

# MAGYARORSZÁGI TÍPUSÁRUHÁZAK A 60-AS ÉS 70-ES ÉVEKBEN

#bon\_marché #párisi\_nagyáruház #wertheim\_nagyáruház #corvin\_áruház #de\_bijenkorf #bilka-kaufhaus #dobozáruház #brühl\_áruház #csepel\_áruház #tizza\_áruház #bástya\_áruház #vértés\_áruház #fehervár\_szövetkezeti\_áruház #drezda #centrum\_áruház #átépítés

A második világháború után egész Európában fontos feladatot jelentett a károk felmérése és a „sebek begyógyítása”. Megindultak a helyreállítások és az építkezések, így történt ez hazánkban is. Bár 1949-et követően megkezdődött a kereskedelmi hálózat fejlesztése, az 50-es években nagyrészt a meglévő épületek átalakításával, bővítésével alakítottak ki áruházakat, mindössze néhány új, szabadonálló épület készült.

Az életszínvonal jelentősebb növekedése azonban csak 1956 után indult meg, így a kereslet is csak ez után kezdhetett növekedni. Az 1960-as évekre felismerték az önkiszolgáló rendszerű árusítás előnyeit, ami új kihívásokat jelentett a tervezők számára. Ekkor születtek az első szabadonálló, többszintes, önkiszolgáló rendszerű áruházak hazánkban. Az építési tempót tipizálással igyekeztek gyorsítani, így jöttek létre az áruházak első típusai, melyek alapján számos üzlet épült.

Az 1970-es években folytatódtak a beruházások, és országszerte a kialakult mintákat követték. A hazai és más külföldi példákban hasonló tervezési elvekkel és tipológiával találkozhatunk. Érdekes összehasonlításra adnak lehetőséget az ugyanebben az időszakban épült németországi áruházak, mind az NSZK, mind az NDK területén. Nálunk ebben az időszakban gyakorlatilag minden megyeszékhelyen épült legalább egy állami vagy szövetkezeti kezelésben levő nagyáruház, köztük az 1978-ban átadott Fehérvár Szövetkezeti Áruház. Ebben az évben ez az épület lett a két társammal végzett csoportos tervezési feladat tárgya. Érdekes, hogy tervezője, Simon Ferenc a 70-es évek végén Drezdába is tervezett egy áruházat, és mindkét épület ugyanabban az évben nyitotta meg kapuit. Ezen létesítmények kapcsán vizsgálom a hatvanas-hetvenes években épült áruházak jelenkori helyzetét, utóéletét.

## AZ ÁRUHÁZAK SZÜLETÉSE

A kereskedelmi épületeknek mind méretben, mind megjelenésben számos típusa létezik, melyek az igények változásának megfelelően jöttek létre. Őstípusnak a piac és a bolt tekinthető, melyekhez kezdetben nem kapcsolódott önálló épülettípus, hiszen a piac egy városi téren vagy utcán zajlott, a bolt pedig néhány helyiségből vagy egy épületrészből állt. A kereskedelem fejlődésével a különböző kultúrákban számtalan változata jött létre: üzletsorok, üzletutcák, bazárok, loggiák, passzázsok, galériák, üzletházak, árucarnokok, divatházak, áruházak, üzletközpontok, szuper- és hipermarketek.<sup>1</sup>

A kereskedelmi épületek első igazán ugrásszerű fejlődése a francia forradalom után, a XIX. században zajlott. Az első modern értelemben vett áruház, a párizsi Bon Marché elődjét 1838-ban alapították. Üzleti modelljét jelentősen átalakította a vállalkozó Aristide Boucicaut, aki 1852-ben szállt be az üzletbe. A forgalom jelentős felfutása nyomán Boucicaut 1869-72 között új épületet építtetett (építész: Louis-Auguste Boileau), amelyet 1873-ban Moisant, majd 1876-ban Gustave Eiffel tervei alapján bővítettek, s végül egy négy utca által határolt tömbbe nőtte ki magát.<sup>2</sup> Az így kialakult áruház-típus olyan különálló kereskedelmi és szolgáltató épületet jelentett, amely számos részlegről állt, és igyekezett a termékek lehető leg szélesebb palettáját felvonultatni „*a tűtől az elefántig*”.<sup>3</sup> Az első áruházat sorban követték a többiek, nemcsak Franciaországban, de Amerikában, Angliában és Németországban is.

Megjelenésük alapfeltételét a (fizetőképes) fogyasztói kereslet jelentette. Mint ahogy azt Gyáni Gábor történész a középosztály fogyasztási kultúrája kapcsán tanulmányában<sup>4</sup> részletesen kifejti, a kereslet növekedése generálja a kínálat növekedését és indítja be a kiskereskedelem koncentrációját, melynek szervezeti végpontja az áruház. Magyarországon ez a folyamat, elsősorban társadalmi okok miatt, a tőlünk nyugatabbra fekvő európai országokhoz képest késve indult és Budapesten összpontosult. Érdekessége, hogy nálunk az említett változások az élelmiszerforgalmazás terén, míg másutt a ruházati kereskedelemmel kezdődtek. Korai előzményei hazánkban az 1897-től megjelenő vásárcsarnokok, fedett piacok (az első az 1897-ben épült Központi Vásárcsarnok volt, építész: Pecz Samu), valamint a divatházak (1896: Holczer Simon Divatház, 1910: Fischer Simon és Társa Rt.)

Az első igazi budapesti áruház az 1911-ben megnyitott Párisi Nagyáruház volt. Az eredetileg 1882-ben épült háromszintes neoreneszánsz épületet Goldberg Sámuel építtette át 1909-ben egy reprezentatív, hatszintes áruházzá, hatalmas belső átriummal, üveg felvonókkal, tetősétánnyal. Nyitásakor teljes árukínálattal szolgált a vevőit, az egész épület egy kézben volt, az egyes osztályokat különböző bérlők üzemeltették. 1924-ben a csőd szélére került, amit csak a bérlemények eladásával tudtak kompenzálni, ezek után azonban – fizetőképes kereslet híján – bazar jellegű lett.

