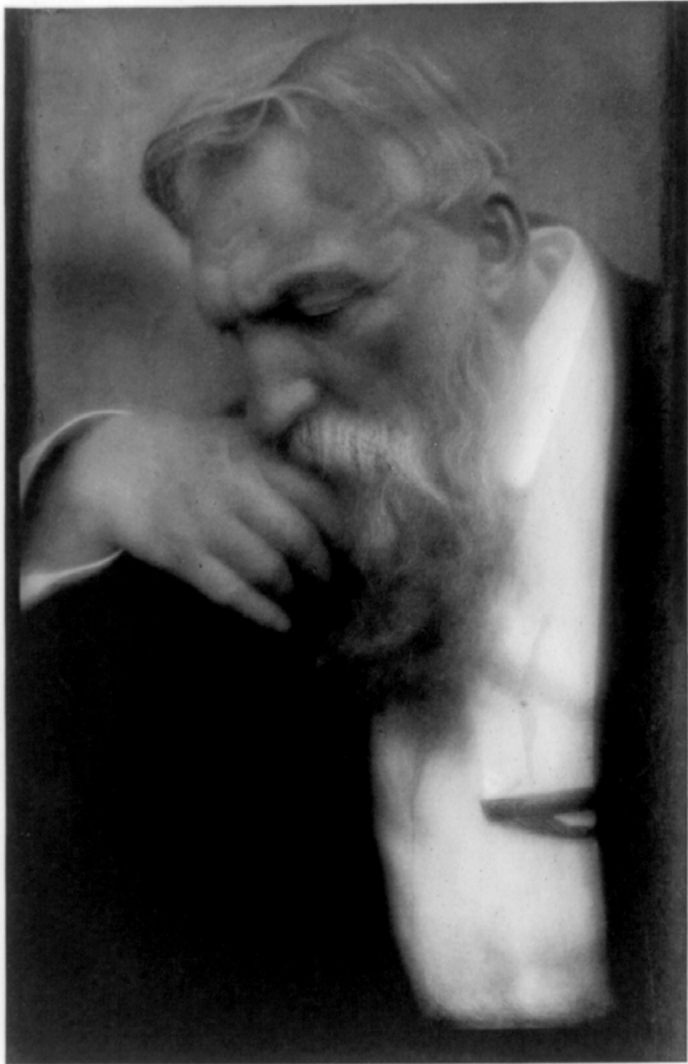
Eugène Druet. *Eva* vor den Fragmenten des Apollo-Reliefs im Atelier du Dépôt des marbres. Viele der Aufnahmen geben die Skulpturen in einem Zustand der Bearbeitung in einem der Ateliers von Rodin wieder. In dem Foto der *Eva* wird der Blick nicht allein auf die zentrale Figur gelenkt, sondern die atmosphärische Umgebung in der Werkstatt Bühnenhaft inszeniert. Auch hat Druet oft nur bestimmte Details fotografiert, um Einzelheiten und Gebärden zu betonen.



Eugène Druet. Das *Balzac-Denkmal* im Dépôt des marbres.



Eugène Druet, *Der Kuß* im Salon der Société nationale des Beaux-Arts auf dem Champs-de-Mars, 1898.



Edward Steichen. Portrait von Rodin.



Georges Charles Beraud
fotografierte dieses Portrait
von Rodin.

Nadar, mit bürgerlichem Namen Gaspard-Félix Tournachon, (1820 – 1939) hat u.a. die Schriftstellerin George Sand, Émile Zola, den Dichter Charles Baudelaire, den Anarchisten Bakunin, die Schauspielerin Sarah Bernhardt, die Künstler Gustave Doré und Claude Monet, den Entdecker Pierre Savorgnan de Brazza und den Schauspieler Albert Brasseur mit seiner Fotokamera portraitiert. Diese Aufzählung kann mit einer Liste von Hunderten von Namen erweitert werden. Kurz: Nadar hat jeden mit Rang und Namen fotografiert; kein Wunder, daß er auch Rodin in seinem Atelier aufgenommen hat.



Nadar. Portrait von Rodin, 1893.

Rodin, Torso de Adele.



Aquarelle

Auguste Rodin hat zahlreiche Aquarelle gezeichnet; er benutzte Malfarben und Bleistift, um schnell Figuren zu skizzieren. Damit hat er Studien zu seinen Skulpturen hergestellt, oder mal eben einen Eindruck festgehalten. Die Zuordnung vieler Aquarelle zum Meister ist oft ungewiß, da sehr viele dieser Zeichnungen Plagiate sind.

Auguste Rodin.
Weiblicher Akt. 1850.

Bleistift und Aquarell.
Foto: Städel, Frankfurt.

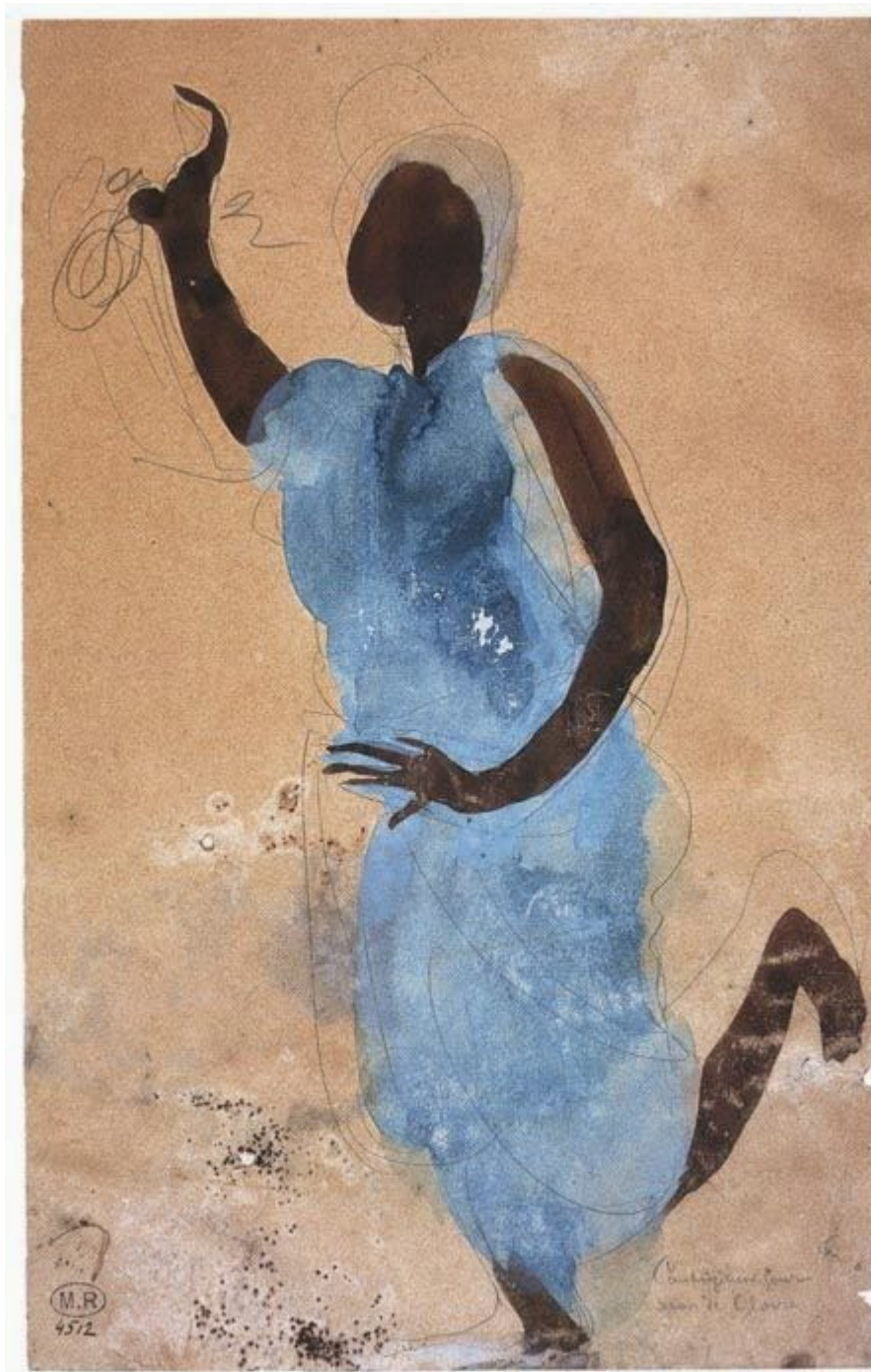


Auguste Rodin.
Weiblicher Akt.
1850.

Bleistift und
Aquarell.

Foto: Städel, Frankfurt.





Auguste Rodin. Tänzerinnen. Bleistift und Aquarell.



Hier werden den geneigten Interessierten alle mögliche Artikel angeboten: Kinderspielzeug, Möbel, Pianos, Kunstwerke, Nähmaschinen, Fahrräder, Kleidung, Kosmetik, Juwelen...

Eine zeitgenössische Darstellung der großen Halle des Kaufhauses Crespin & Dufayel, einem Konsumtempel für Wohlhabende.
Bild: Musée des Arts Décoratifs, Paris.



Die großen Magazins

In der Zeit von 1850 bis 1890 eröffneten in Paris eine Reihe von luxuriösen Kaufhäusern, die zum Teil noch heute bestehen.

Diese Konsumtempel leiteten die Epoche der verschwenderischen Eleganz, des maßlosen Konsums und des Chics, der heute, nach wie vor, mit der französischen Hauptstadt verbunden ist.

Für die Damen wurde „*le dernier cri*“ der Mode angeboten, für Kinder gab es Spielzeug wie das hier abgebildete Pferde-Dreirad.

Das ganze Themenkomplex, welches eng mit der Entwicklung moderner Werbemethoden und Verkaufsstrategien verbunden ist, ist Thema einer Sonderausstellung des Musée des Arts Décoratifs in Paris. Wir haben uns für Sie umgeschaut...



Die Entstehung der *Grands Magasins* (1852 – 1925)

Das Musée des Arts Décoratifs erzählt in seiner aktuellen Sonderausstellung die Geburt und die Entwicklung der großen Magazine in Paris, von 1852 bis 1925. Illustriert wird diese Ausstellung mit 700 Werkstücke: Plakate, Kleidungsstücke, Kinderspielzeug und Kunstgewerbeobjekte.

Diese ungewöhnliche Schau erzählt die Geschichte der „Tempel der Modernität und des Konsums“ dessen innovative kommerzielle Konzepte die Sektoren der Mode, des Designs und der Werbung revolutioniert haben. Eine kommerzielle, soziale und kulturelle Revolution.

Am Ende des 19. Jahrhunderts brachte der Aufstieg der Bourgeoisie den großen Magazinen die erträumte Kundschaft. Man kaufte nach Wunsch oder aus Spaß (*on achète par désir ou par plaisir*) man besucht verwundert die Paläste des Kommerz, wo alles darauf abgestimmt ist, um den Kunden zu betören und zu verlocken – es ist die Erfindung einer neuen Art des Konsums.

Es ist tatsächlich die Geburt eines neuen Phänomens. Das *Second Empire* sieht wie eine Periode der nationalen Prosperität beginnt; kolossale Reichtümer entstehen. Die wohlhabende Bourgeoisie triumphiert und berauscht sich in den großen Magazinen, die für sie erfunden wurden.

Als Émile Zola den Roman *Au Bonheur des Dames* 1883 veröffentlicht, wird es sofort ein Riesenerfolg. Der Schriftsteller, der lange das Kaufhaus *Le Bon Marché* besucht hatte, liess sich durch dessen Gründer, das Ehepaar Boucicaut, inspirieren.

Ein neuer Typus des Kommerzes setzt sich durch, denn die großen Magazine verdanken ihren Erfolg auch den neuen Verkaufsstrategien: Festpreise, Reduktion der Gewinnspannen, Rückgaberecht, Verfielfachung der Verkaufssparten...



Die Ausstellung des Musée des Art Décoratifs zeigt vier Schwerpunkte, die man zu den emblematischsten Neuerungen der Magazine zählt:

1. Indem die großen Magazine ihre eigenen Werkstätten gründeten, haben sie das Kunstgewerbe demokratisiert und Möbel und Kunstobjekte kreiert, die in der Reichweite der populären Klassen lagen; damit förderten sie auch talentierte junge Künstler und Designer.

2. *La Parisienne* ist eine Attitüde und ein Geisteszustand. Der Journalist Taxile Delord hat 1841 die *Physiologie de la Parisienne* veröffentlicht, das er den „unglücklichen Frauen der Provinz“ widmete; darin argumentierte er, die „Parisienne sei ein Mythos, eine Fiktion und ein Symbol“.

3. Das Kind wird zu einer Zielscheibe des kommerziellen Interesses. Nach der Frau, will man nun auch die Mütter in der Familie zum Kaufen verlocken. Und das machen die großen Magazine, indem sie neue Sparten einrichten, die ganz den Kindern gewidmet sind. Der Erfolg setzt sich schlagartig ein.

4. Zwei Weltausstellungen. Die erste große internationale Ausstellung fand 1900 statt. Die zweite, die *Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes*, wurde in Paris im Jahr 1925 eröffnet. Die Präsenz der Kunstpavillons der großen Magazine trug dazu bei, diese große Weltmesse in einen großen Publikumserfolg zu verwandeln.



SCHÖNER SHOPPEN IN
LA SAMARITAINE

Die Geschichte der Samaritaine

La Samaritaine ist eines der ältesten Kaufhäuser in Paris – und auch eines der luxuriösesten. Das Geschäft startete 1870 als kleines Bekleidungsgeschäft; im Laufe der Jahre hat sich das Kaufhaus zu dem entwickelt, was es heute ist – ein Walhalla für wohlhabenden Pariser (und für die vermögenden Touristen).

Das Geschäft wurde 2005 geschlossen und im Laufe von 16 Jahren umfassend renoviert. Es hat sich von einem Kaufhaus, in dem man auch mit kleinem Budget einkaufen konnte, zu einer Anlaufstelle für Luxusartikel und teure Marken gewandelt. Neben den Geschäften beherbergt La Samaritaine auch mehrere Restaurants, ein Hotel und ein Penthouse mit privatem Swimmingpool.

