

Die "Magazine zum Globus" in Zürich und die Architektur

Autor(en): **Barro, Robert R.**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Bauzeitung**

Band (Jahr): **86 (1968)**

Heft 14

PDF erstellt am: **21.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-70015>

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.

Die «Magazine zum Globus» in Zürich und die Architektur

Während heute Schul- oder Kirchenbauten, dem dringenden Bedürfnis bei den vielen neuen Ansiedlungen entsprechend, in grosser Zahl und dichter Folge erstellt werden und dadurch einen guten Überblick über den sich vollziehenden Wandel vermitteln, sind demgegenüber Warenhausneubauten eine Seltenheit. Sie lassen sich weniger leicht in eine Entwicklung einreihen, weil diese zu grosse Sprünge aufweist. Dies hängt sowohl mit den erforderlichen Rieseninvestitionen der Privatwirtschaft als auch mit der besonders guten geschäftlichen Lage zusammen, welche das Warenhaus erheischt und die auch in Grosstädten auf wenige Strassen und Plätze konzentriert ist. Das als Typus rund hundert Jahre alte Warenhaus konnte an den geeigneten Stellen schon längst Fuss fassen und gedeihen, so dass Neugründungen andernorts ein wagemutiges Unternehmen bedeuten würden. Warenhäuser werden somit erweitert oder umgebaut, heute aber selten neu erstellt, und es braucht Aussergewöhnliches — leider zu meist Tragisches, wie Kriegsschäden oder Brandkatastrophen — um diesen Fall herbeizuführen.

Gerade tragisch ist die Vorgeschichte des Globusneubaus zum Glück nicht, jedoch beschwerlich genug, und aussergewöhnlich ist sicherlich die Tatsache, dass dieses Warenhaus innert wenigen Jahren zwei Provisorien errichten und drei Umzüge durchmachen musste.

Der neue Globus konnte nicht einer architektonischen Leitlinie folgend entworfen werden, wie sie etwa im Schul- oder Kirchenbau kontinuierlich markiert wird. Um so bemerkenswerter ist die Folgerichtigkeit, mit welcher hier ein Warenhaus geschäftsmässig konzipiert wurde, das heute allgemein von der «Boutique», vom Shopping center und vom Diskontgeschäft konkurrenziert wird.

So ist nicht nur die heutige Planung eines Warenhauses an sich, sondern auch der spezielle Fall besonders interessant in mehr als einer Hinsicht.

Das Verkaufsproblem

Als typisches Erzeugnis seiner Entstehungszeit zeigte das ursprüngliche Warenhaus eine merkwürdige Mischung von ungehemmtem Profitstreben und gesellschaftlicher Verpflichtung. So wenig man sich offenbar um die Existenz der bestehenden Fachgeschäfte oder um ein massstäbliches Einfügen in das Stadtbild kümmerte, so sehr bemühte man sich, wenn auch in der Optik der Zeit, um eine imponierende architektonische Leistung. Es darf allerdings nicht übersehen werden, dass die grossartigen, mehrgeschossigen Hallen bei dem damaligen Stand der künstlichen Beleuchtung in erster Linie als Lichtspender dienten. Die monumentalen Treppenanlagen und die pompöse Ausstattung sind jedoch Zeugen, sofern sie noch



Der neue Zürcher Globus, von der Usterstrasse her gesehen. Die wichtige Fassadenkomposition verleiht dem Warenhaus den gewünschten attraktiven Charakter. Die vorgeblendeten Marmorbänder bringen die bauliche Struktur in einer eher graphisch empfundenen Betonung der Stockwerke zum Ausdruck ohne Bezug auf die tragende Konstruktion
Phot. Georges Wino, Zürich