Hazánkban már a vásárcsarnokok építészeti megjelenésében is tetten érhető volt az erőteljes osztrák és német hatás, ami a későbbi kereskedelmi létesítményekben is érvényesült. Míg a francia mintájú áruház épületek modern megjelenésükkel igyekeztek kihangsúlyozni a funkció újszerűségét, addig a német modellt követők előképe az 1896-1904 között Alfred Messel tervei alapján épült berlini Wertheim Nagyáruház volt, mely historizáló homlokzatával azt kívánta üzenni, hogy a modern kereskedelmi intézmény a nemzeti hagyományok szerves folytatása.

1. CSÁGOLY Ferenc: Kereskedelmi épületek. In: CSÁGOLY Ferenc (szerk.): *Középületek*. Budapest. Terc Kft., 2004, 344.

2. Vö. [https://en.wikipedia.org/wiki/Le\\_Bon\\_March%C3%A9](https://en.wikipedia.org/wiki/Le_Bon_March%C3%A9) és [https://en.wikipedia.org/wiki/Aristide\\_Boucicaut](https://en.wikipedia.org/wiki/Aristide_Boucicaut)

3. PEVSNER, Nikolaus: *A history of building types*. Thames and Hudson, 1976, 267.

### #bon\_marché

4. GYÁNI Gábor: Középosztályi fogyasztási kultúra és az áruház. *Elektronikus Periodika Adatbázis Archívum*. epa.oszk.hu/00000/00003/00014/gyani.htm (Utolsó elérés: 2017. 04. 29.)



[1] A párizsi Bon Marché áruház, 2012

[2] A budapesti Párisi Nagyáruház, 2017

[3] A berlini Wertheim Nagyáruház látképe 1900 körül (képeslap).

### #párisi\_nagyáruház

### #wertheim\_nagyáruház

### #corvin\_áruház



[4] A budapesti Corvin áruház látképe 1961-ben

5. Uo.

6. VALUCH Tibor: A bőséges ínségtől az inséges bőségig. A fogyasztás változásai Magyarországon az 1956 utáni évtizedekben. *Országos Széchényi Könyvtár 1956-os Intézet és Oral History Archívum*, 2007. 05. 07. [http://www.rev.hu/ords/f?p=600:2:::P2\\_PAGE\\_URI:kiadvanyok/evkonyv03/valuch](http://www.rev.hu/ords/f?p=600:2:::P2_PAGE_URI:kiadvanyok/evkonyv03/valuch) (Utolsó elérés: 2017. 05. 29.)

7. WOLF, Tobias Michael: Bautyp DDR – Warenhaus? *Bundeszentrale für politische Bildung*, 2012. 11. 29. <http://www.bpb.de/geschichte/zeitgeschichte/deutschlandarchiv/147759/bautyp-ddr-warenhaus?p=all> (Utolsó elérés: 2017. 04. 23.)

### #de\_bijenkorf

### #bilka-kaufhaus

### #dobozáruház

A korai német mintát folytatta az első sikeresen működő magyarországi áruház, a Corvin Áruház, mely 1926 márciusában nyitotta meg kapuit. Egy külföldi (90%-ban német, 10%-ban holland) tulajdonú cég építtette historizáló homlokzattal, zárt belső terekkel. Az ötemeletes épület eladótere 17.000 m<sup>2</sup>-en 40 osztályból (34 ruházati, 3 élelmiszer, 3 vegyes iparcikk) állt, a készáruk forgalmazása mellett egy ügyvezető „*atelier*” (60 eladó és varrónő) szolgált az egyedi igények kielégítését. A bevásárlás mellé több kiegészítő funkciót is társítottak (étterem, büfé, utazási iroda, vasúti és színházi jegypénztár), valamint modern marketing technikákat alkalmaztak.<sup>5</sup>

## ÁRUHÁZ-ÉPÍTÉSZET A VILÁGHÁBORÚ UTÁN. A „DOBOZÁRUHÁZ” SZÜLETÉSE

A második világháború minden téren nagy változásokat hozott. Az 1948-ban indított államosítás keretében a magánkézben lévő boltokat, kereskedelmi egységeket, áruházakat állami tulajdonba vették és létrehozták az Állami Áruházak Vállalatot, mely 1949-ben 13 egységből álló láncként működött. Az új politikai rendszer a közösségi-szociális juttatások ígéréteivel alacsonyan tartotta a béreket. Az 50-es évek elején az erőltetett iparosítás és a hadiipar fejlesztése miatt az életszínvonal drasztikusan csökkent. Ahogy azt Valuch Tibor tanulmányában<sup>6</sup> részletesen kifejti, az 1953-as változások némi fellendülést hoztak, de ezt az 56-os események erősen visszavetették. Bár az üzletek száma növekedett, de az 1956-os forradalomig a nagyobb boltok karbantartását, felújítását többnyire elhanyagolták, ennek következtében az évtized végén a legtöbb magyarországi áruház építészeti és kereskedelem-technikai rekonstrukcióra szorult. Néhány kivételtől eltekintve korántsem voltak a fogyasztás kívánatos szinterei. Az életszínvonal növekedése csak 1957-től indult meg, ami maga után vonta a kereskedelmi hálózat és az áruházak fejlesztését.

Az áruházak tervezésére és építésére hatással voltak a korabeli nemzetközi fejlemények. Az új típusú áruházak előképe az 1956-ban megnyílt rotterdami De Bijenkorf áruház volt (építész: Brauer Marcel), mely Európában elsőként épült teljesen zárt homlokzattal annak érdekében, hogy belső tereit flexibilisen lehessen felosztani. Érdekes összehasonlításra ad lehetőséget Tobias Michael Wolf tanulmánya<sup>7</sup>, melyben a szerző párhuzamosan mutatja be a második világháború után a Német Szövetségi Köztársaság (NSZK) és a Német Demokratikus Köztársaság (NDK) területén létesített áruházak építészetét. Előbbiben már az 50-es évek elejétől modern és innovatív bevásárló létesítményeket építettek. Az új épületeket igyekeztek a meglévő városszövetbe integrálni. Ennek eklatáns példája az 1955/56-58 között épült Bilka-Kaufhaus Nyugat-Berlinben, amelynek négyzetes területét egy korábban készített városrendezési terv jelölte ki, s melyre Hanns Dustmann építész egy központi kupolás, zárt homlokzatú kubuszt tervezett. Formája és teljesen zárt homlokzati megjelenése miatt kritikusaiktól a „*Warenhauskiste*”, azaz „*dobozáruház*” becenevet kapta, s ezzel a névvel illették a később létesített hasonló áruházakat is.

