Probleme des Zentrums

Autor(en): **L.B.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art**

Band (Jahr): **53 (1966)**

Heft 5: **Innerstädtische Läden; Ein regionales Schnellbahnsystem**

PDF erstellt am: **26.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-41200

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

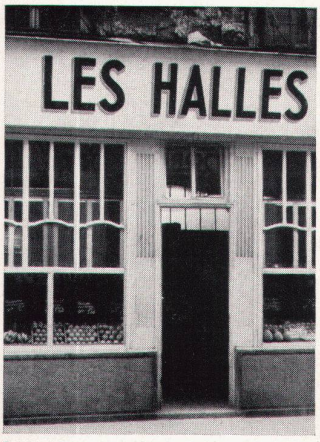
http://www.e-periodica.ch

Probleme des Zentrums

1

2

3



4

5

Die innerstädtischen Geschäftshäuser gehören im allgemeinen nicht zur Kategorie der langlebigen Architektur. Neben einigen wenigen Firmen, welche schöne Gebäude der historischen oder der modernen Tradition zu konservieren verstehen, steht die Mehrzahl jener, die sich ständig der Mode anpassen; die großen, wohlhabenden Firmen, indem sie in jeder Inhabergeneration einmal abbrechen und neu bauen, die kleinen, indem sie an der Fassade und am Schaufenster herumlaborieren.

Deshalb bilden Ladenbau und Schaufenstereinbau einen Grenzfall der Architektur, eine Nahtstelle zum Advertising. Für den Architekten gibt es zwei Möglichkeiten, an die Aufgabe heranzugehen: entweder die propagandistische und spielerische Note des Advertising in die Architektur zu übersetzen oder in einer ernsten Architektur jenen Platz auszusparen, der sich seiner Kontrolle entzieht und der vom Ladeninhaber jeweils selbst gestaltet und verändert wird. Der dritte Weg, von der Ladenreklame dieselbe Disziplin zu verlangen wie von der übrigen Fassade, indem man beispielsweise die Aufschriften vereinheitlicht, verspricht keine Dauer, da er dem Wesen des Advertising allzusehr widerspricht.

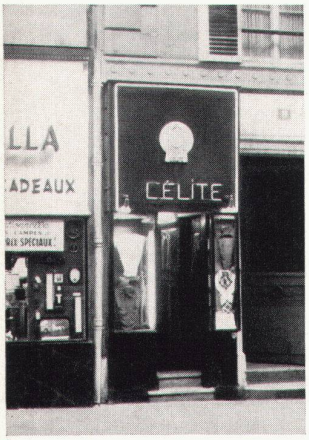
Diese Feststellung wäre vor wenigen Jahren noch ketzerisch erschienen – heute haben wir das Verständnis und den Sinn für die Notwendigkeit dieser Vorgänge zurückgewonnen: einmal den Sinn für eine vergängliche Ästhetik und für die Erschöpfung des Informationsgehaltes einer Form in der Zeit. Sodann auch den Sinn für die Straße als ein kinetisches Kunstwerk, das sich langsam verändert und dadurch gerade seinen Stimmungsgehalt bewahrt.

Schließlich aber lernten wir seither – auf architektonischer Ebene von Kevin Lynch, auf soziologischer von der Jane Jacobs, auf wirtschaftlicher von Wolfgang Hartenstein und auf verkehrstechnischer von Colin Buchanan – etwas über die Bedeutung der Innenstadt, der die beiden Teile dieses Heftes gewidmet sind. Im ersten publizieren wir zentrale Geschäftshäuser und Ladeneinbauten und im zweiten das Schnellbahnprojekt der San Francisco Bay Area als ein Regenerationsprojekt der Stadt von weltweiter Bedeutung. L. B.

1
Urform des Handels: der Markt. Der Käufer kann prüfen, vergleichen und weitergehen
Le marché, archétype du commerce: l'acheteur peut examiner, comparer et s'en aller
Trade in its original form: the market. The buyer is free to examine, compare and walk on to the next stand

2, 3
Der Kiosk: ein mehr oder weniger stabiler Marktstand
Le kiosque, forme d'échoppe plus ou moins stable
The kiosk: a more or less stable market stand

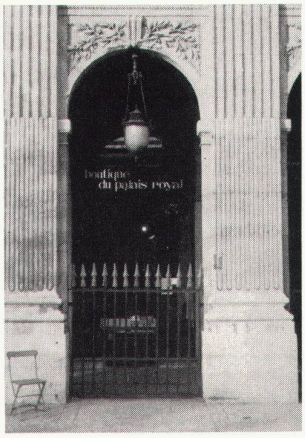
4, 5
Der eigentliche «Laden»: Verkauf durch das Fenster. Die «Autobank» hat diese Lösung wieder aufgegriffen
Le «marchand étalagiste» – vente directe sur la rue, à travers un guichet; le système «autobanque» a repris cette solution
The shop, in its original function, sells goods through a window – a solution recently adopted by the 'motorist banks'