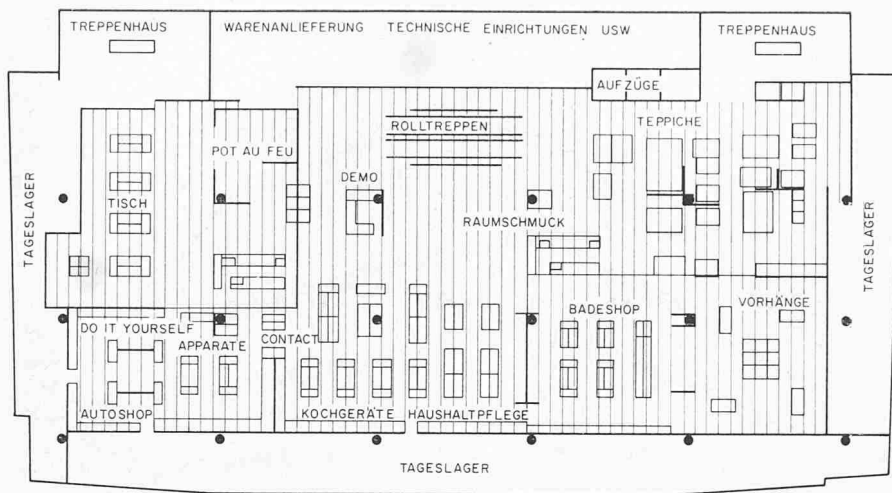
erhalten sind, von einem Streben nach einem glanzvollen architektonischen Rahmen, hinter welchem das Verkaufsgut geradezu verschämt zurücktrat.

Beim Globusneubau stellt man fast mit Bestürzung fest, dass sich die Lage inzwischen so grundlegend geändert hat, dass das Warenangebot heute die Architektur vollkommen in den Hintergrund verdrängt. Wie kam es dazu? Im Gegensatz zu dem in seiner ursprünglichen Gestalt mehr oder weniger gefangenen Wa-

renhaus passte sich der Einzelhandel weiterhin den verschiedenen Einflüssen an und zeitigte allmählich völlig neue Formen. Nicht zuletzt als Abwehr gegen ein weiteres Übergreifen des Warenhauses selber gedacht, wendet sich die sogenannte *Boutique* an eine bessere, zuweilen snobistische Kundschaft, welcher sie in origineller Umrahmung exklusivere Ware anbietet. Ergebnis der eigenen Stadtstruktur und der fortgeschrittenen Motorisierung Nordamerikas, muss das *shopping center*

Die nächtliche Erscheinung des Globus in komplementärer Lichtwirkung





Grundriss des dritten Stockwerkes, Masstab rund 1:500. Der Fassadenverlauf mit seinen etagenweise versetzten Eckmotiven korrespondiert nicht mit dem lagerhausmässigen Pfeilersystem, das die Verkaufsfläche im Innern umgrenzt

seine periphere Lage durch Bequemlichkeiten für den Käufer, Parkplätze und gefällige Atmosphäre ausgleichen. Das *Diskontgeschäft* schliesslich verzichtet bewusst auf jegliche *Ambiance* und lockt die Kundschaft mit extrem niedrigen Preisen an.

Es war naheliegend, dass die Globusdirektion, um eine zeitgemässe Lösung bemüht, alle diese Tendenzen bei ihrem Neubau berücksichtigen würde, zumal der relativ knappe zur Verfügung stehende Raum — rund die Hälfte desjenigen des Warenhauses Jelmoli — geradezu nach einer straffen Disposition rief. Erstrebte wurde einmal die Ausdehnung des «*style boutique*» auf das ganze Warenhaus, welcher offenkundig anstelle einer markanten Innenarchitektur auftreten und die gewünschte Kaufstimmung erzeugen sollte. Vom shopping center wurde alsdann eine lebendigere Gruppierung und Schaustellung der Ware, sowie die enge Verbindung mit ausreichenden Parkplätzen — wenn auch notgedrungen in Tiefgaragen — übernommen. In der Beschränkung auf wenige, erprobt marktgängige Artikel, durch einige ausgesprochene Liebhabereien als bewusste, spektakuläre Ausnahmen eher betont als verdeckt, und in der unerbittlichen Platzausnutzung und Standardisierung der Inneneinrichtung kann man schliesslich den Einfluss des Diskontgeschäftes erblicken.

