

luxuriös die Aufmachung der Kundenräume ist, so puritanisch einfach sind die Räume hinter den Kulissen. Nur: Der Kunde, der Kunde und noch einmal der Kunde. Er hat immer recht, er soll sich wohlfühlen im Haus, soll sich verwöhnt und geehrt vorkommen, soll alles vorfinden, was sein Herz begehrt und womöglich noch mehr, und soll das alles in diesem Hause kaufen, das mit allen Mitteln der Verführung um seine Liebe wirbt — und um den Betrag seines Vermögens, den er zum Umsatz in Ware bestimmt hat, und den er möglichst restlos hierlassen soll.

Neun Jahre nach der Stralsunder Gründung des Stammhauses, dessen Arbeit auf ein Personal von zwei Menschen eingestellt war, des Inhabers und seiner Frau, wurde die erste Filiale in Rostock (1884) eröffnet. Der Gedanke „Warenhaus“, Haus, in dem der Kunde alle Waren findet, hatte sich schon durchgesetzt. Der kleine Kaufmann allerdings hatte seine Gefahr für das Detailgeschäft noch nicht erkannt, denn noch glaubte man allenthalben, im Warenhaus zwar billig, aber minderwertig einzukaufen. Die besseren Kreise mieden seine Räume und es war dem Inhaber eines alteingesessenen Spezialgeschäftes nicht schwer, seiner Kundschaft die Reellität seiner Geschäftsmethode, gegenüber der des Outsiders, klarzumachen. Gegen ein Argument Wertheims war freilich nicht anzukommen. Als erster ersetzte er in allen Waren die Hieroglyphen kaufmännischer Kalkulationskunst, durch jedem Kunden sichtbare feste Preisangaben. Erst wenn man sich die Versumpftheit jener Jahre vor Augen führt, ermilt man den Mut, den die Neuerer im Geschäftsleben damals aufzubringen hatten. Auch die Presse stand ihnen nicht zur Seite, denn auch sie stand noch ganz unter dem Einfluß des Spezialkaufmannes. In den Annoncenbüros ahnte man nicht, daß die Warenhäuser einmal ganze Seiten belegen und den eisernen Bestand des Inseratengeschäftes bilden würden, sondern sagte sich: zehn Detaillisten sind mehr als ein Warenhaus, in dem zu kaufen noch obendrein nicht zum guten Ton gehörte.

Ein Jahr nach der Stralsunder Gründung begann die Eroberung Berlins, ganz logisch in dem Wohnviertel anfangend, in dem der damalige kleinste Mittelstand hauste, am Rosenthaler Tor und in der Leipziger Straße, in gemieteten Räumen, die aber in weiteren fünf Jahren das Geld zum ersten eigenen Bau in der Oranienburger Straße einbrachten.

Vier Jahre war er in Berlin, als er den Grundstein zu seinem Hauptwerk, dem Bau in der Leipziger Straße, legte. Daß man Messel als Architekten wählte, spricht für das künstlerische Feingefühl der Bauherren, denen es gelang, einen Zweckbau hinzustellen, der auch heute noch, 30 Jahre nach der Eröffnung, modern und neu wirkt, den Ansprüchen des heutigen Riesenverkehrs und seinem Tempo entspricht, jede Angliederung vertrug — kurzum, einen Bau, der so klar aus der Erfahrung heraus geschaffen und ausgedacht ist, daß seine Bauherren nur weit über den Durchschnitt hinaus denkende Menschen gewesen sein können. Das System der Lichthöhe wurde typisch für alle Warenhausbauten. Noch heute wird der Wintergarten in derselben Art gehalten wie seit der Gründung, und der Sommergarten mit den Cadinener Kacheln (der Kaiser als Lieferant besichtigte ihn, und brach für manche Gesellschaftsschichten den Bann gegen das Warenhaus). Die Lichtenanlagen