Nach dem architektonischen Entwurf von Frantz Jourdain, Henri Sauvage und Gustave Eiffel eröffnete 1870 La Samaritaine in der Pariser Rue de la Monnaie. Mit einem reichen Dekor im Jugendstil und im Stil des Art Déco, einem gläsernen Kuppelgewölbe und einer ornamentalen Stahlkonstruktion, gehört das Kaufhaus zu den imposantesten Konsumtempeln dieser Welt.



La Samaritaine ist seit 1869 ein Pariser Warenhaus mit einem gehobenen Sortiment und Luxuswaren. Die Samaritaine hat 364 Tage im Jahr geöffnet, geschlossen ist sie nur am 1. Mai. Mit 48.000 m² Verkaufsfläche war sie 2005 das größte Warenhaus von Paris.

La Samaritaine ist ein vierteiliges Gebäudeensemble und steht im 1. Arrondissement am rechten Ufer der Seine am Pont Neuf. Seit 2001 ist sie im Besitz des Luxusgüterkonzerns LVMH (Louis Vuitton – Moët Hennessy).

La Samaritaine wurde 2005 aus feuerschutzrechtlichen Gründen geschlossen und anschließend renoviert; die Wiedereröffnung erfolgte im Juni 2021.

Louis Vuitton – Moët Hennessy ließ den gesamten Komplex mit einer Mischnutzung von Ladengeschäften, Büroräumen, Kindertagesstätten und Wohnungen umgestalten. Das Art-Déco-Gebäude am Seine-Ufer (Magasin Nr. 2) enthält ein Luxushotel der LVMH-Tochter Cheval Blanc. Im Komplex sind zusätzlich eine Kinderkrippe und fast 100 Sozialwohnungen enthalten.

Denkmalschutzrechtliche Klagen gegen die milchglasartige Fassadengestaltung von Magasin 4 unterbrachen zwei Jahre lang die Bauarbeiten.



Samaritaine, Magasin Nr. 1. Es steht in unmittelbarer Nähe des Louvre-Museums.

Der Gründer Ernest Cognacq (1839–1928) hatte als Straßenhändler von Krautwatten auf dem Pont Neuf begonnen. Seine Gattin Marie-Louise Jaÿ (1838–1925) war zuvor die erste Verkäuferin in der Kostümabteilung des Bon Marché gewesen.

1869 mietete Cognacq seine erste kleine Boutique in einem Café am Eckgebäude zwischen der Rue du Pont-Neuf und der Rue de la Monnaie vor dem einmündenden Pont Neuf. Ein Jahr später konnte er das Café aufkaufen und den Laden erweitern, dem er den Namen *La Samaritaine* gab. 1872 heiratete er Marie-Louise Jaÿ, die er seit 1856 kannte. Cognacq orientierte sich an den Verkaufsmethoden von Aristide Boucicaut, räumte aber den Abteilungsleitern große Vollmachten ein.

Von 1883 bis 1933 wurde La Samaritaine mehrfach erweitert, vor allem zwischen 1903 und 1907 durch den Jugendstilarchitekten **Frantz Jourdain** und 1933 im Stil des Art Déco durch **Henri Sauvage**.

Das Magazin 2 steht heute vollständig unter Denkmalschutz, das dreieckige Haus 3 zwischen den Straßen Rue de Rivoli, Rue du Pont-Neuf und der Rue de Boucher nur mit Fassade und Dach. Hinter dem Magazin 2 grenzt ein viertes Geschäft an.



Der Gründer Ernest Cognacq (1839–1928) und seine Gattin Marie-Louise Jaÿ (1838–1925)

„On trouve tout à la Samaritaine“

In den 1960er- und 1970er-Jahren warb das Warenhaus mit dem Motto: „On trouve tout à la Samaritaine“ („In der Samaritaine findet man alles“). Die Schließung der nahen zentralen Pariser Markthallen im Jahre 1969 und deren Verlagerung an den Stadtrand hatte eine empfindliche Einbuße an Kundschaft zur Folge.

Nach Verlusten in den 1990er-Jahren wurde La Samaritaine im Januar 2001 vom Inhaber Georges Renand an die Luxusgütergruppe LVMH für fast 230 Millionen Euro verkauft.

Trotz einer geschäftlichen Neuausrichtung nahmen die Verluste zu. Nach einer Inspektion durch die Polizeipräfektur im Juni 2005 wurde das Warenhaus wegen Problemen beim Brandschutz geschlossen. Die Geschäftsführung kündigte daraufhin an, wegen der erforderlichen Renovierungsarbeiten den Betrieb für mindestens sechs Jahre einzustellen. Der damalige Pariser Bürgermeister Bertrand Delanoë versicherte, die Samaritaine bleibe auf jeden Fall ein Geschäft.

Umgestaltung durch LVMH

Im Juni 2008 präsentierte LVMH ein Nutzungskonzept, wonach bis 2013 die Gebäude zu einem Luxushotel, Büros und auch einigen Sozialwohnungen umgebaut werden sollten. Die stellvertretende Bürgermeisterin von Paris, Anne



Das Hauptgebäude von der Samaritaine, das Magasin Nr. 2, gesehen vom Pont Neuf. Gestaltet im Art-Déco Stil. Foto von 2006.

Hidalgo, bestätigte in einem Interview im Juli 2009, dass der Pariser Stadt- und Regionalrat die Umwandlung von La Samaritaine in ein Luxushotel und andere Einrichtungen diskutierte.

Im April 2010 beschloss die Konzernleitung von LVMH, das japanische Architekturbüro SANAA mit der Umgestaltung des Gebäudeensembles zu beauftragen. Das vollständig denkmalgeschützte La Samaritaine (Magasin 2) wurde zu einem Luxushotel der LVHM-Tochter *Cheval Blanc* umgebaut, während in den anderen Gebäuden Ladengeschäfte, Büros, Wohnungen und Kindertagesstätten entstanden.

Das japanische Architekturbüro SANAA verantwortete ab 2010 die Gesamtplanung und veröffentlichte im Juni 2011 seine Entwürfe. Der Kopfbau des Magasin 4 an der Rue de Rivoli sollte eine moderne, halbtransparente Fassade erhalten.

Denkmalschutzvereine klagten gegen die vorgesehene Fassadengestaltung vor dem zuständigen Verwaltungsgericht und gewannen im Mai 2014 in erster Instanz sowie am 5. Januar 2015 in zweiter Instanz vor dem Berufungsgericht.

Am 19. Juni 2015 entschied in letzter Instanz der Staatsrat, daß die Umbaupläne keinen Verstoß gegen die Pflicht zur Integration in das Stadtbild darstellen und hob den verhängten Baustopp auf.





Der aktuelle Zustand des Samaritaine-Stammhauses: Die Glaswellen-Fassade der Rue Rivoli.

Kürzlich sanierte das japanische Architekturbüro SANAA das Gebäude des Stammhauses und erweiterte es um einen zeitgemäß transparenten Neubau. Für die Fassade entwickelten die Architekten eine Lösung aus gewelltem Glas – ein Vorschlag, der im wahrsten Sinne des Wortes „Wellen schlug“: Eine Klage der Denkmalschutzbehörde verzögerte die Bauarbeiten.

Das neue zurückhaltende Interieur der Verkaufsfläche steht bewußt im Kontrast zu dem pompösen Lichthof mit seiner prominenten Treppe. Im Auftrag des Luxusgüterkonzerns LVMH wurde eine Mischnutzung entwickelt, bestehend aus dem Warenhaus, einem Nobelhotel, Büroflächen, 96 Wohneinheiten und einer Kindertagesstätte. Mit dem Hotelumbau des Jugendstilgebäudes wurde der französische Architekt **Edouard François** beauftragt.





Die Samaritaine, heute

Moderne Schaufenstergestaltung an der Glaswellenfassade der Rue Rivoli.



Zwei Kataloge des Jahres 1905.

[illegible]

GRANDS MAGASINS DE LA

SAMARITAINE

Rue de Rivoli 75, Rues du Pont-Neuf et de la Monnaie, PARIS

HIVER 1905-1906.

PALETOT DIRECTOIRE en drap d'Elbeuf extra-fin, noir ou couleur, empoucement et manchettes doublés bas, broché, garni fourré applications, drappé et poignets, noir, longueur 1905. **58**

N° 108. CHAPEAU en velours de Lyon, garni fourré de ruban et broché sur paille, la paille garnie bas de moquette noir, amoncelée plume autrichienne et ruban noir. **20**

PALETOT EMPIRE en beau drap noir ou beige, garni de tresse et plumes soies, empoucement double, polaire soie. Longueur deux. **39**

A la Samaritaine

N° 109. CHAPEAU, la calotte en peluche et la passe en velours de Lyon, garni fourré de ruban et moult de velours, le relevé de côté garni tulle de plumes autrichiennes, tulle de fleurs et ruban satin. **18**

MANTELET en beau drap double satin sans couture et orné passementerie. **39**

A la Samaritaine

N° 110. CHAPEAU en velours d'un blais de velours, le relevé de côté garni tulle de plumes autrichiennes, tulle de fleurs et ruban satin. **16**

Kataloge am Anfang des 20. Jahrhunderts



Rechts: Militärisch und aggressiv – das Spielzeug-Angebot der Samaritaine am Anfang des 20. Jahrhunderts.

Links: Hemden und Nachtwäsche für die modebewußte Dame.

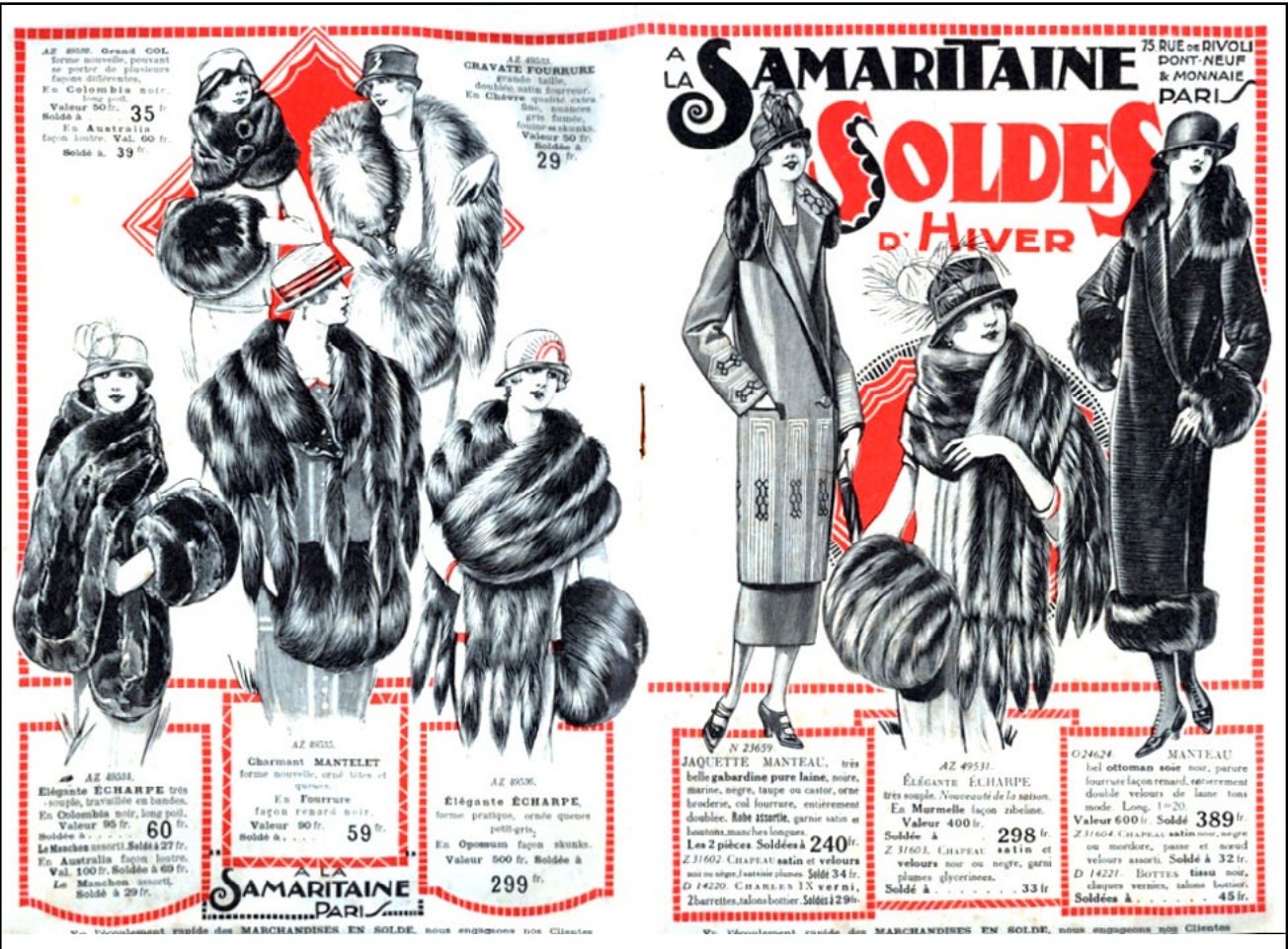
AFFICHES-CAMIS 58, Rue St Sabin PARIS



Kataloge der 1930er-Jahre



Im Katalog von 1932 bietet La Samaritaine Kinderspielzeug in kolonialer Amutung an.



In den 1930er-Jahren hat sich der Stil Art-Déco durchgesetzt.
In diesem Katalog von La Samaritaine die entsprechende Pelzmode.



Auf der Jugendstil-Galeriehalle
von den Galeries Lafayette wurde
eine farbige Glaskuppel errichtet;
dessen Eröffnung fand 1912 statt..
Foto: Ursula Walterscheid.

