Objekttyp: **Miscellaneous**

Zeitschrift: **Schweizer Ingenieur und Architekt**

Band (Jahr): **115 (1997)**

Heft 46

PDF erstellt am: **31.05.2024**

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

Einkaufszentren und Vergnügungsparks

Unter diesem Titel lud die Schweizerische Vereinigung für Landesplanung (VLP) am 23. Oktober ins Casino Zug. Obwohl die Adresse der Tagung eher auf die Vergnügungsparks verwies, galt das Augenmerk mehrheitlich den ausserhalb der traditionellen Siedlungskerne gelegenen Einkaufszentren. Der Veranstaltungsort aber war bewusst gewählt, war doch Zug der erste Kanton mit einer raumplanerischen Regelung für den Bau von Einkaufszentren, die aus dem Jahre 1974 datiert. Damals beabsichtigten verschiedene Investoren, im Kanton acht Einkaufszentren mit gegen 60 000 m^2 Nettoladenfläche zu errichten. Verglichen mit den 800 000 m^2, auf denen heute in der gesamten Schweiz in 57 Einkaufszentren (mit über 7000 m^2 Verkaufsfläche) Waren angeboten werden, wäre die geplante Fläche für den 239 km^2 kleinen Kanton wohl überproportioniert gewesen. Bis heute sind drei der vorgesehenen acht Zentren realisiert, wobei nur eines ausserhalb der Kernzone liegt (Steinhausen Hinterberg).

Als ökonomisch, ökologisch wie sozial sinnvolle Organisation des knappen Lebensraumes definierte Rudolf Muggli, Direktor der VLP, die Aufgabe der Raumplanung. Wo liegen nun aber die kritischen Punkte hinsichtlich der Errichtung von Grossverkaufsflächen «im Grünen» aus raumplanerischer Sicht? Muggli verwies auf die hohen Anforderungen an die Erschliessung wie die erforderlichen Parkplätze. Zudem führe das daraus resultierende Verkehrsaufkommen zu Umweltproblemen. Es stelle sich auch die Frage, inwieweit Einkaufszentren in autobahnnahen Industriezonen Kaufkraft aus den Stadt- und Dorfkernen abziehen würden. Mark Henauer vom Migros-Genossenschafts-Bund demgegenüber wehrte sich vehement gegen die Umschreibung von Einkaufszentren als «auf der grünen Wiese». Tatsächlich hätten sie an der allgemeinen, durch andere eingeleiteten und zeitweise stark geförderten Siedlungsentwicklung aus den Städten hinaus in die Aussenquartiere und Aussengemeinden teilgenommen. Die Verkaufsstellen seien den Bewohnern in die Satellitenstädte gefolgt – nicht umgekehrt; und gebaut wurde ausschliesslich in ausgeschiedenen Bauzonen! «Daraus einen raumplanerischen Sündenfall zu konstruieren, wäre ja primär ein Vorwurf an die Raumplanung und nicht an jene, die der Entwicklung und den Zonenvorgaben gefolgt sind», so Henauer.

Bernadette Breitenmoser von der Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU) wagte – gestützt auf Fakten (Schweizerischer Detailhandel und Grosskonsumenten 96) und Fachliteratur (etwa Faith Popcorn: Clicking, München 1995) – den Blick in die Zukunft: Das Einkaufen in klassischen Einkaufszentren gehe wohl langsam zu Ende; letztere könnten künftig nur mit Animations- und Erlebnisqualität oder mit Billigstware überleben. Entsprechend würden kleine lokale Geschäfte einen Aufschwung erleben, Spezialgeschäfte mit Delikatessen und individuellem Service hätten vermehrt gute Chancen. Auch Transitpunkte, Bahnhöfe oder Tankstellen würden weiter an Bedeutung gewinnen. – Allgemeingültige Schlüsse aus diesen Trends zu ziehen, ohne ideologisch zu werden, sei aber nicht möglich, meinte Breitenmoser, schliesslich gebe es nicht nur eine Art des Konsumierens. Grundsätzlich gelte jedoch, dass einkaufen mit und ohne Auto möglich sein müsse, dass kleine Detaillisten für Stadt- und Dorfzentren wichtig seien und dass sowohl Konsumangebot wie Gestaltung attraktiv sein müssten, denn Einkaufen sei heute Teil unserer «Erlebniswelt».

Inge Beckel