

Zeitschrift: Plan : Zeitschrift für Planen, Energie, Kommunalwesen und Umwelttechnik = revue suisse d'urbanisme
Herausgeber: Schweizerische Vereinigung für Landesplanung
Band: 33 (1976)
Heft: 4

Artikel: Die Motorisierung im Einkauf
Autor: Vonesch, Kurt
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-783553>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 Lokalkaufkerne. 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 Kaufzentren auch örtlichster Prägung.

Unser Beispiel ist eine Zürichseege-meinde 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 Umsatzzugang 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 Ur-

ban 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 Kundenparkplätze 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 jeweils zwei der drei Konkurrenten gleichzeitig begünstigt. Wür-

den nun sämtliche Kunden motorisiert zum Kauf anreisen, wäre in der Umrechnung (tatsächliche Umsätze dividiert durch tatsächlichen mittleren Kassenbonnetbetrag) 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 Verzerren 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 *Einzelstücken*, 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 verkehrsarmen Regelung vor der ganz verkehrsfreien Mehrheitlichkeit 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 Dorfkern 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 verkehrsarmen Zentralzone muss offenbar allorts 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.