Galeries Lafayette

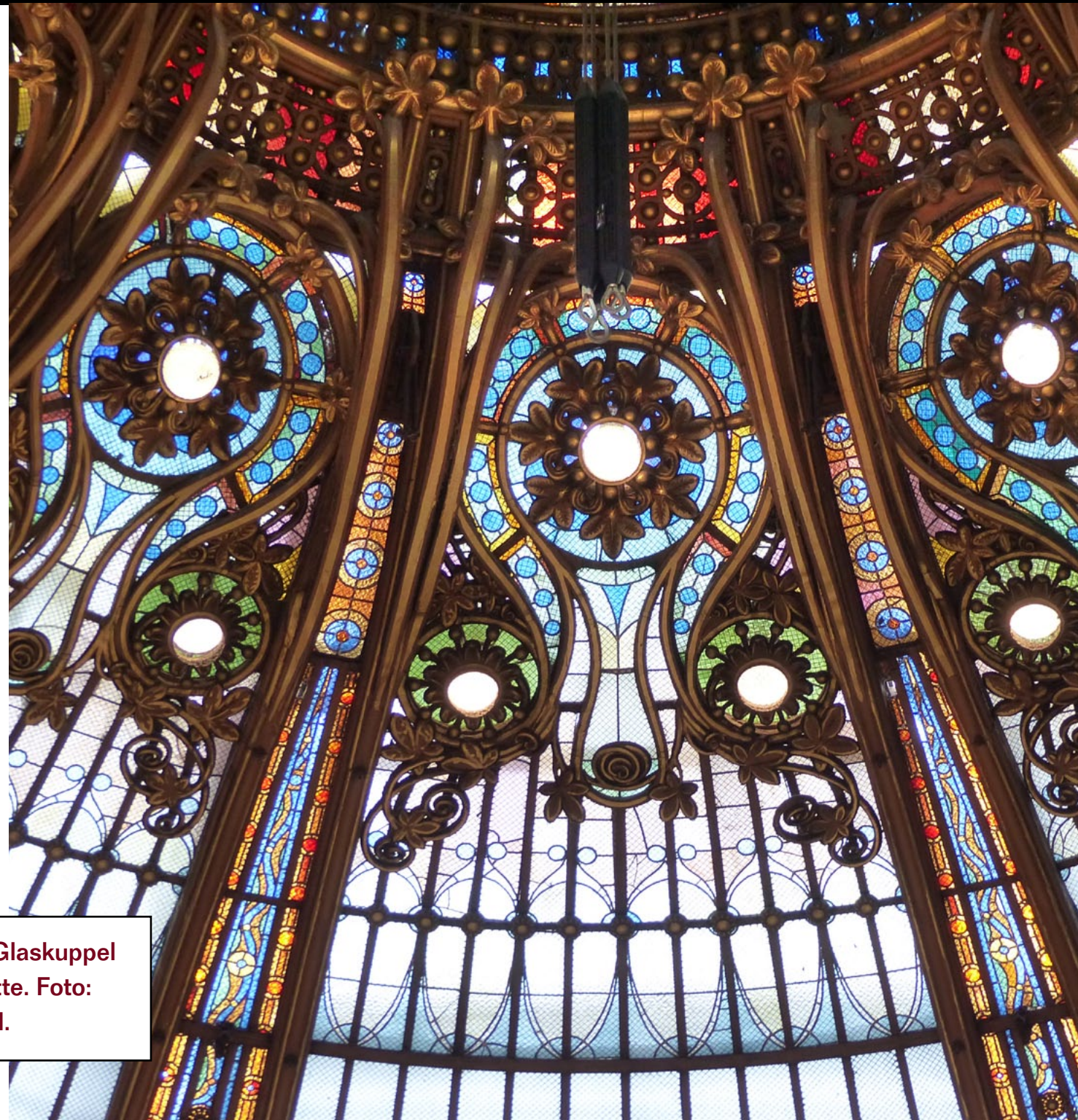
Kaufhäuser *high end* fehlen kaum im Zentrum von Paris – aber nicht alle wurden gleich geboren. Es war stets eine Frage von Rang und Prestige, wie bei den Galeries Lafayette, zum Beispiel. Das Hauptgeschäft, welches sich entlang des Boulevard Haussmann streckt, hat etliche Besonderheiten. Zusätzlich zu seiner jahrhundertalten Geschichte, beeindruckt es durch seinen Dekor.

Und wenn dieses Geschäft – eines der größten in Europa – so erfolgreich ist, dann verdankt man diesem Erfolg der gebotenen *shopping experience*. Stellen Sie sich 70,000m² vor, die dem Universum des Luxus, der Mode, dem französischen Lebensstil gewidmet sind.

Dann flanieren Sie entlang der Stände an 3.600 Marken vorbei. Die Mehrheit ist der Mode (Louis Vuitton, Dior, Céline, Chloé, Issey Miake, APC...), oder der Gastronomie (Alain Ducasse, Pierre Hermé, Angelina...) oder den Getränken (ein Shop mit mehr als 2.500 Flaschen) gewidmet.

Fassen wir zusammen: Die Galeries Lafayette sind eine große, sehr elegante französische Warenhauskette. Das Stammhaus in Paris, eines der ältesten Kaufhäuser Frankreichs, ist bemerkenswert auch wegen seiner Jugendstilarchitektur.

Detail der farbigen Glaskuppel der Galeries Lafayette. Foto: Ursula Walterscheid.



Geschichte

Der Kaufmann Théophile Bader aus Dambach-la-Ville und sein Cousin Alphonse Kahn aus Kolbsheim eröffneten zunächst 1894 ein Wäschemodesgeschäft mit einer Ladenfläche von 70 m² im 9. Arrondissement in der Rue La Fayette Nr. 1 in bester Geschäftslage, wenige Minuten entfernt von der Pariser Oper. Sie benannten das Geschäft 1894 nach der Straße in *Aux Galeries Lafayette*. Am 21. Dezember 1895 kaufte die Gesellschaft das gesamte Gebäude in der Rue La Fayette Nr. 1; bald wurde aus dem Modesgeschäft ein Kaufhaus mit 265 m² auf fünf Stockwerken.

In den folgenden fünf Jahren kamen weitere Modesgeschäfte in Paris und Lyon hinzu. Die Gesellschaft erweiterte ihre Geschäftstätigkeit über den reinen Einzelhandel hinaus auch auf die Modeproduktion. 1899 wurde die Aktiengesellschaft *Société Anonyme des Galeries Lafayette* gegründet.

Der Architekt Georges Chedanne erhielt 1906 den Auftrag für eine 10-stöckige Neukonstruktion, die 1908 fertig wurde. Hierdurch dehnte sich das Stammhaus weiter aus bis zur Adresse Boulevard Haussmann Nr. 38–41.

1907 hatte das Kaufhaus schon mehr als 750 Angestellte. Von 1910 bis 1912 wurde ein Gebäudekomplex in armerter Betonskelettbauweise errichtet. Auf der 33 Meter hohen Jugendstil-Galeriehalle wurde eine 40 Meter hohe farbige



Galeries Lafayette, um die Jahrhundertwende. Foto der Agence Rol.

Glaskuppel errichtet; die Eröffnung fand am 8. Oktober 1912 statt. Das Haus hatte nun eine Verkaufsfläche von 18.000 m². Noch im Jahre 1912 verkaufte Kahn seinen Anteil an Bader.

Zu Beginn des Ersten Weltkrieges durchlitt das Unternehmen eine Phase sinkender Umsätze. 1916 wurde eine Filiale in Nizza eröffnet, 1920 eine weitere Filiale in London. Die Geschäfte an den Standorten Paris und Lyon wurden kontinuierlich erweitert. 1931 eröffnete eine Filiale in Bukarest.

Um den Folgen der Weltwirtschaftskrise zu begegnen, wurde im Oktober 1932 das erste Monoprix-Geschäft eröffnet (in Rouen); bis 1938 entstanden in Frankreich 42 Monoprix-Niederlassungen: Kaufhäuser mit einfacher Ausstattung und gängiger, volkstümlicher Ware zu einheitlichen Preisen.

Das 1928 gegründete Unternehmen *Uniprix* und das 1931 gegründete Unternehmen *Prisunic* eröffneten und betrieben ähnliche Kaufhäuser.

Im Juni 1940 besetzte die Wehrmacht Teile Frankreichs; das Vichy-Regime erließ bald einige antijüdische Gesetze. Diese zwangen die Geschäftsleitung zum Rücktritt. Das Unternehmen wurde arisiert. 1945, nach dem Zweiten Weltkrieg, übernahmen Heilbronn und Meyer wieder die Geschäftsführung.

Die ersten Nachkriegsjahre waren durch Versorgungsengpässe und ein eingeschränktes Sortiment gekennzeichnet. Ab etwa 1950 konnte das



Die Küche der Galeries Lafayette. Foto der Agence Rol.

Unternehmen wieder das volle Warensortiment wie zu Vorkriegszeiten anbieten und expandieren. In den 1970er-Jahren hatte die Kette in fast jeder großen Stadt Frankreichs ein Warenhaus.

In der Nähe des Pariser Stammhauses der Galeries Lafayette, am Boulevard Haussmann Nr. 64, liegt Printemps (*s. Seite 71*), ein weiteres berühmtes Pariser Kaufhaus.

1996 eröffneten die Galeries Lafayette als eines der ersten Unternehmen nach der deutschen Wiedervereinigung im ehemaligen Ostteil Berlins ein Warenhaus, die *Galeries Lafayette Berlin*.

Bis 2019 wurden sowohl in Frankreich, wie etwa die Pariser Standorte Beaugrenelle und Champs-Élysée, als auch zehn Filialen im Ausland wie etwa in Dubai oder Shanghai eröffnet.

2018 und 2021 übernahm der Unternehmer Michel Ohayon insgesamt 26 Häuser der Gruppe, hauptsächlich in kleineren Städten wie Tarbes, Pau, Lorient und Belfort. Diese Filialen waren lange Zeit defizitär, der neue Eigentümer wollte sie mit neuen Konzepten rentabel machen. Sie sind in der Holdinggesellschaft Hermione People & Brands organisiert, die keine Finanzzahlen veröffentlicht.

Anfang 2023 stellte Michel Ohayon einen Antrag auf Eröffnung eines gerichtlichen Sicherungsverfahrens für die Häuser seiner Gruppe. Im April 2024 gab man die Schließung des Berliner Standorts Ende Juli 2024 bekannt.



Wirtschaftsdaten

Gründung: 1894 in Paris

Leitung: Ginette Moulin – Direktorin der Holding (Présidente de Holding du groupe Galeries Lafayette) / Patricia Moulin Lemoine – Aufsichtsratsvorsitzende (Présidente du Conseil de Surveillance) / Nicolas Houzé – Geschäftsführer (Directeur général)

Mitarbeiterzahl: 11.000 (2020)

Umsatz: 4,5 Mrd. Euro (2019)

Im Kaufhaus zählt man täglich 60.000 Besucher, die zwischen 6 Restaurants wählen können. Im Jahr 2005 beschäftigte die Unternehmensgruppe Galeries Lafayette rund 35.000 Mitarbeiter.

Mit einer Verkaufsfläche von 68.000 m² ist es größtes Kaufhaus der westlichen Welt und damit auch größtes der zwölf wichtigsten Kaufhäuser in Paris. Seit 2001 gibt es eine Divisionalisierung in *Lafayette Homme* (Männerbekleidung; 2001), *Lafayette Gourmet* (Speisen und Getränke; 2002), *Lafayette Maison* (Wohnen) und *VO* (Mode; 2004) und *Lafayette Shoes*, seit Juli 2009 mit 3.200 m² das größte Damenschuhgeschäft der Welt.

Der Warenhauskette Galeries Lafayette gehörte seit Gründung im Jahre 1932 auch die französische Warenhauskette *Monoprix*, deren Aktien sie aber im Juni 2012 verkaufte. Außerdem

**Die große Halle im
Pariser Stammhaus
der Galeries Lafayette.**



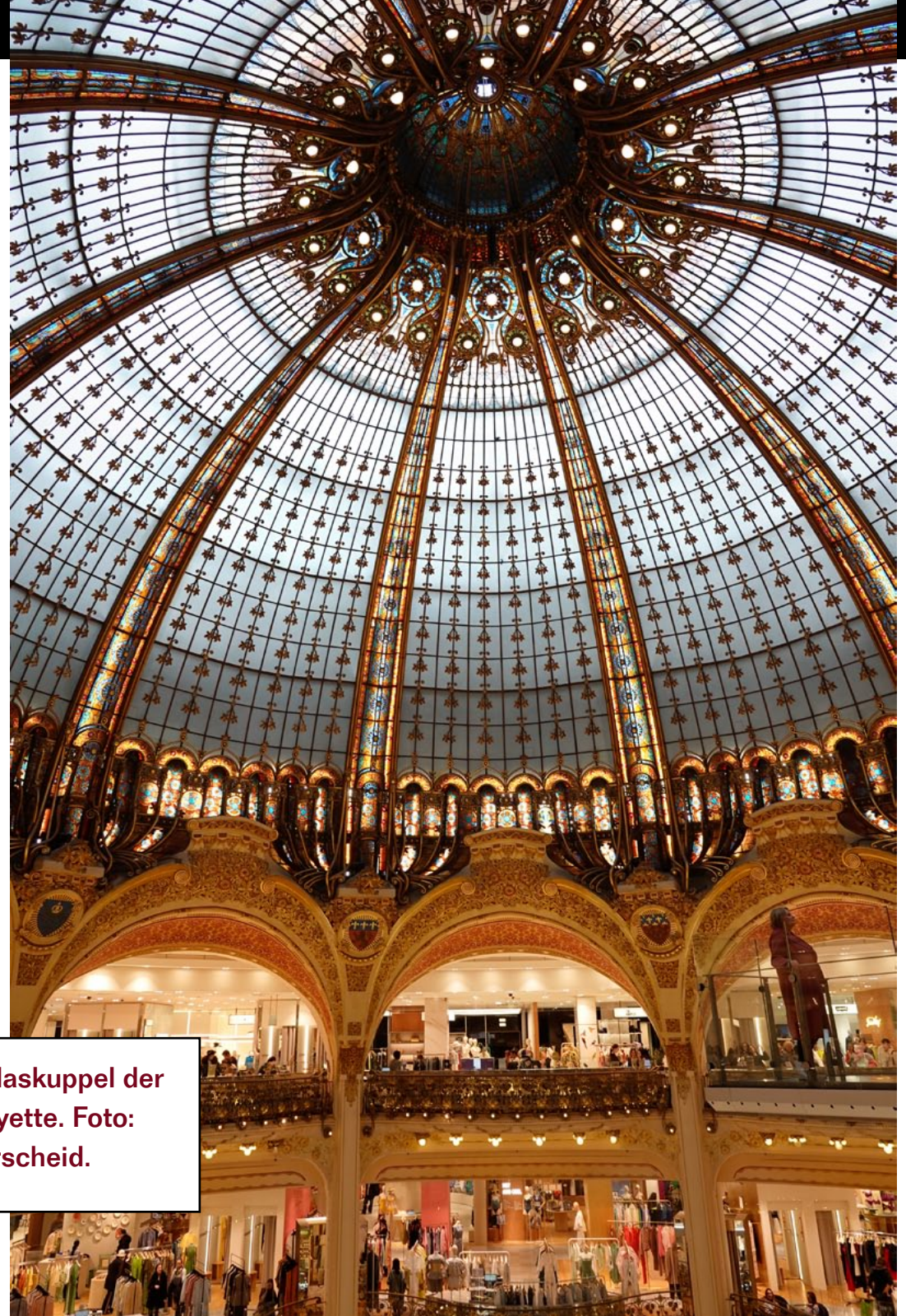
gehören die Warenhauskette *Bazar de l'Hôtel de Ville* (BHV) sowie verschiedene Finanz- und Versicherungsunternehmen sowie Reiseunternehmen zur Gruppe.