Die Architektur im Rückzug

Auf diese Weise entstand eine Art Kasten, in welchem — Schubladen ähnlich — sieben, mit geringen Abweichungen im ersten Keller und im fünften Stock genau gleiche, restlos verfügbare, d. h. völlig leere Geschosse übereinanderliegen. Es kam einzig und allein auf die maximale und flexibelste Ausnutzung der zugegebenermassen beschränkten Nutzfläche an: Daher die Regelmässigkeit und Weite des Stützensystems, die Gleichmässigkeit der Etagenhöhen, der durchgehende Raster der herabgehängten Decken, das scharfe Abtrennen eines seitlichen Streifens für Verkehrseinrichtungen und Nebenräume.

War die Architektur in den früheren Warenhäusern wohl etwas aufdringlich,

sucht man sie heute vergebens, jedenfalls im neuen Globus. Massgebend sind eben nicht mehr Architekten, sondern Spezialisten des Verkaufs, die nur darauf achten, diesen mit allen Mitteln zu fördern. Gerade ein totaler Neubau, wie derjenige des Globus — auf einem unverbindlichen Areal und durch die zwei vorangehenden Provisorien und den wiederholten Platzwechsel von überlieferten Auffassungen losgelöst — schien eine einmalige Gelegenheit zu bieten, das, was heute für die neuesten Erkenntnisse im Einzelhandel gehalten wird, kompromisslos in die Wirklichkeit umzusetzen.

Das Ergebnis im Warenhaus

Wie wirkt sich der bewusste Verzicht und jegliche Architektur zu Gunsten blosser Verkaufseinrichtungen im Innern des Gebäudes aus? Bei dieser Frage wird man erst dessen gewahr, was im Haus fehlt: die Übersicht. Wohl ist die im Raum freistehende Rolltreppe von den meisten Standorten her sichtbar, jedenfalls die steigenden Läufe. Die in einer Seitenwand eingebauten Aufzüge und die ausserhalb des Verkaufsraumes befindlichen Treppen dagegen liegen versteckt. Vor allen Dingen ist die allgemeine Orientierung durch die Gleichmässigkeit der Geschosse wesentlich erschwert. Die Zuweisung jedes einzelnen Stockwerkes an eine bestimmte, mit Namen versehene Abteilung vermag nichts daran zu ändern und erweist sich als wenig wirksamer Ordnungsversuch. Vielmehr schafft sie eher Verwirrung, indem die flächenmässig stark auseinandergehenden Abteilungen die Geschosse sehr ungleich beanspruchen. Diese sind daher teilweise überfüllt, teilweise mussten sie hingegen anderweitig belegt werden.

Offenbar um ein optimales Verkaufsklima zu schaffen, wurde das fügsamere künstliche Licht fast ausschliesslich gewählt. Da jedoch die Baupolizei auf die Einhaltung eines (entgegenkommenderweise reduzierten) Verhältnisses des Fenstermasses zur Bodenfläche bestand, half man sich mit einem Kranz schmaler Tageslager um den Verkaufsraum herum, wodurch das