Hasonló irányú fejlődés zajlott az NDK-ban is, amit több, párhuzamosan folyó esemény segített. Gazdasági reformok révén újjászervezték és központosították az áruházi kereskedelmet, két nagy állami szervezetet hoztak létre, a Centrum- és a Konsument Áruházakat, valamint az ilyen funkciójú épületek tervezését is

központosították. 1960-tól kelet- és nyugat-európai példák vizsgálatával és a helyszíni tapasztalatok felhasználásával igyekeztek új épülettípust teremteni. 1961-ben a lipcsei Brühl Áruház felújítását előkészítő tanulmányban már kiemelték a zárt homlokzatú épületek előnyeit, s az 1965-ben induló új építkezéseknél a már említett „dobozáruház” típust követték.

Fontos igény volt a nagy egybefüggő, flexibilisen osztható, bármikor átrendezhető eladóterek kialakítása, ez a tartószerkezeti megoldásokat is befolyásolta. Ennek tudható be, hogy az NSZK-ban 9,60-12,00 m közötti, négyzetes raszterű, monolit vasbeton vagy acél tartószerkezettel építették az áruházakat. Az NDK-ban más technológiát is kipróbáltak, az SK Berlin típusú előregyártott vasbeton rendszer 6,00-12,00 méteres raszterét alkalmazták például Cottbusban (1965) és Hoyerswerdában (1965), de különböző nehézségek miatt később a rendszer használatát elvetették. Egyetlen áruház épült acélszerkezettel Magdeburgban, azonban annak korrózió- és tűzvédelmi megoldásai nehézségeket okoztak, ezért több ilyen épület nem készült. A legelterjedtebb rendszerré a monolit vasbeton tartószerkezet vált, mivel az előregyártott és újra felhasználható zsaluzatok gyorsították az építés folyamatát. (pl. Berlin-Alexanderplatz 1967-1970, Josef Kaiser, Günter Kunert)

Ezek az új épületek nem csupán az áruk eladásának helyszínei voltak.

A belvárosokban vagy a fontos alközpontokban, jól megközelíthető helyeken, szabadonálló pozícióikkal és monumentális megjelenésükkel a város szocialista transzformációjának a kezdetét jelölték.

## ÁRUHÁZAK A 60-AS ÉS 70-ES ÉVEKBEN MAGYARORSZÁGON

Az 1960-as években az áruházak építészetében itthon is fontos változások történtek. Az áruházi hálózat nagymértékű fejlesztését a Belkereskedelmi Minisztérium indította el. A tervezéshez szükséges alapvető irányelveket a Kereskedelmi Tervező Iroda (KERTI) dolgozta ki, munkájuk eredményeként háromféle eladási, üzemeltetési módszert határoztak meg: a hagyományos kiszolgálást, az önkiszolgálást és az önálló kiválasztás rendszerét. A *hagyományos kiszolgálást* alkalmazó üzlettér két részből áll, a vevőteret pult választja el az eladótértől. A vásárlás teljes folyamatában aktívan részt vesz az eladó (tárgyalás a vevővel, árubemutató, rendelés felvétel, mérés, számolás, blokkolás, áru átszállítása a kiadóasztalhoz, csomagolás, ellenérték átvétele). Ezzel szemben az *önkiszolgálásnál* az üzlettér teljes egészében vevőtér, és az eladó részvétele nélkül is megismerhető az áruválaszték és elvehető a kiválasztott termék. Az *önálló kiválasztás rendszere* átmenet az előző kettő között, részben a kirakatban, de nagyrészt az eladótérben elhelyezett vitrinekben, állványokon, asztalon ismerhető meg a választék, amik jelzőszámmal, felirattal és árcédulával vannak ellátva. Kiválasztás után az eladó a raktárról, vagy az állványokon elhelyezett nagy mennyiségű áruból adja ki a terméket.<sup>8</sup>

Ezek a módszerek természetesen kombinálhatók áruházon belül, de már ez az összehasonlítás is jól mutatja, hogy az önkiszolgáló rendszernek nagyobb a forgalomátbocsátó képessége és kevesebb eladóval is jól üzemeltethető.