Ferner besitzt das Unternehmen ausgedehnte Immobilien in bester Lage in Paris. Die Gruppe erwirtschaftete 2004 einen Umsatz von 5,64 Milliarden Euro und einen Gewinn vor Steuern von 133,9 Mio. Euro. Durch die Corona-Pandemie 2020/2021 erlitt die Gruppe beträchtliche Umsatzeinbußen, die großen Kaufhäuser in Paris verloren bis zu 50% vom Umsatz.

2022 verfügte Galeries Lafayette über 55 Filialen in Frankreich sowie zehn bestehende und fünf geplante Standorte im Ausland. Galeries Lafayette ist weltweit an 65 Standorten vertreten.

Der Streubesitz der Kaufhaus-Gruppe wurde bis Juli 2005 an der Pariser Börse gehandelt. Mehrheitlich lagen die Aktien im Besitz der Familien Etienne Moulin (31,7 %), Georges Meyer (29,5 %) und Max Heilbronn (1,7 %).

Die Familie Moulin übernahm die Anteile der Familien Meyer und Heilbronn und besitzt nun 62,9 %, während sich 37,1 % im Besitz von BNP Paribas befinden.



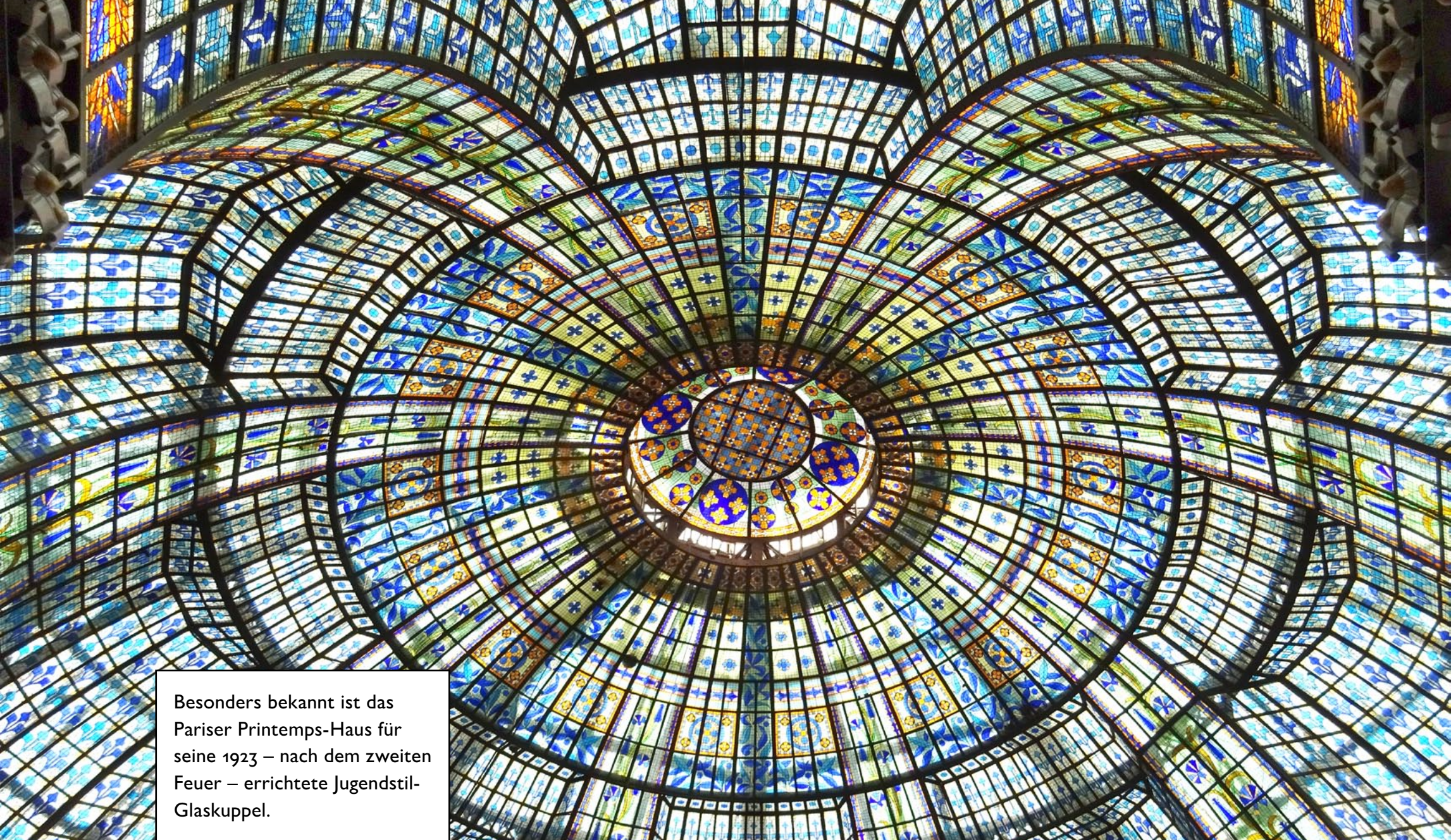
Die farbige Glaskuppel der Galeries Lafayette. Foto: Ursula Walterscheid.



Detail der Glaskuppel der Galeries Lafayette. Foto: uw.



Galeries Lafayette, die Jugendstil-
Glaskuppel. Foto: uw.



Besonders bekannt ist das Pariser Printemps-Haus für seine 1923 – nach dem zweiten Feuer – errichtete Jugendstil-Glaskuppel.

Chez Printemps

Die Kaufhäuser Printemps

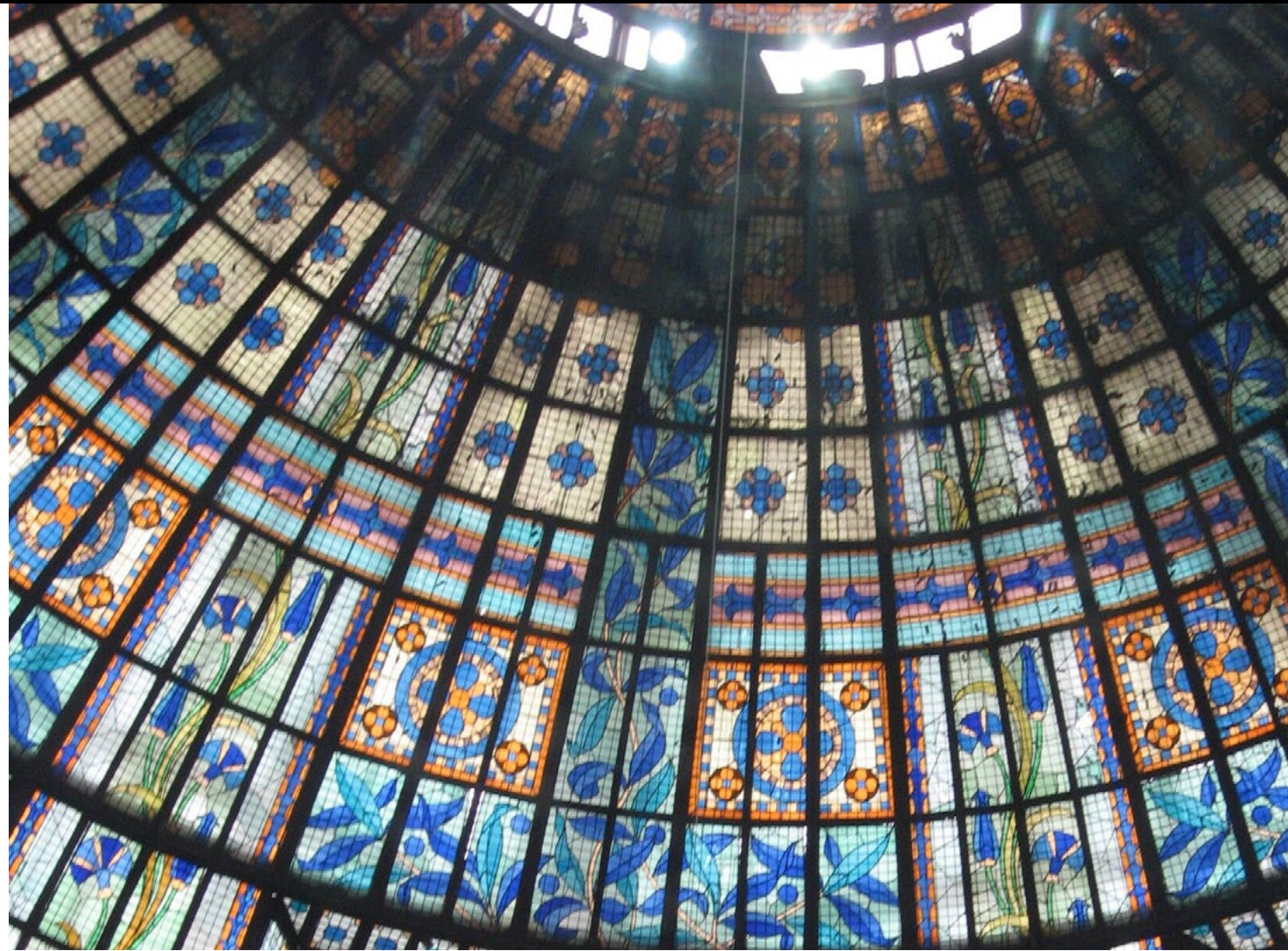
Printemps ist eine Warenhauskette, deren wichtigste Filiale sich am Boulevard Haussmann im 9. Arrondissement von Paris befindet.

Die *Grands Magasins du Printemps* wurden 1865 von Jules Jaluzot und Jean Alfred Duclos in einem vom Architekten Paul Sédille erbauten Gebäude am Boulevard Haussmann Nr. 64 mit 2.885 m² Verkaufsfläche eröffnet. Jaluzot nahm dabei Georges-Eugène Haussmanns Bauplanung der Straße vorweg, die erst im Januar 1927 fertiggestellt wurde.

In der Nähe, am Boulevard Haussmann Nr. 40, liegt ein anderes berühmtes Pariser Kaufhaus: die Galeries Lafayette.

Zwei große Feuer zerstörten das Warenhaus am 9. März 1881 und am 28. September 1921 und sorgten für einen spektakulären Neuaufbau. In der Folge des ersten Feuers wurde das Großwarenhaus zu einem Pionier der elektrischen Beleuchtung. Denn im Februar 1883 konnte der zweite Bau des Kaufhauses mit elektrischem Licht eröffnet werden.

Im November 1887 schloss das Kaufhaus einen Vertrag mit Gustave Eiffel über die Lieferung von



Eisenschrott aus dem Bau des Eiffelturms, um hieraus Souvenirs herzustellen.

Besonders bekannt ist das Haus für seine 1923 nach dem zweiten Feuer errichtete Jugendstil-Glaskuppel mit Glasmalereien. Unter der Kuppel befindet sich ein Café, das „Café Flo“. Seit 1975 sind Fassade und Kuppel ein eingetragenes histo-

risches Monument. Im November 2009 erhielt das Kaufhaus eine neue Fassade unter Berücksichtigung der denkmalgeschützten Teile.

Das Warenhaus Printemps hat in ganz Frankreich mehrere Filialen, ebenso in Andorra, in der Tokyoer Ginza, in Dschidda und in Seoul. Die einzige Niederlassung in Nordamerika, die 1987

in Denver eröffnet wurde, ist mittlerweile wieder geschlossen.

Eigentümer

Die Pinault-Gruppe erwarb das Kaufhaus im Dezember 1992 von der Schweizer Maus Frères Holding. Im Juni 2006 erwarb ein Konsortium von der Borletti-Gruppe mit dem der Deutschen Bank zugehörigen Investor RREEF das Kaufhaus. Im April 2013 gaben die Borletti-Gruppe und RREEF den Verkauf von Printemps bekannt; Käufer ist ein Investorenkonsortium aus Katar. Der Kaufpreis beträgt inklusive Schulden 1,6 Milliarden Euro.