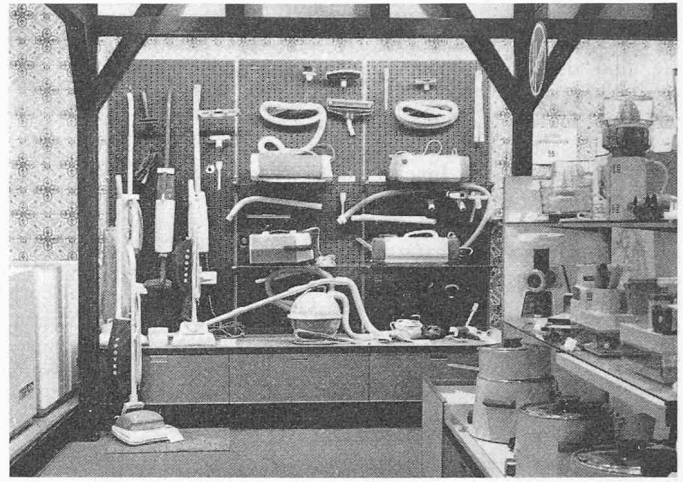
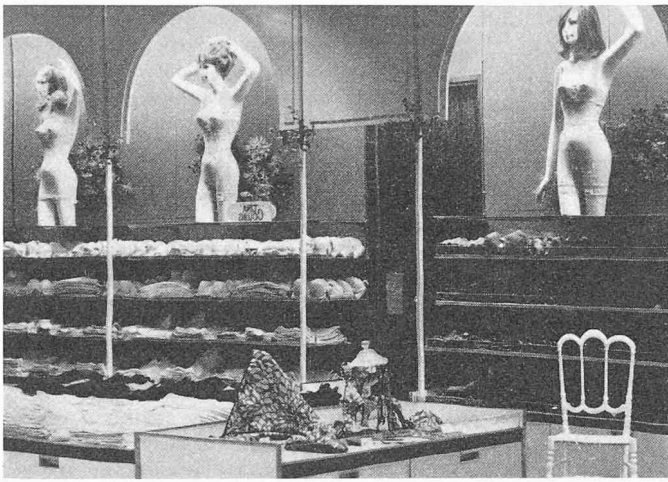
störende Tageslicht ferngehalten werden konnte. Mit den offenen Fensterlücken verschwand zugleich ein lästiger Unsicherheitsfaktor für die Luftkonditionierung. Mögen noch weitere Gründe für diese Anordnung gesprochen haben, so ist sie andererseits kaum ohne Nachteil. Von der Warenanlieferung durch den Verkaufsraum getrennt, lassen sich diese Tageslager nur ausserhalb der Verkaufszeit nachfüllen, wobei der Warentransport auf teppichbelegten Böden und zwischen den Verkaufseinrichtungen hindurch kaum bequem ist.

Das Beiseiteschieben eines mitsprechenden — und ordnenden — architektonischen Rahmens und die Bevorzugung des künstlichen Lichtes haben also auch ihre Kehrseiten. Ob diese Massnahmen überdies unbedingt verkaufsfördernd sind, lässt sich nicht ohne weiteres bejahen. Gewiss ist die dadurch erreichte Flexibilität und Anpassungsfähigkeit der Inneneinrichtung an die jeweiligen Bedürfnisse besonders wertvoll. Ein Fragezeichen ist hingegen zur hier erstrebten Anhäufung des Warenangebotes und zur damit verbundenen Steigerung der Werbewirkung zu setzen. Abgesehen davon, dass die Buntheit und Üppigkeit des Verkaufsdekors im schroffen Kontrast zur verkümmerten Architektur stehen, ist die erfolgte Ausdehnung des «*style boutique*», welcher eine gewisse Einmaligkeit und Ausschliesslichkeit impliziert, auf ein ganzes Warenhaus an sich ein Widerspruch. Ein zu nahes Aneinanderrücken und die zu häufige Wiederholung von noch so reizenden «*corners*» wirkt schliesslich monoton und ermüdend. Das allzu farbige und unruhige Gesamtbild erinnert zu stark an ein «*disney land*», wenn nicht an einen Jahrmarkt, um das erwünschte «*Käuferlebnis*» nicht zu beeinträchtigen.