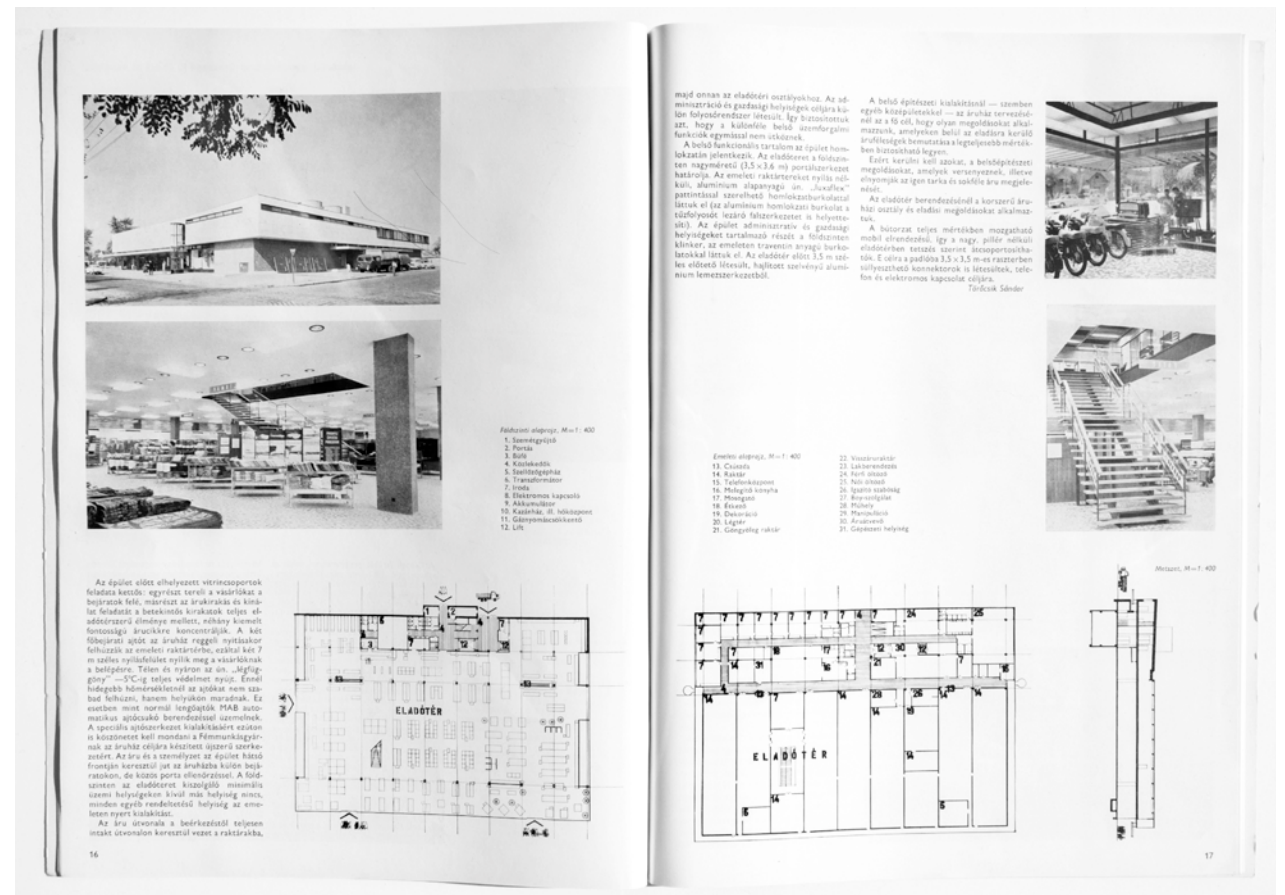
### #brühl\_áruház



[5] A rotterdami De Bijenkorf áruház látképe 2002-ben

[6] Az egykori berlini Bilka áruház látképe 2014-ben

8. Magyar Országos Tervezési Irányelvek: Üzlet, üzletház, áruház. É.M. Építésügyi Dokumentációs Iroda, 1961, 5.



[7] A Csepel áruház publikációjából. Magyar Építőművészet, 1966/6, 16-17.

9. TÖRŐCSIK Sándor: Lakóterv II. Iroda új korszerű áruházépítési feladatai. Magyar Építőművészet, 1966/6, 14.

### #csepel\_áruház #tisza\_áruház

### #bástya\_áruház #vértés\_áruház

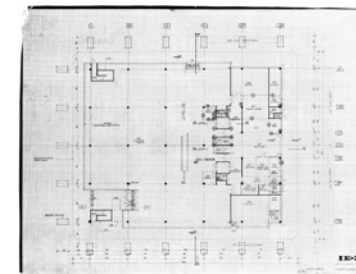
Emellett a hatvanas évekre már elfogadott kereskedelmi elv vált, hogy mindenki szívesebben vásárol, ha hagyják, hogy ő válogathasson az áruk között. Mivel addig Magyarországon önálló építményként kialakított önkiszolgáló üzletházak még nem létesültek, szükségessé vált ezek típusának a kidolgozása. 1961 és 1966 között több tanulmány készült a tervezési és üzemeltetési tapasztalatok alapján, melyeket a Belkereskedelmi Minisztériummal együttműködve a Lakó- és Kommunális Épületeket Tervező Vállalat (LAKÓTERV) II. Irodája dolgozott ki. 1966-ra meghatározták a főbb tervezési alapelveket. A beépítési terv készítése során figyelembe kellett venni az áruház leendő városszerkezeti kapcsolatait. Alapvető kiindulást jelentett, hogy a korszerű eladási formák nagy összefüggő áruházi tereket igényelnek. Két további szempontot kellett szem előtt tartani a tervezés során: egyrészt biztosítani kellett az eladó- és raktártér arányának későbbiekben is érvényesíthető flexibilitását, másrészt lehetőséget kellett adni az osztályok a kereslet és a kínálat változásait követő átrendezésére. Az öt évet felölelő munka eredményeként arra jutottak, hogy az áruház is olyan épületfajta képvisel, amelynek az építészeti, szerkezeti és épületgépzési megoldásokat illetően megvannak a maga speciális követelményei. Ezekkel számolva két, egymástól eltérő szerkezeti rendszerű alaptípust dolgoztak ki, a nagyfeszítávú szerkezeti rendszert (így épült például a Csepel Áruház és a szegedi Tisza Áruház) és a gombafödemes szerkezeti rendszert (ezt alkalmazták többek között a veszprémi Bástya Áruház és a tatabányai Vértés Áruház tervezése során).<sup>9</sup>



A tartószerkezeti rendszerek kialakításánál két igényt kellett kielégíteni: egyrészt minél nagyobb olyan földszinti eladótérre volt szükség, amely betekintő kirakatrendszerrel közvetlen kapcsolatot tud biztosítani az utcai és áruházi forgalom között, másrészt az eladótérnek lehetőleg pillérmentesnek kellett lennie. Ezért a csepeli és a szegedi áruházaknál a 2500 m<sup>2</sup>-es földszinti eladótér fölé 7 méteres raszterben utófészített rácsostartó szerkezetet készítettek. Ehhez természetesen nagy tartómagasság társult, amit 3 méter magasra növeltek, hogy magába foglalhassa az emeleti szintet. A rácsrudak között elegendő nyílás maradt különböző helyiségek, folyosók és ajtók kialakítására. Sőt, a szerkezet lehetővé tette az emeleten három harántállás összenyitását. Az eladótér két szintjét térben álló lépcsővel kötötték össze. A földszint és az emelet között egy alul-felül sík 40 cm vastag födém szerkezet épült, amiben a szellőzőcsöveket és más gépészeti vezetékeket el tudták vezetni.