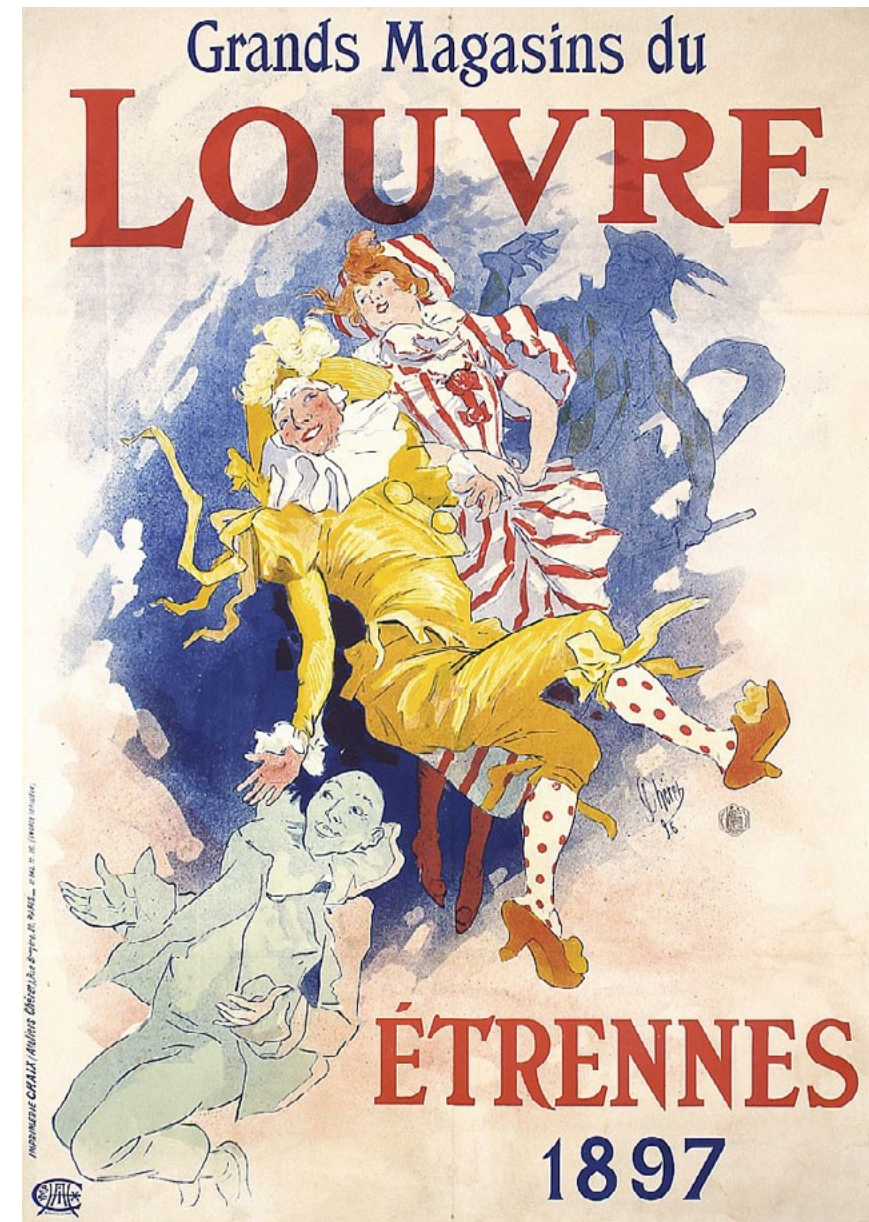


1923 – das zweite Feuer.
Dannach wurde die
Glaskuppel errichtet.

Die *Grands Magasins du Louvre* waren ein großes Magazin in Paris, das 1974 geschlossen wurde. Wie sein Name es nahelegt, lag er in der unmittelbaren Nachbarschaft vom Musée du Louvre.

Die Grands Magasins du Louvre wurden 1855 eröffnet; sie hießen damals *Galleries du Louvre* und befanden sich im Erdgeschoß des Grand Hôtel du Louvre, an der Rue de Marengo und der Rue de Rivoli.

Die Bezeichnung als *Grands Magasins du Louvre* erfolgte 1857, die Geschäftswelt investierte 1888 in das Ensemble des ehemaligen Gebäudes bis hin zum Platz des Palais-Royal. Nach einer Restrukturierung wurde er 1978 durch das Kaufhaus *Louvre des Antiquaires* ersetzt.



Grands Magasins du Louvre



Ankündigung der Neuheiten für die Sommersaison des Jahres ?? der Grands Magasins du Louvre. Ein Plakat von der Werkstatt von Jules Chéret.



Werbeplakat für die Kinderspielzeugabteilung der Grands Magasins du Louvre. Von Jules Chéret 1891 hergestellt.



Werbeplakat für die Spielzeugabteilung der Grand Magasins du Louvre, von Leonetto Cappiello. 1920.

**Im Dienste der eleganten
Pariserin: Korsett, wie er im
Kaufhaus *Au Bon Marché* verkauft
wurde, um 1890.**

Foto: Musée des Arts Décoratifs, Paris.



Au Bon Marché

Korsette waren damals der Modehit für die elegante Dame – nur damit konnte man eine „Wespentaille“ erzielen.

Daß diese Korsette jedoch starke Schmerzen und Körperverschraubungen verursachten, wurde verschwiegen.

Erlösung kam erst mit den Anfängen der Frauenbewegung, die einen anderen Bekleidungsstil propagierte – locker, gesund und trotzdem elegant.

Korsette in einem Kaufhauskatalog, 1908.

70

GRANDS MAGASINS DU PRINTEMPS — PARIS

Corsets

Pour les mesures
prière
de nous indiquer le
tour de taille
pris sur la personne
toute habillée.

571247. Corset
coulé broché
jolis formes, long
du ventre et
des hanches, fond
clair et fond
noir.
12.90
Qualité
supérieure.
14.50

572889. Corset
coulé écarlate,
forme droite,
solide
et élégant.
14.90
Qualité
supérieure.
Prix
16.50

574208. Corset coulé
pékiné forme très
élégante, allonge et
amincit la taille, ciel,
rose, mauve, guillo et
noir.
14.90
Qualité supérieure, en
ciel et rose.
29. »

57770. Corset barbote
toile unie forme
droite, long du
ventre et des hanches,
ciel, rose et blanc.
8.90

57788. Corset tricot der-
nier genre, souple et
léger très long du bas,
dissimule le ventre et les
hanches, ciel, rose et
blanc.
35. »

Grand choix
de
SOUTIEN-
GORGE
Depuis
4.50

Grand choix
de CEINTURES
et BAS
orthopédiques
pour dames.
—
Demander le
CATALOGUE SPÉCIAL

57910. Corset broché, très élégant, forme dernier genre, allonge et
amincit la taille.
En blanc seulement. 30. »

57980. Corset batiste broché, poitrine basse, long du ventre et
des hanches, ciel, rose et blanc.
Prix. 16.90

Nous tenons à la disposition de notre clientèle, un Catalogue spécial de CORSETS

71

GRANDS MAGASINS DU PRINTEMPS — PARIS

Corsets

Pour les mesures
prière
de nous indiquer le
tour de taille
pris sur la personne
toute habillée.

57167. Corset taille
forme élégante,
très léger.
Ecar. . . 5.90
Qualité
supérieure.
9.90

57149. Corset
coulé broché,
forme droite,
long du ventre
et des hanches,
fond clair et
fond noir.
5.90
Qualité
supérieure.
8.90

57122. Corset ruban, jolie
forme, très souple et
très léger, ciel rose et
blanc.
Prix. . . . 8.90
Qualité supérieure.
15.90
En ruban de satin soie,
29. »

5765. Corset coulé écarlate, jolie forme
droite pratique et solide.
15.75
Qualité supérieure.
16.90

571620. Corset coulé écarlate,
jolie forme pratique
et solide.
Prix. . . . 7.90
Qualité supérieure.
12.90

57357. Corset coulé broché, forme très élégante, poitrine haute
et très long du bas, fond clair et fond noir. 18.50

57815. Corset toile unie, très frais au porteur, forme élégante,
allonge et amincit la taille, ciel, rose et blanc. 10.90

Grand Choix
de
Soutien-Gorge
depuis 4.50

Toutes nos marchandises sont expédiées franco de port, à partir de 25 francs dans toute la France.

Le Bon Marché

Le Bon Marché gilt als das erste Warenhaus der Geschichte und zählt heute zu den vornehmsten Warenhäusern ganz Frankreichs...

Le Bon Marché ist heute eines der großen Pariser Warenhäuser. Und auch eines der ersten; es wurde schon 1838 von den **Gebrüdern Videau** gegründet. Mit der Leitung von **Aristide Boucicaut** nahm dieses Warenhaus eine Pionierstellung in der Entwicklung des europäischen Einzelhandels ein.

1848 stieg das Ehepaar Boucicaut als Teilhaber bei den Gebrüdern Videau ein und übernahm 1852 die Mehrheit der Anteile. Sie transformierten das bescheidene Unternehmen mit zwölf Angestellten binnen weniger Jahre in ein Großwarenhaus mit breitem und tiefem Sortiment, festen Preisen und intensiver Werbung.

Boucicaut führte als Werbemittel unter anderem die damals neue Idee von Sammelbildern ein.

1863 kaufte das Ehepaar Boucicaut die Familie Videau aus, die Bedenken gegenüber dem massiven Expansionskurs der Boucicauts hatte. Im Jahr 1869 kam es zu einer bedeutenden Vergrößerung des Gebäudes unter Mitwirkung von Gustave Eiffel. Diese „Kathedrale des Kommerzes“ (Émile



Zola) war wirtschaftlich sehr erfolgreich und wurde daher 1855 von den *Grands Magasins du Louvre* nachgeahmt.

Deren Gründer waren Alfred Chauchard, Auguste Hériot und Charles Eugène Faré, mit Unterstützung der Gebrüder Eugène Pereire und Isaac Pereire.

Premier grand magasin Le Bon Marché.
Rue de Sèvres, Paris.

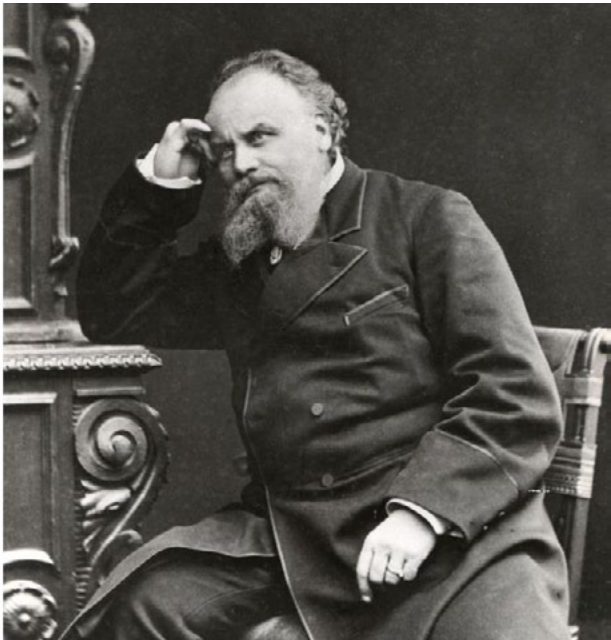
1856 folgte die Gründung des Kaufhauses *À la Belle Jardinière*, der *Magasins du Printemps* (1865) und der *Samaritaine* (1869). Diese Nachahmer und Konkurrenten siedelten sich alles auf der Rive droite (dem rechten Seineufer) an, während Le Bon Marché weiter die Rive gauche (das linke Seineufer) dominierte. Die Familie Boucicaut ließ hier auch das gegenüber liegende Hôtel Lutetia errichten, das einzige Luxushotel am linken Seineufer.



Das Kaufhaus heute

1984 wurde das Kaufhaus von der Gruppe Moët Hennessy Louis Vuitton (LVMH) übernommen. Von 1988 bis 2010 leitete Philippe de Beauvoir das Warenhaus und entwickelte es zu einem „High-End Department Store“. Die Feinkostabteilung *La Grande Épicerie* wurde mit über 5000 Produkten aus aller Welt die größte von Paris. Außerdem führte er regelmäßige kulturelle Ausstellungen auf der zweiten Etage ein.

Zu Beauvoirs Nachfolger wurde Patrice Wagner bestimmt, der zuvor das größte deut-



Margeritte und Aristide Boucicaut.



Au Bon Marché. Werbeplakat von Hamner für Delhaize Frères & Cie. Lithografie gedruckt von J.L. Goffart, Brüssel.

sche Warenhaus KaDeWe geleitet hatte. Wagner soll, wie schon bei der Karstadt Premium Group, die Luxussparte der Warenhäuser von LVMH ausbauen.

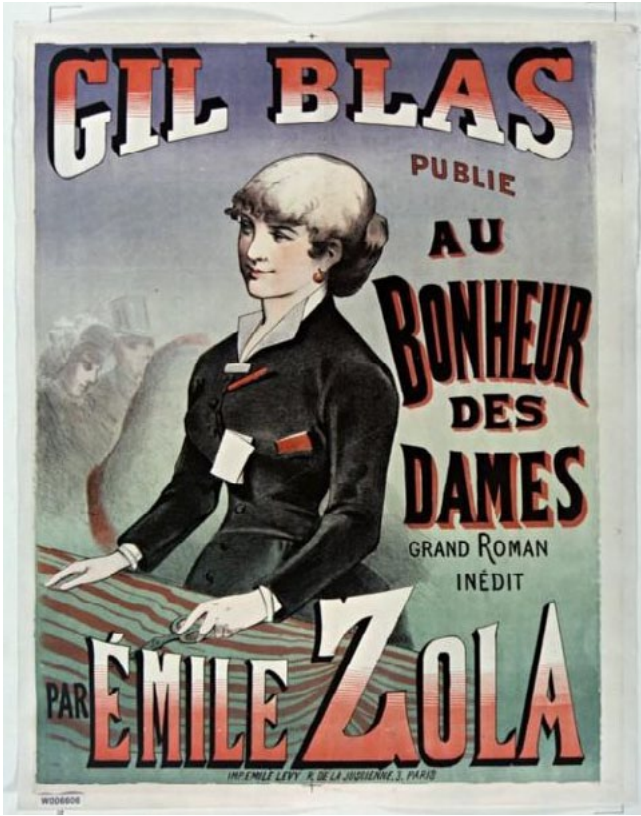
Soziale Fürsorge.