Am fragwürdigsten erscheint indessen in dieser Hinsicht das fast restlose Ausschliessen des Tageslichtes und somit eines Ausblickes in den Etagen (nur das Erdgeschoss und der fünfte Stock gewähren überhaupt einen Blick ins Freie). Mag in den trüben Wintermonaten das intensive künstliche Licht als wohltuend empfunden werden, so stört es einem doch an hellen Sonnentagen irgendwie, mit einem blossen Ersatz vorliebnehmen zu müssen, zumal Lage und Gestaltung des Gebäudes eine einwandfreie natürliche Belichtung erwarten liessen. Wie tageslichtdurchflutete Verkaufsräume angenehm und daher kaufstimulierend wirken können, zeigt übrigens das eben eröffnete neue Schuhhaus Bally Capitol an der Zürcher Bahnhofstrasse, und es dürfte sich für Fachleute lohnen, die beiden benachbarten Geschäfte in diesem Zusammenhang zu vergleichen, wenn auch die Voraussetzungen zum Teil recht verschieden sind.

Die Auswirkung auf das Aussenbild

Für den Architekten selber musste das geschilderte Bekennen der Warenhauspezialisten zum alles beherrschenden Verkaufsdekor eine mehrfache Gefahr bedeuten, in erster Linie diejenige der Willkür. Auf was soll sich nämlich die Aussenarchitektur stützen, wenn das Gebäude selber keine architektonische Gliederung



Innenansichten des Einheitsverkaufsraumes. Die Architektur wird durch Verkaufsszenarien des Dekorateurs ersetzt

Zweifellos gehört der Verkaufsstil zum allerwichtigsten eines Detailgeschäftes. Es bildet zusammen mit dem Lay-out und der Dekoration gewissermassen das «Image» eines Hauses (Globus).

aufweist? Nachdem das Tragwerk offenkundig einzig und allein nach dem grösstmöglichen Stützenabstand konzipiert wurde, verblieben nur die Etagenböden als Ausgangspunkt der Gestaltung. Während ihrerzeit bahnbrechende Vorgänger wie etwa das Mendelsohn'sche Warenhaus Schocken in Chemnitz das Tragsystem trotz ausgekrachter Aussenwand sichtbar liessen und gewissermassen in die Komposition einbezogen, fehlt eine solche Beziehung zwischen Innen und Aussen im Globus völlig. Im Gegenteil, die Loslösung von einer derartigen Bindung führte zu einem Widerspruch, indem mangels einer vertikalen Rhythmisierungsmöglichkeit eine horizontale durchgeführt wurde, deren starke Vor- und Rücksprünge bei der getroffenen Materialwahl dem straffen Stützensystem in keiner Weise entsprechen. Die Kombination einer starken Reliefwirkung mit einer Natursteinverkleidung erscheint jedenfalls schwer verständlich bei einer eigentlichen «curtain wall», der somit gar nicht zum Ausdruck kommt. Betont schwebende Fassadenteile erhalten dadurch einen sinnwidrigen, übertrieben muralen Charakter und man würde gerne entweder auf die stark plastische Wandgestaltung oder auf die aufdringlichen Marmorplatten verzichten. Hier gilt: weniger wäre mehr.

Im Grunde genommen wiederholt sich im Äusseren die Situation des Gebäudeinnern: zwar wird nicht ein Verkaufsdekor aufgestellt, sondern lediglich ein zulässiges Bauvolumen eingekleidet. Beides geschieht jedoch ohne zugegebenen Bezug auf eine verpflichtende Architektur. Während aber die sich offen als temporäre Szenerie gebende Inneneinrichtung noch hingenommen werden kann, sind die Verhältnisse bei den Fassaden viel komplexer. Bildet das Innere eines Warenhauses — und speziell eines nach aussen abgeschlossenen — eine eigene, unabhängige Welt für sich, spricht beim Äusseren wohl oder übel die ganze Umgebung mit.

Selbstverständlich läuft eine Aussengestaltung, die sich, wie diejenige des Globus,

weder an ein konstruktives System anlehnt noch an die umgebenden Bauten anpasst, doppelt Gefahr, der Willkür, d. h. dem Formalismus anheimzufallen. Im Vergleich zu dem vor einigen Jahren in Westdeutschland grassierenden Unfug, ganze Warenhäuser mit einem durchbrochenen Beton- oder Keramikraster zu überziehen, sind zwar die Globus-Fassaden, die immerhin die Geschosse markieren und die Verkaufszonen hervorheben, gewissermassen ehrlich. Funktionell sind sie es schliesslich auch, indem sowohl die hochliegenden, schmalen Fensterbänder zur Lagerbelichtung, als auch die vorspringenden, hohen Brüstungstreifen zur Regalaufnahme eine sachliche Begründung haben.