A veszprémi és a miskolci áruházakat ezzel szemben monolit vasbeton gombafödémrel tervezték, amivel nagyobb, 9x9 m-es raszterű térlefedést tudtak kialakítani. A gombafejek alsó síkjában álmennyezetnek ható vizuális lezárás készült, ami a világítótesteket is magába foglalta. Az így kialakuló álmennyezeti térben jól szerelhetően kaptak helyet a szellőző-, elektromos és egyéb gépészeti berendezések. Az eladóterek szintjeit térben álló, kétcsuklós, vasbeton keretekre szerkesztett lépcsővel kötötték össze. Az új áruházterveiben világosan különültek el a funkciók, a fogyasztók, a dolgozók és az áruszállítók útjai nem keresztelték egymást. A vásárlók

[8] A veszprémi Bástya Áruház publikációjából. Magyar Építőművészet, 1966/6, 20-21.

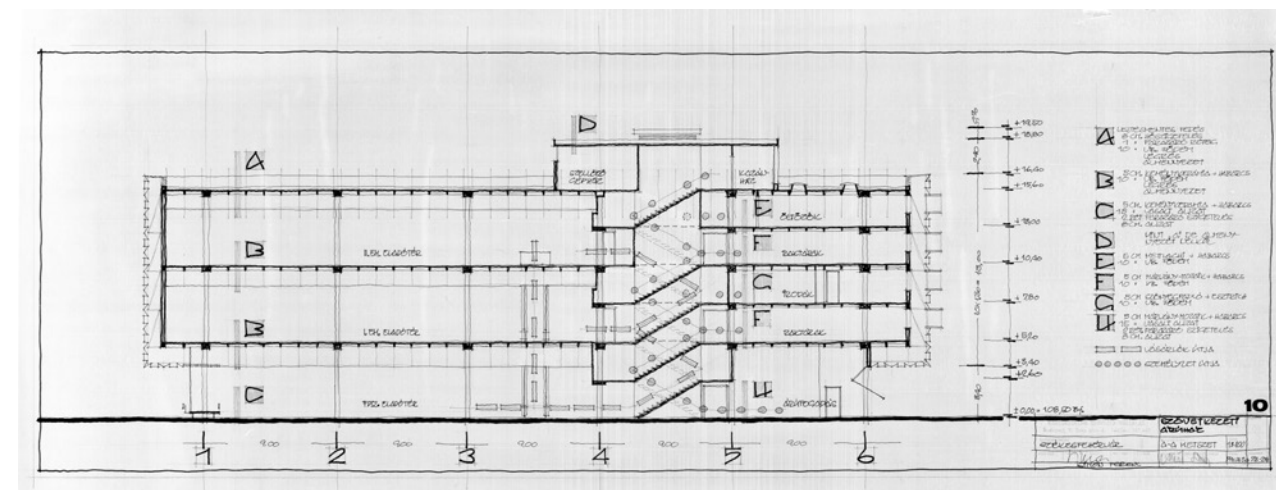


[9] A székesfehérvári Fehérvár Áruház látképe 2016-ban  
[10] Fehérvár Áruház földszinti alaprajza (1974)  
[11] Fehérvár Áruház metszete (1974)

általában két-három bejáraton keresztül léphettek be az eladótérbe. A Csepel Áruháznál például egy kisebb bejárat és két nagyobb, teljes raszter széles főbejárat készült. Utóbbiak ajtószervezeit fel tudták húzni az emeleti térbe, így kétszer 7 méteren nyílt meg a homlokzat. A személyzet és az áru általában közös porta érintésével, de az épület hátsó homlokzatán kialakított külön bejáratokon keresztül juthatott az épületbe. A földszinten gyakorta csak minimális, az eladóteret közvetlenül kiszolgáló üzemi területet létesítettek, minden más az emeleten vagy a pincszinten kapott helyet. Többnyire a belső üzemszervezési funkciók is jól elkülönültek egymástól, így az áruszállítás, valamint az adminisztráció és a gazdasági helyiségek megközelítési útvonalai sem keresztelték egymást.

A homlokzati kialakítás a német „dobozáruházakhoz” hasonlóan, az emeleti szinteken általában teljesen tömör, ablaktalan. Az első típusáruházaknál (Csepel, Szeged, Veszprém, Tatabánya, Ózd) egységesen „luxaflex” típusú, szerelt alumínium homlokzatburkolatot alkalmaztak. A földszinti, szintmagas üveg portálok napvédelmét részben az emeleti tömeg kiugratásával, részben szerelt alumínium előtetővel oldották meg. Az adminisztratív és gazdasági helyiségeket tartalmazó épületrész gyakorta külső megjelenésében is elkülönült, Csepelen például a földszinten klinkertégla, az emeleten travertin burkolatot kapott, valamint a természetes megvilágítás és szellőzés igényei miatt ablakok is készültek. Az áruházak belső berendezése is tipizált volt, főleg mobil, anyagaiban kis választékot felmutató, jellemzően natúr színű bútorok kerültek elhelyezésre. Az új építéseket mindenhol megelőzte egy városrendezési terv, ami általában pontosan kijelölte az egyes épületek (áruház, irodák, lakóházak, szálloda, hivatali épületek stb.) helyét az újonnan kialakítandó központokban vagy alközpontokban. Gyakorta ezek első elemeként épültek meg az áruházak (Csepel, Veszprém, Ózd).

1963-ban, amikor az Áruházi Vállalat nevét Centrum Áruházra változtatták, már 35 áruház tartozott az üzletláncához. A 70-es évekre gyakorlatilag minden megyeszékhelyen épült legalább egy állami és/vagy szövetkezeti kezelésben levő nagyáruház. A típusáruházaknál kialakult mintát folytatta a Székesfehérváron az 1974-76 között Simon Ferenc vezetésével tervezett Fehérvár Szövetkezeti Áruház is. A 7482 m<sup>2</sup> hasznos alapterületű épület kivitelezése 1978-ban fejeződött be.