Ein Großkaufhaus wie der Bon Marché mit Hunderten, später Tausenden von Mitarbeitern, erforderte andere Führungsstrukturen als die traditionellen Familienbetriebe.

Aristide Boucicaut baute sein Unternehmen streng hierarchisch auf und führte seine Mitarbeiter nach einem rigiden Reglement. Trotzdem versuchte er, geleitet von seiner christlichen Welt-sicht, den Verlust der vertrauten Familienumge-bung durch soziale Maßnahmen auszugleichen.

Aristide Boucicaut orientierte sich dabei an dem aktuellen Stand in anderen fortschrittlichen Großunternehmen von Industrie und Handel. Er war Gründungsmitglied einer Gesellschaft von Unternehmern zur Erforschung von Methoden zur Gewinnbeteiligung der Mitarbeiter, die 1873 gegründet worden war und ab 1879 jährlich eine Zeitschrift herausbrachte, die sich mit aktuellen Fragen der Gewinnbeteiligung befasste.

Mit seinen als paternalistisch empfundenen und als philanthropisch gepriesenen Bestrebun-gen verfolgte Aristide Boucicaut auch den Zweck, die Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, das Personal zu disziplinieren und die aufkom-menden Gewerkschaften fernzuhalten.



Ankündigung des Vorabdrucks von *Au Bonheur des Dames* in der Zeitschrift *Gil Blas* ab dem 17. Dezember 1882. Émile Zolas *Au bonheur des dames* ist eine groß angelegte Schilderung der sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen durch das Aufkommen der Großkaufhäuser im Zweiten Kaiserreich. Zolas Notizen über die Recherchen für seinen Roman *Das Paradies der Damen* hat er größtenteils im Bon Marché gemacht.

Zu den sozialen Einrichtungen des Bon Mar-ché zählten:

- Beitragsfreie Vorsorgekassen
- Mitarbeitersparen
- Kostenlose Abendkurse zur Fortbildung
- Betriebschor und Betriebsorchester
- Betriebsunterkünfte für alleinstehende junge Angestellte
- Betriebsärztliche Betreuung



Werbeplakate für das Kaufhaus Au Bon Marché.

Au Bon Marché

N° 6. — La jolie Comète ne connaît plus rien depuis tantôt 75 ans, aussi la Ville de Paris s'empresera de lui montrer les *Grands Magasins du Bon Marché*, dont une visite incognito lui dévoilera les merveilles.



**Jean-Gabriel
Domergue, Werbe-
Fächer für die Galeries
Lafayette, 1919.**

Werbung



Die ersten Werbeplakate waren Blätter mit reinem Text (oben). Doch bald wurden Bilder integriert....

In der Werbung ist die Frau oft die zentrale Figur. Sie ist der Hauptadressat der Werbebotschaften der großen Magazine, sie ist die Zielscheibe ihrer Plakatzeichner und Werbetexter.

Doch die vermittelten Botschaften sind sehr differenziert; man vergleiche nur diese adrette, etwas steife Dame mit den exuberanten Frauen, die Jules Chéret (s. nächste Seite) auf seine Werbeplakaten gezeichnet hat...

Georges Grellet (1869-1959), Werbeplakat für À la Place Clichy, 1900.

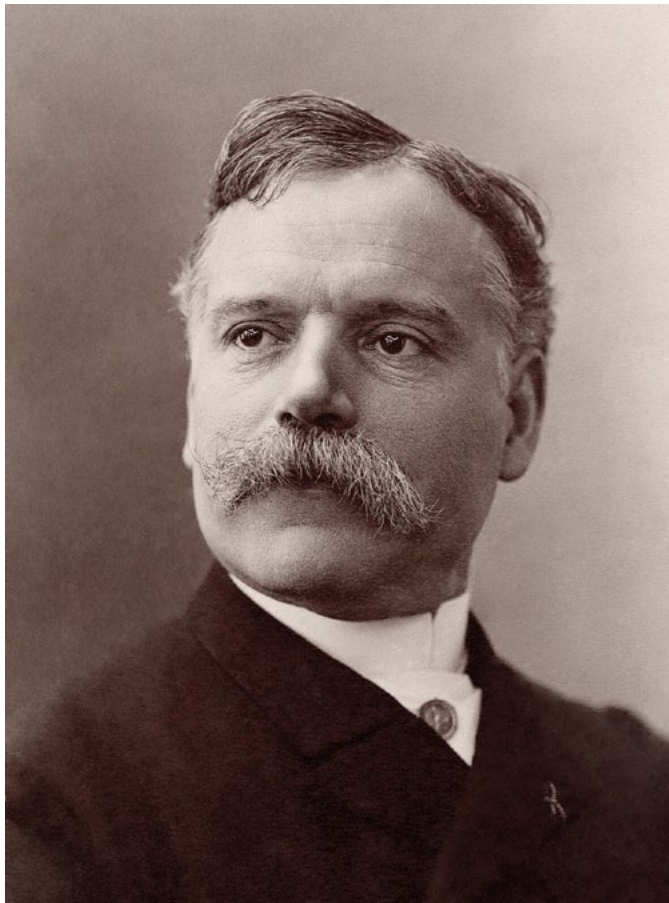




Exposition de Blanc – Werbeplakat für À la Place Clichy, um 1900.

Jules Chéret, der große Werbetrommler

Chéret (1836–1932) war ein großer Pionier des französischen Designs; er druckte wunderbare Plakate für Kaufhäuser und für die Unterhaltungsbranche.



Jules Chéret,
ein Foto von
Nadar.



Jules Chéret (1836–1932), ein französischer Lithograf, Grafiker, Maler und Drucker, machte den Anfang des modernen Bildplakates; er nutzte alle Möglichkeiten, welche die Lithographie der Werbebranche eröffnet hatte.

Chéret war der Sohn eines Druckers. Jules mußte mit 13 Jahren die Schule verlassen und wurde für drei Jahre zu einem Lithographen in die Lehre gegeben. Sein Interesse an der Bildenden Kunst veranlaßte ihn, einen Zeichenkurs bei Horace Lecoq de Boisbaudran an der *École Nationale de Dessin* in Paris zu besuchen. Als Maler war er Autodidakt, er besuchte häufig die Pariser Museen, wo ihn besonders die französischen Rokokomaler wie Antoine Watteau und Jean-Honoré Fragonard beeindruckten.

Nach Beendigung seiner Lehrzeit konnte Chéret zwar einige Entwürfe an Pariser Musikverleger verkaufen, sah jedoch in Frankreich keine weiteren Möglichkeiten. 1854 reiste er nach London, fertigte einige Zeichnungen für die *Maple Furniture Company* an, kehrte aber sehr bald enttäuscht nach Paris zurück.

1858 erhielt er schließlich seinen ersten prominenten Plakatauftrag – für die Ankündigung der Operette *Orpheus in der Unterwelt* von Jacques Offenbach. Da weitere Aufträge ausblieben, fuhr Chéret 1859 wieder nach London. Er studierte dort die fortgeschrittene englische Technik der Farblithographie, zeichnete Buchumschläge für den Cramer-Verlag und entwarf Plakate für unterschiedliche Vergnügungsstätten – und für die Produktwerbung.



Die grafischen Arbeiten von Chéret bestanden fast immer aus einer zentralen weiblichen Figur - einer jungen, attraktiven, für damalige Verhältnisse relativ leicht bekleideten Frau - und einem geschickt integrierten, werbenden Text. Figuren, Kompositionen und Farben wurden in leichten Abwandlungen vielfach wiederholt. Diese Plakate fanden beim französischen Publikum begeisterte Aufnahme. Der abgebildete Typus der fröhlichen, eleganten, selbstbewußt wirkenden jungen Frau wurde unter der Bezeichnung „Chérette“ eine feste Größe im Pariser Stadtbild.

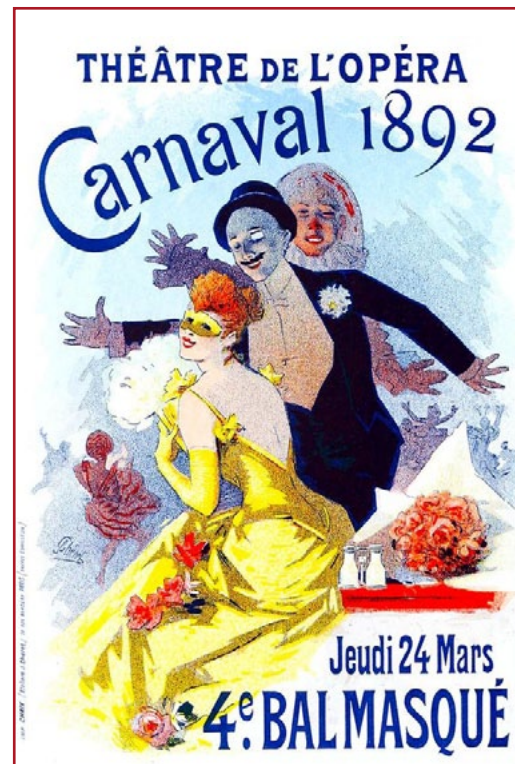
Für den Parfum-Hersteller Eugène Rimmel, mit dem ihn ein gemeinsamer Freund bekanntgemacht hatte, entwarf er die Ausstattung von Kartonagen und Flakons.

Eugène Rimmel (1820–1887), war der Sohn eines international bedeutenden französischen Parfümeurs. Die Firma Rimmel stellte seit 1834 in London Parfums her, später kamen Filialbetriebe in Neuilly bei Paris, Nizza und Liège hinzu.

Eugène Rimmel, der im väterlichen Betrieb seine Ausbildung erhielt, führte dieses Unternehmen äußerst erfolgreich fort und erhielt eine große Zahl internationaler Auszeichnungen. Zu Beginn der 1860er Jahre verwendete er übrigens als erster den Eukalyptus für Parfums. Die noch heute existierende Firma Rimmel gehört zu den ältesten Kosmetikunternehmen weltweit.

Der großzügige Rimmel ermöglichte es Cheret, 1866 nach Paris zurückzukehren, um dort eine eigene Lithographie-Anstalt zu eröffnen. Mit diesem Schritt begann Chérets Plakat-Karriere.

Voraussetzung waren die technischen Neuerungen, die er importiert oder selbst entwickelt hatte. In England wurden damals schon großformatige Plakate – bis 193 × 144 cm – gedruckt, die dafür nötigen Druckerpressen ließ Chéret nach Paris bringen. Darüber hinaus vereinfachte er das eigentliche Druckverfahren.



Wurden bis dahin Farblithographien von bis zu 25 Steinen (!) gedruckt, so reduzierte er diese Anzahl nun zunächst auf fünf, 1869 dann bis auf drei Steine – meist einen für Schwarz, einen für Rot und einen dritten mit dem sogenannten *fond gradué*, einem abgestuften Hintergrund, der dadurch zustande kam, daß zwei Farben von demselben Stein gedruckt wurden. Das vereinfachte Verfahren war deutlich kostengünstiger. Es brachte auch einen neuen Darstellungsstil mit sich. Das eher malerische Aussehen der früheren Vielfarben-Drucke wurde ersetzt durch verstärkt flächige und stilisierte Darstellungen – der erste Schritt zum Plakat der Moderne.

Das relativ einfache Verfahren erlaubte es auch Künstlern ohne technische Vorkenntnisse, die neuen Möglichkeiten anzuwenden. Henri de Toulouse-Lautrec, Théophile-Alexandre Steinlen, Eugène Grasset und andere heute berühmten Grafikern schufen Plakate, deren künstlerische Qualität von Kennern höher bewertet wurde als die Pionierleistung Chérets.

Mit zunehmendem Publikumserfolg zog sich Chéret 1881 aus der Geschäftsführung seiner Druckerei *Imprimerie Chaix* zurück und behielt nur noch die künstlerische Leitung des Unternehmens. Zwischen 1896 und 1900 gab er die Kollektion *Les Maitres de l’Affiche* heraus, eine Sammlung der besten Plakate von Pariser Künstlern in verkleinerten

Die Wirkung seiner Plakate hatte Chéret durchaus kalkuliert. Er fand, daß der moderne Plakatgestalter „Psychologe sein und sich mit den logischen und optischen Gesetzen seiner Kunst vertraut gemacht haben muß.

Er muß etwas erfinden, das selbst den Durchschnittsmenschen anhält und anregt, wenn er vom Pflaster oder Wagen aus das Bild der Straße an seinen Augen vorbeieilen läßt. Und dazu, glaube ich, ist nichts so sehr geeignet wie ein einfaches, liebliches und doch packendes Bild in lebhaften und doch harmonischen Farben.“

Reproduktionen; der Erfolg veranlaßte andere Unternehmer zu Nachahmungen.

Im Alter hielt sich Chéret des milden Klimas wegen immer häufiger an der französischen Riviera auf. 1925 verlor er sein Sehvermögen, wurde aber noch häufig als Spaziergänger in den Straßen von Nizza gesehen. Er starb 1932.