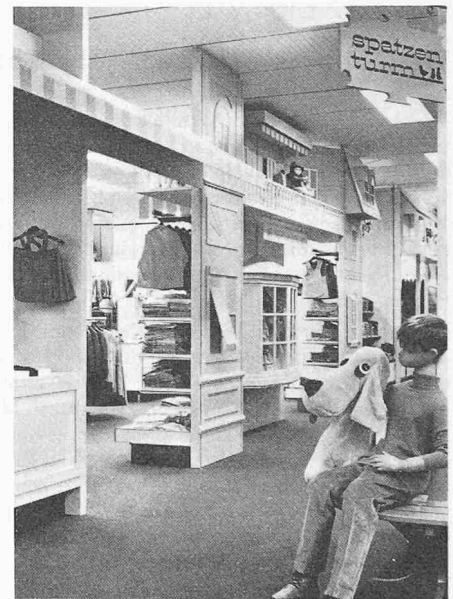
Abgesehen davon, dass der vom Hausinnern verdrängte Architekt unwillkürlich einen Ausgleich in dem ihm einzig überlassenen Feld erblickt, fühlt er sich womöglich dazu verpflichtet, die überbordende Innendekoration durch eine auffällige Fassadengestaltung gleichsam in Schach zu halten. Muss dazu noch dem offenkundigen Wunsch der Bauherrschaft nach Respektabilität in der Form von Marmorverkleidung nachgelebt werden, ist man bald am Rand des Erträglichen angelangt.

Mögen ausgesprochen spielerische Züge — wie z. B. die in Gehrung herumgeführten Marmorplatten — die etwas drückende Monumentalität des ohnehin mächtigen Gebäudes leicht mildern, verbleibt doch ein Gefühl des Zwiespaltes angesichts der angewandten Gestaltungsmittel. Um noch einmal den Bally-Capitol-Neubau zum Vergleich heranzuziehen: dort tritt vielleicht die konstruktive Seite der Architektur gar stark auf; beim Globus hingegen vermisst man um so mehr ihr Mitwirken, als vermutlich allerlei Fragwürdiges allein durch eine konstruktionsgerechte architektonische Gestaltung mehr Beziehung und Gehalt bekommen hätte.

Apoll und Merkur

Lassen sich aber die Forderungen der künstlerischen Einstellung und der Ver-

In der Kinderabteilung ist der Gegensatz zwischen einem quasi industriellen baulichen Rahmen und einem phantasievollen Verkaufsdekor sichtbar



In der Damenabteilung erfährt die Verkaufsdekoration ihre letzte Steigerung



kaufsstrategie überhaupt auf einen Nenner bringen? Ist nicht immer zu befürchten, dass der eine oder andere Faktor zu stark überwiegt? Entsteht hier nicht zwangsläufig, im Zeitalter der Massenlenkung, eine Spaltung zwischen dem rein geschäftsorientierten Innern und dem ebenso rein repräsentativen Äusseren? Nicht nur Warenhäuser der Gründerzeit, sondern auch vermeintlich moderne «shopping centers» zeigen gelegentlich ein auffallendes Übermass an architektonischer Gestaltung. In Genf-Meyrin, zum Beispiel, steht ein Verkaufszentrum, das aus einiger Entfernung für einen Mayatempel gehalten werden könnte und dessen Einteilung weit mehr von der sturen Einhaltung eines Planrasters und eines entsprechenden Konstruktionsprinzips, als von einer günstigen Abwicklung des Verkaufes bestimmt wurde.

In diesem Lichte gesehen, bringt sicherlich der Globusneubau eine bedeutende Korrektur, da immerhin danach getrachtet wurde, zumindest die massgebende in-

nere Disposition nach den betrieblichen Erfordernissen vorzunehmen.