A kereskedelmi épületek folyamatos fejlesztését jól mutatja a tartószerkezet változása, amit a korábban megszokott raszterméretben alkalmaztak. Az eladótérben 9x9 méterenként, a kiszolgáló terekben 6x9 méterenként elhelyezett előregyártott vasbeton pilléreket szintenként toldották. A földem két irányban rejtett gerendákkal merevített, kazettás monolit vasbeton szerkezet, amely teljes egészében könnyített merev acélvázra felfüggesztett zsaluzattal készült. A földszint + 2 + tetőfelépítményes épület a magas agresszív talajvíz miatt alapincézetlen. Az eredeti alaprajzon jól látható az eladóterek és a kiszolgáló funkciók világos elkülönítése. A tágas, 5,20 m szintmagasságú eladóter lehetősége, hogy az első és a második emelet raktártereiben felszinteket alakítsanak ki, melyekben az irodák, illetve az öltözők kaptak helyet. A metszeten ábrázolt ördöglépcsős rendszer jól mutatja az egymással párhuzamosan futó lépcsőket, melyekkel elválasztották a vevők és a dolgozók függőleges közlekedését. Homlokzata a típusáruházakhoz hasonlóan, a földszinten szintmagas üvegfalal megnyitott, az emeleti szinteken pedig szinte teljesen zárt. Szintén alumínium homlokzatburkolatú, azonban ennek kialakítása teljesen egyedi, különleges karaktert ad az épületnek. A Fémmunkás Vállalat üzemében a natúr eloxált alumíniumból árnyalatok szerinti válogatás után készültek a 128x128x20 cm-es elemek. Az épület külső szerkezete egy körülbelül 120 cm szélességű acéltartó, mely külső oldalán a homlokzatburkolatot rögzíti, belső felületén térelhatároló lezárást kapott. Az acél tartószerkezet között kialakuló átszellőztetett légréteg az épület klimatizálását segíti.

Az eredeti rendezési program szerint három épületből álló együttes első eleme lett volna az iparcikk áruház, ami mellé egy szolgáltatóház és egy ABC-áruház került volna. A tervezés és a kivitelezés közben folyamatosan csökkent a tervezett beruházás volumene. Az áruház már szerkezetkészben állt, amikor kiderült, hogy másik épület nem készül, és az összes szükséges funkciót ebben az egyben kell elhelyezni, ezért többször át kellett tervezni.<sup>10</sup>

Az Általános Épülettervező Vállalat (ÁÉTV) munkatársaként Simon Ferenc a fehérvári áruházzal szinte párhuzamosan tervezte Kun Attilával a Drezdában felépült Centrum Áruházat is, melyet szintén 1978-ban adtak át.

A fehérvárinál jóval nagyobb, 36.100 m<sup>2</sup> hasznos alapterületű, földszint + 3 emeletes áruház a 10 000 m<sup>2</sup> feletti eladótérrel rendelkező áruházak típus-épületeként készült az NDK-ban, és szintén a megismert tipológiára rímel. Tartószerkezeti újítása a 12x12 m-es raszterben elhelyezett vasbeton pillérekre támaszkodó, mindkét irányban folytonosan többtámaszú, változó vastagságú (alul íves) vasbeton laposhéj földem. Az eladó- és a kiszolgáló terek szépen elkülönültek egymástól. Homlokzata a már megismert, földszinten üvegezett, afölött szinte teljesen zárt fémdoboz. Egyedi megjelenésű, méhsejtszerű, natúr eloxált burkolatát szintén a magyar Fémmunkás Vállalat gyártotta és szerelte, melyet hasonló acél tartószerkezetre rögzítettek, mint Székesfehérváron.<sup>11</sup>

## #fehévár\_ szövetkezeti\_áruház



[12] Az egykori drezdai Centrum Áruház látképe 2006-ban

[13] A drezdai Centrum Galerie látképe.

## #drezda #centrum\_áruház

10. SIMON Ferenc: „FEHÉRVÁR” Szövetkezeti Áruház, Székesfehérvár. Magyar Építőművészet, 1979/4, 26.

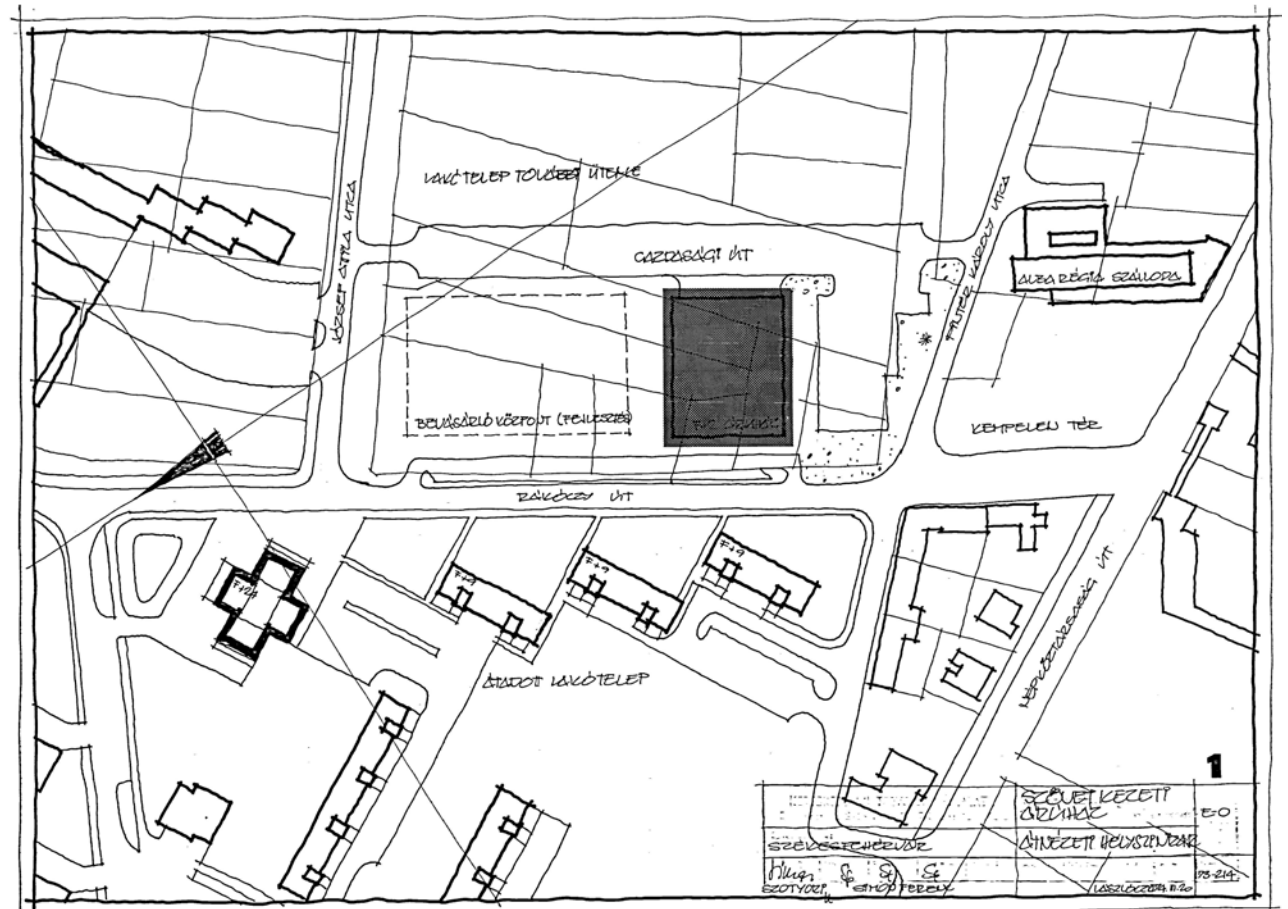
11. KUN Attila: Centrum Áruház, Dreza (NDK). Magyar Építőművészet, 1980/6, 58. Lásd még Kovács Dávid tanulmányát.

