Die Motorisierung im Einkauf

Autor(en): **Vonesch, Kurt**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Plan : Zeitschrift für Planen, Energie, Kommunalwesen und Umwelttechnik = revue suisse d'urbanisme**

Band (Jahr): **33 (1976)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-783553

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Die Motorisierung im Einkauf

Gedankensplitter zur verkehrsarmen Kernzone und Parkplatzdotierung für Kunden im Detailhandel

Von Dr. oec. Kurt Vonesch, Wirtschaftsberater, Bern

In der Schulplanung sowie bei anderweitiger Bedarfsvorschau ist es übliche Praxis, aus Kapazitäts- und Kostengründen Standortkompromisse einzugehen. Nicht unähnlich verhält es sich mit der Förderung von Lokalkaufkernen. Lauf- und Fahrwege müssen auch hier akzeptiert werden. Primat bleibt lediglich die Reduktion der *mittleren* Wegstrecke, bezogen auf sämtliche Wegstrecken der Gemeindebürger. Durchgehende Fusswegdistanz zum Einkauf ist ein Ideal, das selbst in dichtbesiedelten Städten nicht mehr erreicht werden kann. Um rationell und preislich attraktiv zu wirtschaften, sind die Ladenflächen der Branchen gesamthaft steigend. Grössere Flächen je Geschäftseinheit erheischen als Konsequenz ein bedeutenderes Einzugsgebiet, das heisst mehr Umsätze. Gemeindeteile mit 1000, 2000 Einwohnern eignen sich schwer zu überzeugend kompakten Kaufz*entren* auch örtlichster Prägung.

Unser Beispiel ist eine Zürichseegemeinde mit 8000 Einwohnern, die vertiefte empirische Bearbeitung erfuhr. Sie liegt nahe und mitten im Spannungsfeld von zwei übergeordneten, regional wirkenden Einkaufszentren. Ansässige Vertriebspunkte des Detailhandels betreuen somit fast ausschliesslich Versorgungsbegehren von Gemeindebürgern. Externer Umsatzzuzug bildet die Ausnahme. Die Nettoverkaufsfläche in der Kernzone ist 5000 m², die gesamte Detailnutzfläche (inkl. Nebenräume) 7500 m². Wieviel Kundenparkplätze würden hinreichen? Deduzieren wir nun vom Extrem:

Eine systematische Beobachtung, vom amerikanischen bundesstaatlichen Urban Land Institute aus Hunderten von Praxisfällen abgeleitet, geht dahin, dass im Landesmittel ein vollmotorisiertes regionales Shopping-Center auf 100 m² gesamte Detailnutzfläche 5,9 Kundenparkplätze bereitstelle und dieses Parkingangebot tatsächlich nur an wenigen Spitzenstunden im Jahr, etwa vor Weihnachten, umfänglich beansprucht werde. Für die Kernzone der zitierten Beispielgemeinde hiesse dies als völlig unrealistischer Spitzenwert 440 Kundenparkplätze.

Eine weitere Faustregel für vollmotorisierte, nicht fussgängererschlossene regionale Shopping-Centers besagt, das Verhältnis zwischen Nettoverkaufsfläche und Kundenparkfläche müsse mindestens 1 : 3 sein. Darnach stiege in unserer Seegemeinde die unvernünftige Spitzenforderung auf 550, bei 27 m² pro Abstellplatz. Das Shopping-Center Spreitenbach hat die Relation 1 : 2,6, was übertragen zu 480 Kundenparkplätzen führte.

Der Gemeinde wurde unter Berücksichtigung der Ortsverhältnisse nun empfohlen, ihr Wunschziel auf 200 *Kunden*parkplätze auszurichten. Damit werde die dynamische Zugänglichkeit sehr erheblich gesteigert. Die Parkplätze sollten nahe und zweckmässig verteilt beim Zentralbezirk sein, für die im Beispiel machbaren Umstände nicht entfernter als 100–150 m.

Motorisierte Durchlässigkeit ist bei Zentralzonen in bestimmten Fällen dringend. Heisst das aber, der verkehrliche Zugang müsse integral für jedermann gewährleistet sein, weil doch «die meisten Leute mit dem Auto kaufen gehen», wie man etwa hört? Erneut eine Gegendarstellung durch Indizien:

In der Beispielgemeinde wird die Annahme getroffen, die kumulierten Umsätze der drei Filialvertreter Coop, Konsumverein Zürich und Migros würden dermassen erzeugt, dass ein Kunde pro Kaufbesuch jeweilen zwei der drei Konkurrenten gleichzeitig begünstigt. Würden nun sämtliche Kunden motorisiert zum Kauf anreisen, wäre in der Umrechnung (tatsächliche Umsätze dividiert durch tatsächlichen mittleren Kassenbonbetrag) an jedem geschäftlichen Öffnungstag *allein für diese drei Verkaufspunkte* ein Zustrom von 1200 Fahrzeugen zu bewältigen bzw., bei etwa 10 m Zwischenraum, eine ununterbrochene Verkehrskolonne von gegen 20 km Länge. Das Verzerrte der Beispielannahme möge damit hinreichend illustriert sein.

Die Wirklichkeit ist für Dorf- und auch Stadtzentren sehr viel mässiger. Doch besteht tatsächlich ein unumgänglicher Bedarf nach Hinfahrt zum definitiven Endziel: beim professionellen Güterumschlag und beim privaten Abholen von schweren oder unhandlichen *Einzel*stücken, nicht dagegen für kombinierte Kauflasten, wozu naher Kundenparkraum durchaus käufersympathisch hinreicht. Der Güterumschlag sollte nicht als gemeindliche Exklusivität verstanden werden, denn wenn jedes Gemeinwesen andere Zeiten ansetzt oder die Beschränkung auf wenige Stunden reduziert, können ökonomische Liefertouren nicht mehr bewerkstelligt werden. Der zusätzliche Kostenanteil berappt der Käufer unwissentlich.

Dies hat dazu geführt, dass die Erfahrung heute der verkehrs*armen* Regelung vor der ganz verkehrs*freien* mehrheitlich den Vorzug gibt. Als erster Ort Europas hat 1957 die Grossstadt Essen das verkehrsarme Zentrum *stufenweise* verfügt, das nach der letzten Erweiterung 1971 gegenwärtig ein Areal von 1 km auf 300 m deckt. Die Gross-, Mittel- und Kleinstädte sowie Dorfkerne aller Stufen, die der aus USA importierten Vorkehrung sukzessive in dieser oder jener Abwandlung gefolgt sind, lohnen das Aufzählen nicht mehr: auch in der Schweiz. Die Geburt einer verkehrs*armen* Zentralzone muss offenbar allenorts Hürden und Einwände überstehen, was zu ihrer örtlichen Richtigkeit nur angemessen scheint. Doch attestieren gerade detailgewerbliche Geschäftsleute mehrheitlich gute Betriebsergebnisse nach erfolgter Tat.

Lokalkaufleute bevorzugen ziemlich einmütig die blaue Zone gegenüber den Parkingmetern. Man wird beachtet haben, dass in aussenliegenden Shopping-Centers das Parkieren kostenlos ist. Eine gewisse psychologische Ebenbürtigkeit müsste da die (gemeinde-) nachbarliche Assortierung anzubieten vermögen, wo solcher Spielraum ausserhalb von Finanzzwängen noch bestehen sollte.