Damit verglichen, bringt der Globusneubau eine bedeutende Korrektur, indem er vor allem die «Bühne» schaffen will, auf welcher sich das Einkaufen in seinen verschiedensten Erlebnisbezirken vollziehen soll. Um diese Idee des Einkaufserlebnisses ist denn auch — nach einem Wort von Generaldirektor Kaufmann — das neue Haus in Zürich gebaut. Diese klare Aufgabenstellung muss um so eher anerkannt werden, als sie den Überlegungen aus einer Verkaufspraxis entstammt, die dem modernen Zeitgeist — ob genehm oder nicht genehm — unverkennbar verbunden ist. Überlegungen zudem, für deren Richtigkeit und mithin Erfolg die Verantwortlichkeiten in klingender Münze zu Buche stehen.

Durch die gleichsam hochgezüchteten Ideen des Arrangements, der Betriebsweise und des merkantilen Gesamtklanges weist das Warenhaus Globus in eine neue Ver-

kaufsrichtung, die richtigerweise ihren Niederschlag in einem neuartigen Bau gefunden hat. Würde aber nicht das Kind mit dem Bad ausgeschüttet, als man glaubte, kurzerhand auf die im traditionsbehafteten Europäer noch verwurzelten Bedürfnisse, wie etwa das Tageslicht oder eine durchgehende architektonische Gliederung, verzichten zu können? Setzte man sich ohne Bedenken über die unvermeidliche Diskrepanz hinweg zwischen einem betrieblich und technisch konsequenten, jedoch architektonisch unverbindlichen Innern und einer nicht minder autonomen, auf Repräsentation eingestellten Aussengestaltung?

Gewiss ist der kühne Schritt ins Neuland als besonderes Verdienst der Globusdirektion und ihres Architekten zu betrachten. Doch sind dem für die Gegenwart immerhin bezeichnenden Bau jene Massstäbe anzulegen, welche für unser Zeitgefühl noch immer Geltung haben.

Robert R. Barro, dipl. Arch.

Adresse: Seestrasse 7, 8002 Zürich.

70. Geburtstag von Arch. Robert Winkler

Am 9. April kann Architekt Robert Winkler seinen 70. Geburtstag feiern. In den Kreisen des SIA ist er durch seine vieljährige, erfolgreiche Tätigkeit in der Kommission für Hochbaunormen hervorgetreten, die er zudem während 7 Jahren präsidierte. Auch im BSA leistete er mit seinem besondern und unermüdlichen Einsatz in allen Fragen, die den Berufsstand des Architekten betreffen, wertvolle Dienste, so im Zentralvorstand und als Obmann der Ortsgruppe Zürich.

Aber in erster Linie ist Robert Winkler Mensch und Künstler, mit einem lebendigen Interesse für alles Schöne — ein Zug übrigens, den er mit seiner lebenswürdigen Gattin gemeinsam hat. Zehn Jahre nachdem er an der ETH bei Prof. Karl Moser diplomiert hatte, gründete er anno 1932, also in der schlimmsten Krisenzeit, sein eigenes Büro in Zürich. Architekt Winkler gehört — ich möchte am liebsten sagen «gottlob» — nicht zu den Hypermodernen. Er ist rücksichtsvoll, will nicht à tout-prix etwas Neues, etwas anderes, etwas «noch-nie-Dagewesenes» hinstellen. Wo er baut, müssen die Nachbarn nicht bangen; was er baut ist denn auch sauber, anständig, «klassisch».

Für den Bauherrn ist es beglückend, wie er mit Geschick und grosser Geduld auf seine Wünsche eingeht, wohlwissend, dass ein Bau nicht in erster Linie des Architekten Denkmal sein soll, sondern seinem Auftraggeber zu dienen hat. Allerdings stellt diese Haltung etwelche Anforderungen an diesen, was für das Bauwerk Folgen nach sich ziehen kann.