## TÍPUSÁRUHÁZAK A JELENBEN

Napjainkra ezek az áruházak elavultak. Más szempontok kerültek előtérbe, olyan új kereskedelmi épülettípusok jelentek meg, mint az üzletházak, bevásárló-központok, szuper- és hipermarketek. A gyakran sűrűn beépített központokban az épületek bővítése nehézkes. A motorizáció fejlődésével a külvárosokba telepített üzletek is könnyen elérhetővé váltak, ahol jóval nagyobb terület áll az építetők rendelkezésére, és a vásárlók autójának is egyszerűbben tudtak helyet biztosítani. Magyarországon a vizsgált időszakban épített szabadonálló, többszintes áruházakra jellemző, hogy a nagy egybefüggő tereket kisebb üzlethelyiségekre darabolták, melyeket már nem egy nagyvállalat üzemeltet. A földszinten elhelyezett kisebb üzletek, élelmiszerboltok gazdaságosan működnek, de az emeleti, ablaktalan helyiségeket hosszú távon csak a jellemzően olcsó kínai import ruházati cikkek árusító vállalkozások tudják üzemeltetni. A földszinti betekintő kirakatokat a legtöbb helyen lezárták, ezáltal a belső tereket erősen „elválasztották” a külső gyalogos forgalomtól. Az épületek gyakran külső megjelenésükben is koszosnak, lehasználtak, gazdátlanok tűnnek. Folyamatosan felmerülő kérdés megővásük, felújításuk, bővítésük vagy esetleges bontásuk.

Németországban is elavultak ezek az épületek, sokat elbontottak, némelyiket átalakították. A drezdai Centrum Áruházat például – ahogy Kovács Dávid tanulmányában némileg részletesebben bemutatja – 2007-ben elbontották, hogy helyére egy nagyobb és korszerűbb bevásárlóközpontot (Centrum Galerie)

[14] Fehérvár Áruház átnézeti helyszínrajza (1974)



építhessenek Peter Kulka tervei alapján. A 2006-ban kiírt tervpályázat nyertes alkotásának fontos állítása volt, hogy a jellegzetes méhsejtszerű homlokzati elemeket az új épület homlokzatába kell integrálni. A vizsgálatok azonban azt az eredményt hozták, hogy túl költséges és időigényes lenne felhasználásuk, ezért a szükséges elemeket újra legyártották. A 2009 őszén megnyílt bevásárlóközpont bár minden szempontból eltér elődjétől, megjelenésével azonban emlékeztet rá.

Szintén érdekes példa a korábban már említett lipcsei Brühl Áruház, amelynek eredeti épülete 1908-ban historizáló homlokzattal épült, de a háborúban súlyos sérüléseket szenvedett. Bár 1951-ben újra megnyitották, nagyobb felújítására csak 1966-ban került sor, amikor a historizáló homlokzat zárt íves alumínium burkolatot kapott, 1968-as megnyitásakor ez volt az NDK legnagyobb áruháza. A 2000-es években vita folyt az épület megtartásáról, illetve a homlokzati kialakításról. Végül a korábbi historizáló homlokzat egy kb. 15 m-es szakaszát megtartották, de azt a teljesen visszaépített, jelképpé vált alumínium homlokzat ma is eltakarja.<sup>12</sup>

A Fehérvár Áruház is több átalakításon esett át az évek során, kétszer bővítették nagyobb mértékben. Először DNY-i oldalán kapott egy, az eredetivel megegyező burkolatú lepényszerű toldalékot. 1994-ben Lőrincz Attila tervei alapján ÉNy-i oldalát kiegészítették egy sávós fém burkolatú, erősen eltérő megjelenésű épületrésszel. Mindegyik beavatkozás nagy mértékben gyengítette az épület eredeti karakterét. Érdekes ezeket összehasonlítani Simon Ferenc 1974-ben készített átnézeti helyszínrajzával, amelyen az épülettől északra eső, jelenlegi parkolóterület szerepel bővítési területként és egy különálló bevásárló központot ábrázol. Jól mutatja a tervező eredeti szándékát, hogy a két épületet nem tapasztja össze, köztük távolságot tart. 2000-ben Sugár Péter tervezésével megújultak az épület belső terei és a földszinti portálok. Az addigra feldarabolódott emeleti tereket újra egyesítették. Azóta azonban a felső szintek színvonala sokat romlott. Az épület kívülről piszkosnak tűnik, a hozzá közvetlenül kapcsolódó külső terek lehangolók.