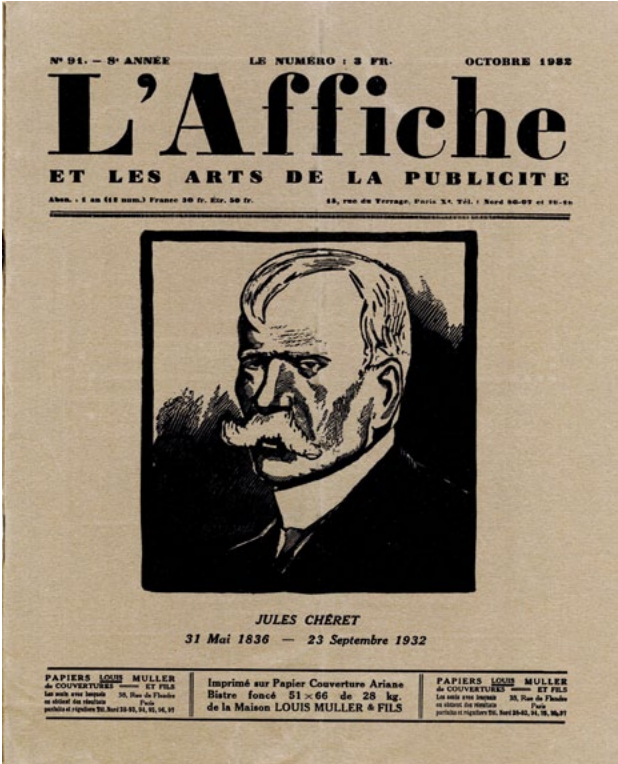
Der Werbedruck

Chéret selbst war der erste, der die neuen Möglichkeiten seiner Drucktechnik intensiv nutzte. Im Verlauf von 40 Jahren schuf er an die 1.200 (!) Plakate für Oper und Ballett, Konzertcafés, Pantomimen, Tournée-Theater, Ballhäuser, eine Schlittschuhbahn, das Wachsfigurenkabinett Musée Grévin, Festivals, Buchläden, Zeitungen und Zeitschriften, Pariser Ladengeschäfte, Getränke und Alkoholika, pharmazeutische Produkte, Parfums und Kosmetika, Heizung und Beleuchtung, Maschinen und Apparate, Eisenbahnlinien, Petroleum, die Pariser Pferderennbahn – kurz: für fast alle, die irgend etwas zu verkaufen hatten.

In der französischen Tageszeitung *Le Figaro* stand zu lesen: „Chérets Gestalten sind frech und frivol. In eleganter Pose schweben sie auf Rokoko-Wolken. Er ist der Dampf-Watteau unserer Tage.“

Die Plakate waren es, durch die Chéret zu Ruhm und Wohlstand gekommen war. Seit den 1890er Jahren entstanden aber häufiger auch Bilder, die nicht als Werbemedien gedacht waren. Eine Reihe von Bildtafeln war zur Dekoration von Innenräumen bestimmt, die Tafeln hatten Titel wie *La Pantomime* (1891), *La Musique* (1891), *La Danse* (1891), *La Comédie* (1891), *La Fileuse* (1900) und *La Dentellière* (1900).

Chéret malte auch gefällige Ölbilder und Pastelle, Frauen blieben immer das vorherrschende Motiv. Derartige Arbeiten stellte er 1912 erstmals aus,



Das Monatsblatt “L’Affiche”, hier mit einem Portrait von Jules Chéret auf der Titelseite.

erhielt spontan Anerkennung für seine Fähigkeiten als Künstler und war danach fast ausschließlich auf diesem Gebiet tätig. Als Auftragsarbeiten führte er unter anderem Wandbilder in Privathäusern und Theatern, aber auch in der Präfektur von Nizza aus.

Chéret war mit bedeutenden Künstlern seiner Zeit befreundet, darunter Claude Monet, Edgar Degas, Georges Seurat, Auguste Rodin, Theophile Steinlen und Jacques Villon. Mehr auf www.jules-cheret.org



Plakate von Jules Chéret.



Vor Jules Chéret wurden Farblithografien mit bis zu 25 Steinen (!) gedruckt, so reduzierte er diese Anzahl nun zunächst auf fünf, 1869 dann bis auf drei Steine – meist einen für Schwarz, einen für Rot und einen dritten mit dem sogenannten **fond gradué**, einem abgestuften Hintergrund, der dadurch zustande kam, daß zwei Farben von demselben Stein gedruckt wurden.

Dieses vereinfachte Verfahren war deutlich kostengünstiger. Es brachte auch einen neuen Darstellungsstil mit sich. Das eher malerische Aussehen der früheren Vielfarben-Drucke wurde ersetzt durch verstärkt flächige und stilisierte Darstellungen – der erste Schritt zum Plakat der Moderne...

Plakat von Jules Chéret.





l'Étendard français, bicyclettes et tricycles.
Werbeplakat von Jules Chéret.

1895

Quinquina Dubonnet apéritif dans tous les cafés. Ein Werbeplakat von Jules Chéret, 1836-1932, Paris: Imprimerie Chaix (Ateliers Chéret), Rue Bergère 20, 1895. Lithodruck in Farbe; 56 x 40 cm.



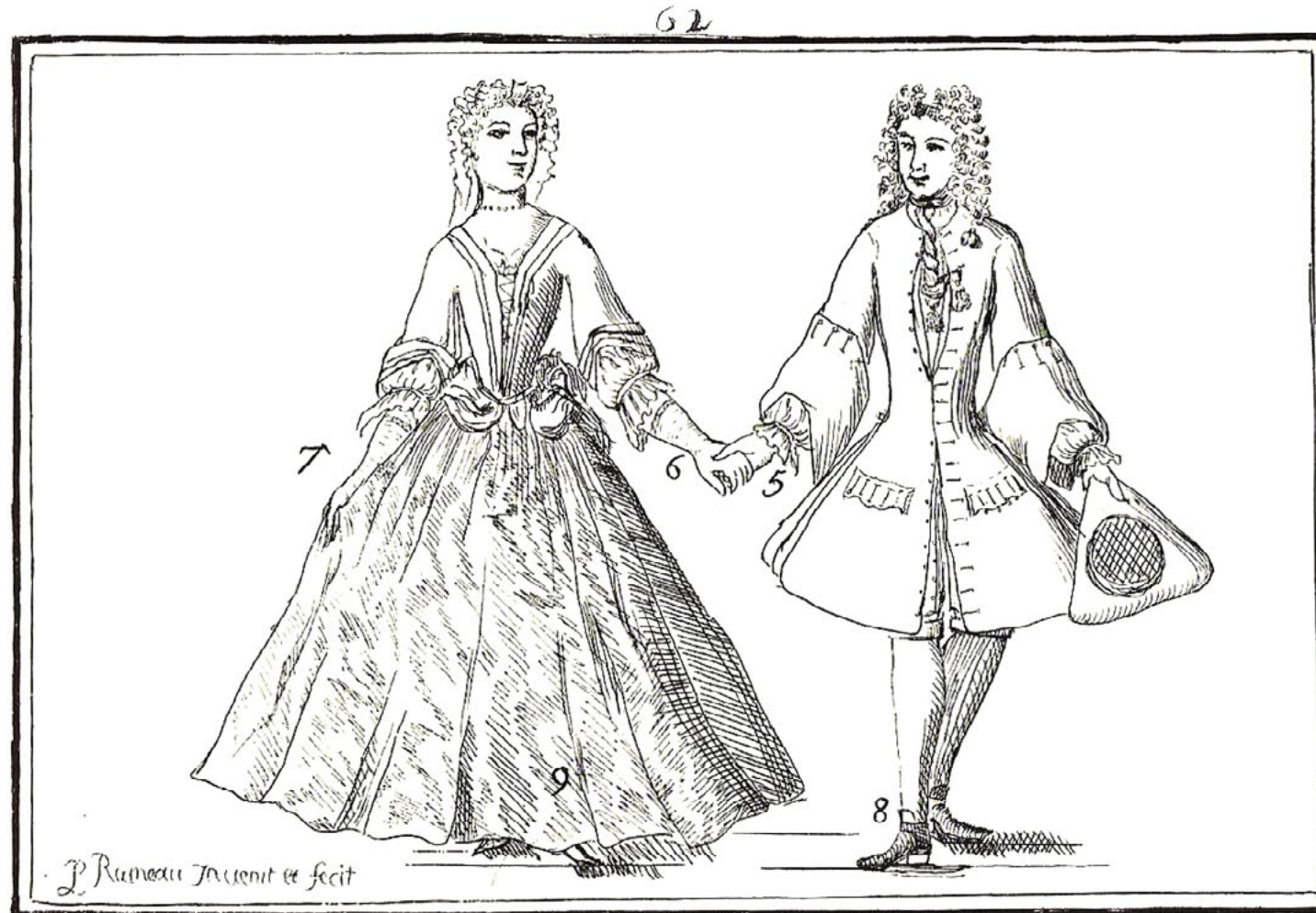


Plakate von Jules Chéret.

**Werbeplakat für den Roman
L'amant des danseuses von
Félicien Champsaur – und
damit ein passender Übergang
zum Thema, welches auf der
nächsten Seite beginnt.**

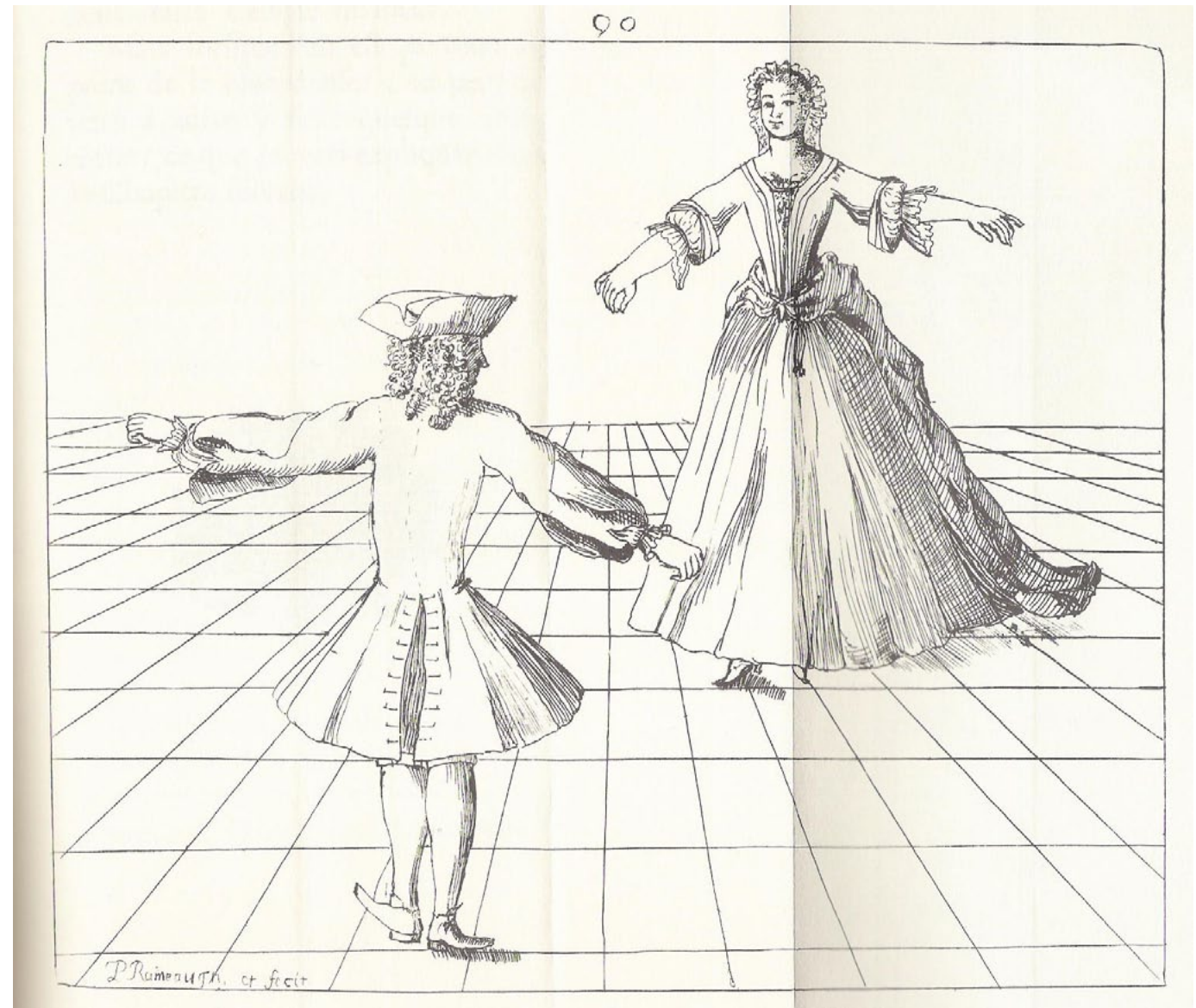
**Ein Lithografiedruck von
Jules Chéret aus der Serie *Les
Maîtres de l’Affiche*.**





*Homme et Femme prest a faire la premier Reverence
avant de Dancer*

Tanzformen (1)





Edgar
Degas



La Petite Danseuse de quatorze ans

Degas war 1881 bereits ein erfolgreicher Künstler; er hatte sich in seinen Gemälden und Grafiken auf Motive aus dem Pariser Amüsierbetrieb, aus der Oper und dem Ballett konzentriert und damit neue, aufregende Themenfelder gefunden.

Anlässlich der 6. *Ausstellung der Impressionisten* wollte er eine Tänzerin auch dreidimensional gestalten. Degas begann bereits 1878 mit der Suche nach einem geeigneten Modell. Die 14-jährige Ballettelevin Marie van Goethem zeichnete er zunächst aus unterschiedlichen Blickwinkeln, bevor er sich an die Anfertigung der Skulptur wagte.