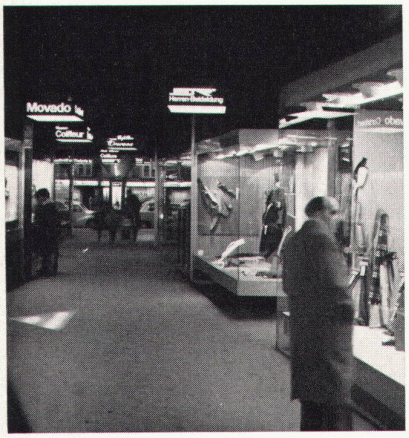
6

7

8

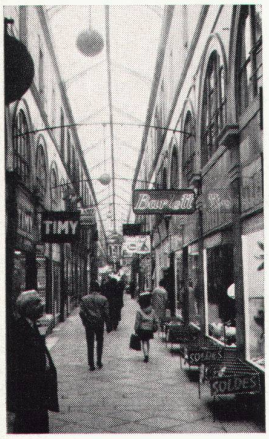


9

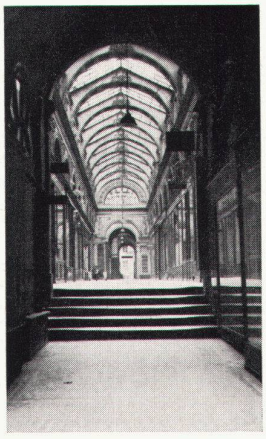


10

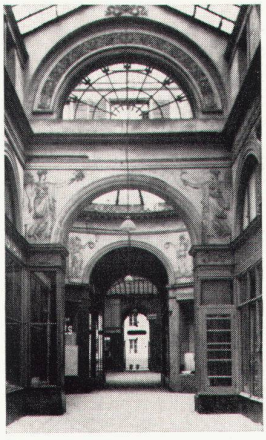
11



12



13



14

6
Der Laden auf kleinstem Raum in anonymer Bebauung
Le magasin miniature d'un immeuble anonyme
Small-scale shop in anonymous surroundings

7
Der traditionelle Laden
Le magasin traditionnel
Traditional shop

8
Auch der anonyme Ladeneinbau kommt zu guten Lösungen
Il y a de bonnes solutions même pour les magasins anodins
Even when the shop is incorporated in an anonymous façade, good solutions can be found

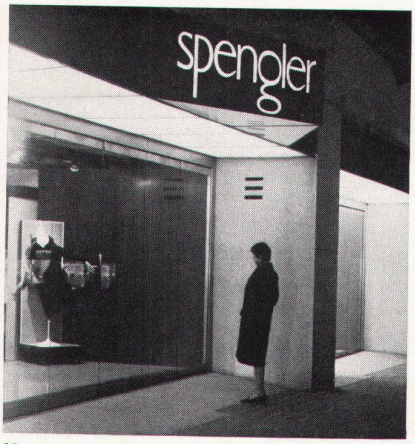
9
Moderne Boutique im Palais-Royal
Boutique moderne au Palais-Royal
Modern boutique in the Palais-Royal

10
Die Straße kommt in den Laden: Schaufensterpassage mit Kleingeschäften
La rue s'introduit dans les magasins: passage avec étalage de petits commerces
The street enters the shop: shop-window gallery with small individual shops

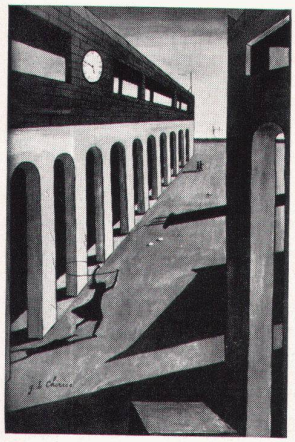
11
Größere Geschäfte können selber den Straßenraum erweitern
Le grand commerce peut agrandir lui-même la rue
Bigger shops can widen the street space

12, 13, 14
Idealform der Ladenstraße: die Galerie. Links: Passage Choiseul; Mitte und rechts: Galerie Vivienne, Paris
La galerie, forme idéale de la rue commerçante. A gauche, Passage Choiseul; au centre et à droite, Galerie Vivienne, à Paris
Ideal form of the shopping street: the gallery. Left: Passage Choiseul; center and right: Galerie Vivienne, Paris

15



16



17

18

19

20

21

15
Der Laden kommt auf die Straße
Le magasin se prolonge dans la rue ...
The shop comes into the street ...

16
Über Nacht wird er wieder eingeräumt
... et se replie pendant la nuit
... and retires for the night

17, 18
Arkaden. Links südliche, rechts nördliche Version
Les arcades: à gauche, méridionales; à droite, nordiques
Arcades. Left, southern; right, northern version

19
Ein Geschäftshaus versucht, eine Fußgängerinsel zu bilden: «Palme», Zürich
Le building essaie de former un îlot pour piétons; immeuble «Zur Palme» à Zurich
Commercial building trying to form an island for pedestrians: 'Palme', Zurich

20
Das Fußgänger-Einkaufszentrum in der neuen Stadt: Farsta bei Stockholm
Le centre d'achats de la cité nouvelle: Farsta près de Stockholm
Pedestrians' shopping center in the new city: Farsta, near Stockholm

21
Vorläufiges Endstadium der Entwicklung: das Shopping-Center Amstelveen. Architekten: Van den Broek und Bakema, Rotterdam
Aboutissement actuel de cette évolution: le centre d'achats Amstelveen. Architectes: Van den Broek et Bakema, Rotterdam
Under current conditions, the development appears to have reached its final stage: Amstelveen shopping center. Architects: Van den Broek and Bakema, Rotterdam

Photos: 1–3, 5, 7, 8, 10, 11, 15, 16, 19, 20 Fritz Maurer, Zürich; 17 Kleinhempel, Hamburg; 18 Carl Pohlschmidt, Münster in Westfalen; 21 Stevens und Magielsen, Amsterdam