Az áruház korának ikonikus épülete, érdemes lenne megtartani mint kor-dokumentumot és olyan gondos használók kezébe kéne adni, akik kívül és belül egyaránt gondját viselik. Fontos lenne a közvetlen környezete számára hasznos funkcióval megtölteni, hogy tényleg élő és fenntartható legyen. Jelentősen javítani kellene az épület földszintjének és közvetlen környezetének kapcsolatát. Ha területi bővítést igényel az áruház, akkor azt tőle elválasztva, külön épületben tartanám célszerűnek. Homlokzati paneljei pedig a kompozíció elválaszthatatlan részei, ha azok lekerülnének, azzal az épület értéke jelentősen lecsökkenne.

A fentebb említett külföldi példák azt mutatják, hogy bár az építészek érezték, hogy a régi áruházak főként megjelenésükben képviselnek értéket, a létesítményeket a burkolóanyag részleges megtartásán kívül nem igazán tudták más szempontból is hasznosítani. Nagy kérdés számomra, hogy a társaimmal megfogalmazott javaslatunk „helyzetbe tudja-e hozni” a Fehérvár Áruházat és környezetét anélkül, hogy az eredeti épületet elbontanánk.

12. Historie des Kaufhauses Brühl.  
Bürgerinitiative Kaufhaus Brühl.  
<https://www.kaufhausbruehl.de/historie/>  
(Utolsó elérés: 2017. 04. 29.)

## #átépítés



[15] A Fehérvár Áruház DNY-i bővítésének látképe 2016-ban

[16] A Fehérvár Áruház ÉNy-i bővítésének látképe 2016-ban

## IRODALOMJEGYZÉK

An Architecture for Day and Night, De Bijenkorf. In: Hornbeck, James S. (szerk.): *Stores and shopping centers*. McGraw-Hill Book Company, INC. 1962, 51.

BALOGH István: Szeged „Püspökbazár” beépítése. *Magyar Építőművészet*, 1967/1, 37.

BOROSNYAY Pál: A Szabadonálló üzletházak Tervpályázata. *Magyar Építőművészet*, 1962/2, 36.

CSÁGOLY Ferenc DLA: Kereskedelmi épületek. In: CSÁGOLY Ferenc (szerk.): *Középületek*. Budapest: Terc Kft., 2004, 342.

FINTA József: Kereskedelmi központ és 20 emeletes lakóház, Veszprém. *Magyar Építőművészet*, 1969/2, 14.

HERMAN, Daniel: High Architecture. In: CHUNG, Chuihua Judy – INABA, Jeffrey – KOOLHAAS, Rem – LEONG, Sze Tsung (szerk.): *The Harvard Design School Guide to Shopping*. Taschen, 2001, 390.

HORVÁTH István: Centrum Áruház, Miskolc. *Magyar Építőművészet*, 1971/5, 50.

KUN Attila: Centrum Áruház, Drezda (NDK). *Magyar Építőművészet*, 1980/6, 58.

*Magyar Országos Tervezési Irányelvek: Üzlet, üzletház, áruház.*  
É.M. Építésügyi Dokumentációs Iroda, 1961.

MIHÁLFFY Gábor: ÁÉTV, Általános Építetervező Vállalat, Budapest, 1949-1998.  
In: SCHÉRY Gábor (szerk.): *A magyar tervezőirodák története*.  
Budapest. Építésügyi Tájékoztatói Központ, 2001, 9.

PEVSNER, Nikolaus: *A history of building types*. Thames and Hudson, 1976, 257.

REISCHL Péter: Középületépítés. In: KATONA József (szerk.): *Építésiparosítás, műszaki tervezés, típusalkotás*. Budapest. Típusalkotó Intézet, 1969, 107.

SCHÉRY Gábor: LAKÓTERV, Lakó- és Kommunális Épületeket Tervező Vállalat, Budapest, 1953-1995. In: SCHÉRY Gábor (szerk.): *A magyar tervezőirodák története*. Budapest. Építésügyi Tájékoztatói Központ, 2001, 213.

SIMON Ferenc: „FEHÉRVÁR” Szövetkezeti Áruház, Székesfehérvár.  
*Magyar Építőművészet*, 1979/4, 26.

SNAITH, William T.: How retailing principles affect design. In: HORNBECK, James S. (szerk.): *Stores and shopping centers*. McGraw-Hill Book Company, INC. 1962, 2.

SPIRÓ Éva: Állami Áruház, Ózd. *Magyar Építőművészet*, 1965/5, 9.

TÖRÖCSIK Sándor: Lakóterv II. Iroda új korszerű áruházépítési feladatai.  
*Magyar Építőművészet*, 1966/6, 14.

GYÁNI Gábor: Középosztályi fogyasztási kultúra és az áruház.  
*Elektronikus Periodika Adatbázis Archivum*.  
<http://epa.oszk.hu/00000/00003/00014/gyani.htm> (Utolsó elérés: 2017. 04. 29.)

Historie des Kaufhauses Brühl. *Bürgerinitiative Kaufhaus Brühl*.  
<https://www.kaufhausbruehl.de/historie/> (Utolsó elérés: 2017. 04. 29.)

VALUCH Tibor: A bőséges ínségtől az ínséges bőségig. A fogyasztás változásai Magyarországon az 1956 utáni évtizedekben. *Országos Széchényi Könyvtár 1956-os Intézet és Oral History Archivum*, 2007. 05. 07.  
[http://www.rev.hu/ords/f?p=600:2:::P2\\_PAGE\\_URI:kiadvanyok/evkonyv03/valuch](http://www.rev.hu/ords/f?p=600:2:::P2_PAGE_URI:kiadvanyok/evkonyv03/valuch)  
(Utolsó elérés: 2017. 05. 29.)

WOLF, Tobias Michael: Bautyp DDR – Warenhaus? *Bundeszentrale für politische Bildung*, 2012.11.29. <http://www.bpb.de/geschichte/zeitgeschichte/deutschlandarchiv/147759/bautyp-ddr-warenhaus?p=all> (Utolsó elérés: 2017. 04. 23.)