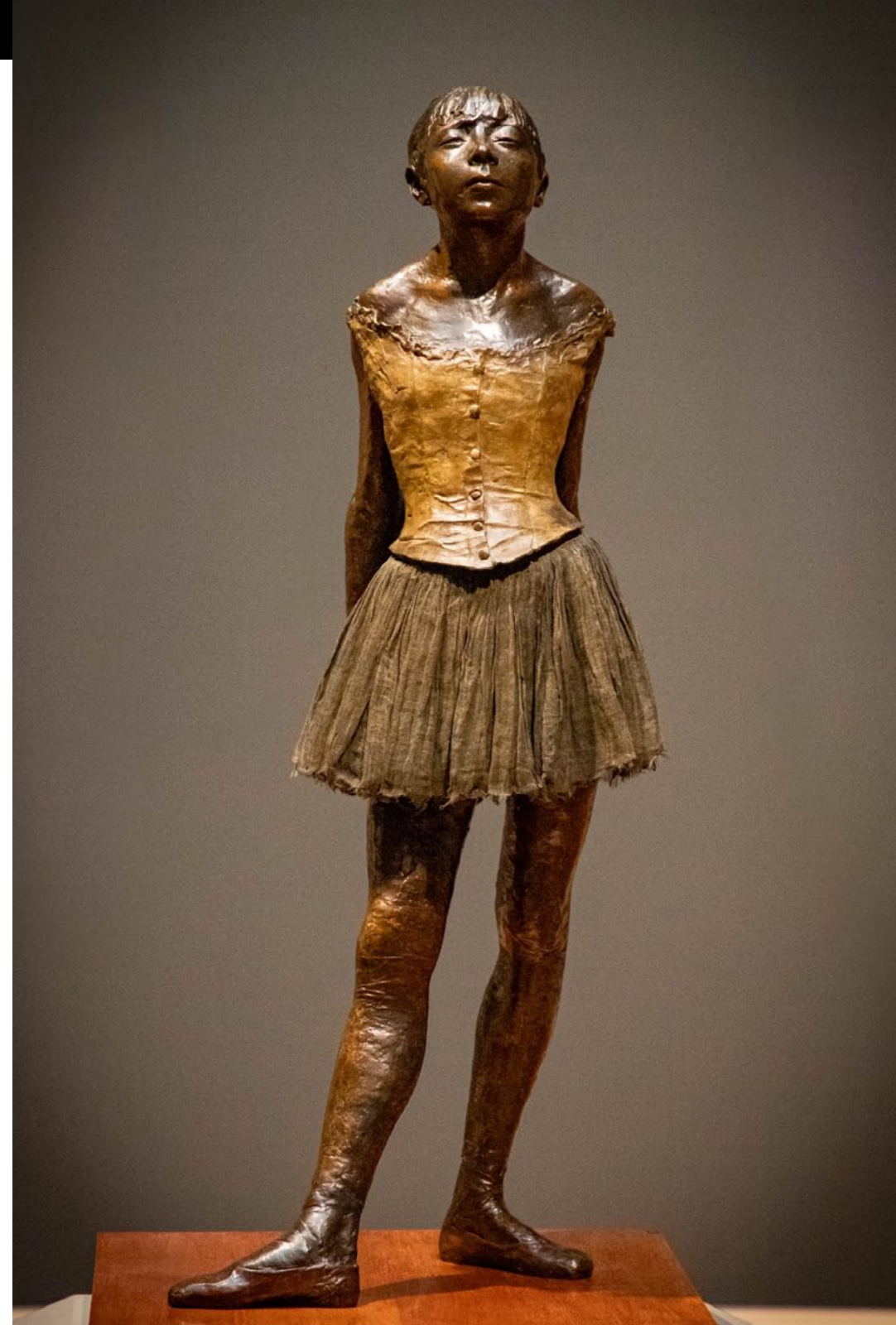
La Petite Danseuse de quatorze ans (Kleine vierzehnjährige Tänzerin) ist eine Skulptur von Edgar Degas, die zwischen 1875 und 1880 als bemalte Wachsfigur entstanden ist. Die

mit echten Haaren, einer Haarschleife aus Satin, einem Ballettkleid aus Tüll und einem Mieder ergänzte Figur zeigt die vierzehnjährige Tänzerin, die für Degas Modell stand.

Die Skulptur wurde nach dem Tod des Künstlers in seinem Nachlass entdeckt und später in Bronze gegossen. Die Bronzeplastik (Bild rechts) gehört heute zur Sammlung des Musée d'Orsay in Paris.

Insgesamt gibt es 29 Bronzeabgüsse von diesem Motiv in Museen und Privatsammlungen. Die originale Wachsfigur befindet sich in der National Gallery of Art in Washington.

Weitere Abgüsse werden unter anderem im New Yorker Metropolitan Museum of Art, in der Ny Carlsberg Glyptotek, Kopenhagen, dem Kunsthaus Zürich, dem Musée d'Orsay in Paris und in der Dresdner Skulpturensammlung gezeigt.



Degas und Rodin – Wettlauf der Giganten zur Moderne

Das Von der Heydt Museum in Wuppertal hat 2016 eine Ausstellung gemacht, in der eine Skulptur von Edgar Degas – *Tänzerin in Ruhestellung* – mit Werken von Auguste Rodin verglichen wurde. Dies zu vergleichen, klingt erstmal wie ein Sakrileg, doch dem Von der Heydt Museum gelang eine überraschend aufschlußreiche Gegenüberstellung, die vor allem Degas' Skulpturen einer Neubewertung unterzieht.

Edgar Degas (1834–1917) und Auguste Rodin (1840–1917) revolutionierten beide auf ihre Weise die Kunst des späten 19. Jahrhunderts.

Der Maler, Druckgrafiker und Plastiker Degas wählte moderne Motive und setzte einen fotografischen Blick ein. Rodin stieg aufgrund seiner Themenwahl, der neuartigen Oberflächengestaltung und seiner revolutionären Auffassung des Denkmals ab 1880 zum Bildhauerfürsten Europas auf. Beide reflektierten den Prozess des Kunstmachens genauso wie ihre unterschiedlichen sozialen Rollen innerhalb des Kunstzirkels.

Degas und Rodin einer gemeinsamen Schau zu vereinen, fokussierte damit weder auf die wenig bekannten Plastiken Degas' im Vergleich zu den weltberühmten Bronzeskulpturen Rodins noch auf einen Motivvergleich, sondern zielte auf einen Vergleich beider Lebenshaltungen und Werke.



Edgar Degas. Tänzerin – Große Arabesque, zweite Position.



Die Autoren

...dieser Kulturas-Ausgabe



Ursula Walterscheid

Ihre Bilder werden immer besser; Ursula Walterscheid hat sich in den letzten Jahren sichtbar gesteigert. Das Fotografieren macht ihr viel Spaß und wir freuen uns sehr, in dieser Kulturas-Ausgabe ihre Bilder aus Paris zu veröffentlichen.

Paulo Heitlinger



Diese digitale Edition beinhaltet die Zusammenfassung meiner Eindrücke von Kubas Kunstszene. Diese resultierten aus den vielen Besuchen, die ich dieser Insel abstattete, wo ich nach und nach nicht nur Dutzende von Künstler kennenlernte, sondern auch Freundschaften mit einigen von ihnen schließen konnte.

Die ersten Begnungen fanden in der Siebdruckwerkstatt *René Portocarrero* statt, die in der Altstadt von Havanna liegt. Hier konnte man beobachten, wie die Künstler ihre Siebdrucke ausführten; es gab viele Gelegenheiten zum Gespräch

und zum Austausch – und die Idee für dieses Buch entstand dort. Nun begann ich die Künstler bei sich zu hause zu besuchen, um die erste Eindrücke zu erweitern. In diesem erweiterten Kreis konnte ich mir ein genaueres Bild von der kubanischen Kultur und vom kubanischen Leben machen...

Aus der anfänglichen Verwundung und Begeisterung resultierte nach und nach eine eher kritische Einstellung, auch nachdem ich beobachten mußte, wie viele kubanische Künstler sich vom Geld westlicher Kapitalisten anziehen ließen. Alle – oder fast alle – wollten nun raus aus der Insel, raus aus dem System von Fidel Castro. Einige der kubanischen Künstler konnten gar nicht in Kuba getroffen werden. Das galt für die bereits Verstorbenen – wie der berühmte Wifredo Lam, zum Beispiel – oder für solche, die ihre Kunst im Ausland ausgeübt haben – wie zum Beispiel Ana Mendieta. Bei meinem letzten Besuch in der Karibik

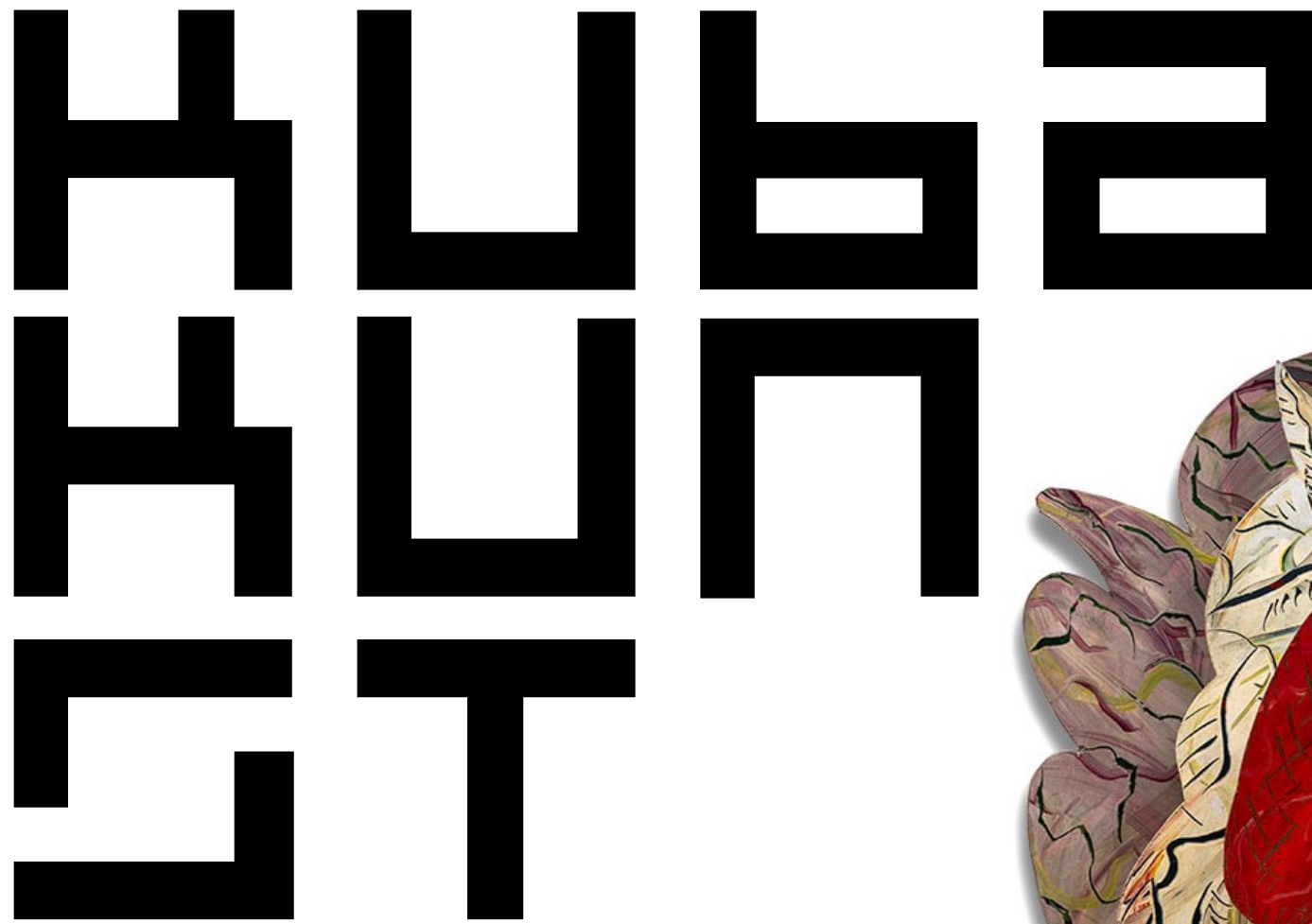
war die Mehrheit meiner Freunde und Bekannte ohnehin bereits ausgewandert, deswegen traf ich die meisten in Miami, USA.

Lange Zeit galt als der beste kulturelle Beitrag aus Kuba die Literatur – das war die Zeit von Autoren wie Lezama Lima und Alejo Carpentier, die in Europa und USA geschätzt waren. Doch dann kam die Welle der kubanischen Kunst, die inzwischen das internationale Publikum interessiert und mehrere Ausstellungen – in Rostock, in Aachen, in Köln und Düsseldorf bestückt hat.

Einen starken „Besten Dank“ schulde ich den Freunden, die dazu beigetragen haben, die Qualität der Beiträge in diesem E-Book zu steigern: Flávio Garcíandia, Aldo Menéndez, Arturo Cuenca, Wendy Guerra, Adela, Tomás Esson, José Bedia und Jesus de Armas.

Januar 2024
Paulo Heilinger





Zeitgenössische Kunst aus Kuba

KUBA KUNST ist ein E-Book vom Verlag portugal-kulturas.
Konzept, Texte, Bilder und Layout von Paulo Heitlinger.
300 Seiten, 440 Bilder. 1. Auflage: Frühjahr 2024.

1990er Jahre. Flávio Garciandia.
Aus der Serie *Proverbios*.
Corazón que no siente...



Evolution

Wie wurde der Mensch Mensch?
Ein E-Book von Paulo Heitlinger mit der Beschreibung der wichtigen archäologischen Entdeckungen über unsere Entwicklung bis zum Homo sapiens. Mit den neuesten Ergebnissen der Paläogenetik.

Die Entwicklung unserer Vorfahren – von den Menschenaffen bis zum Homo sapiens – ist eines der faszinierendsten Kapitel der Vorgeschichte. Immer wieder entbrannten Diskussionen um die richtige Bewertung der gefundenen Fossilien; der Evolutionsbaum mußte in kurzen Abständen rekapituliert und neu entworfen werden.

Welche Faktoren haben sich jetzt als die prägenden Stufen der Entwicklung des Menschen gezeigt: Die Bipedie? Die Fähigkeit zu sprechen? Die Beherrschung des Feuers? Die erfolgreiche Jagd von großen Tieren? Die Herstellung von Waffen und Werkzeuge? Die Sozialisation in Gruppen und Clans? Die Herstellung von Bildern und Kunstobjekten?

Die neueste Sparte der Molekularbiologie – die Paläogenetik – benutzt nun die Entwicklung der Gene um Aufschluß über wichtige Etappen dieser Entwicklung zu bekommen. Auch sie wird im E-Book vorgestellt.



Evolution
– **Wie wurde der Mensch Mensch?**
Autor: Paulo Heitlinger
290 Seiten, 260 Bilder
Copyright: 2023
Preis: 15 Euro.
Bestellbar auf www.portugal-kultur.de