Robert Winklers Bauten lassen spüren, dass er mit Liebe baut. Darum fügen sie sich mit einer gediegenen Eleganz harmonisch in das Stadt- oder Landschaftsbild ein. Dabei ist er durchaus nicht konservativ, sondern versteht es meisterlich, mit den verschiedensten Materialien und Farben umzugehen.

Meinen Mitarbeitern und mir bereitete die Jahrzehnte währende Zusammenarbeit mit ihm stets Freude und Bereicherung, für die ich ihm an dieser Stelle herzlich danke. Sein Arbeitsgebiet erstreckte sich vom einfachen, kleinen Zweckbau über das Einfamilienhaus bis zum Geschäftshaus und Industriebau, von welchem letztern das Hochspannungslaboratorium der Micafil und die Werkbauten der EKZ in Dietikon wohl zum Gelungensten gehören.

Wir Kollegen von SIA und BSA, Architekten und Ingenieure, gratulieren Robert Winkler nicht nur zu seinem 70. Geburtstag, sondern ebenso sehr zu seinen vielen geglückten Werken. Wir wünschen ihm auch fürderhin bei seinem Schaffen, bei dem ihm übrigens seit einigen Jahren sein Sohn zur Seite steht, schöne Erfolge und darüber hinaus, dass er in jugendlicher Frische und bei guter Gesundheit mehr und mehr der Musse pflügen könne.

Hans Wüger

Umschau

Computer beschleunigt Londoner Verkehrsfluss. Kürzlich wurde in London ein rechnergestütztes Verkehrsregelungssystem in Betrieb genommen. Die Anlage im Wert von £ 550 000 wird zunächst zwei Jahre versuchsweise arbeiten. Sie überwacht den Verkehrsfluss in einem rd. 17 km² grossen Gebiet, das aus den Stadtteilen Westminster, Kensington, Chelsea und Hammersmith besteht, und in welchem grosse Verkehrsdichte herrscht. Der Regelbereich des Systems erfasst insgesamt 240 km Strasse. Im Überwachungsgebiet wurden über 100 Ampelanlagen an einen Computer angeschlossen, der neben einem zentralen Kontrollraum in New Scotland Yard, der Zentrale der Londoner Metropolitan Police, aufgestellt wurde. 70 dieser Ampeln stehen an Kreuzungen, 31 an Fussgängerüberwegen; ausserdem wurden mehr als 500 Detektoren mit dem Computer verbunden, die die Fahrzeuge vor den Ampelkreuzungen zählen. Während das Überwachungspersonal im Kontrollraum den Verkehrsablauf im gesamten Regelbereich über die an strategischen Punkten aufgestellten und im geschlossenen Kreis arbeitenden Fernsehkameras beobachten kann, verarbeitet der Computer die Verkehrszählungen und sucht nach Anzeichen, die zu einer Verkehrsstauung führen können. Die Informationen von den Strassen zum Computer und die Anweisungen an die Ampeln werden über Fernsprechleitungen durchgegeben. Das Überwachungspersonal kann jedoch das System auch von einer Gebietskarte aus von Hand bedienen; die Karte zeigt den Schaltzustand aller im Gebiet befindlichen Ampeln sowie die Gegenden, in denen sich Verkehrsstauungen bilden. Das besondere Merkmal dieses Systems ist, dass der Computer anstelle mit Ampeln fester Schaltzeiten mit fahrzeugbetätigten Ampeln verbunden ist. Für diesen Versuch werden die modernsten technischen Hilfsmittel verwendet: Computer, Fernsehen, mikrominiaturisierte Elektronikrüstungen und speziell konstruierte Detektoranlagen. DK 681.14:656

Europäischer Containerfrachtdienst. Die Eisenbahnen von 12 europäischen Ländern haben in Paris eine Gesellschaft zur Förderung des internationalen Containerfrachtverkehrs unter dem Namen «Intercontainer» gegründet. Die Leitung der Gesellschaft, die ihren Sitz in Basel hat, wurde John Ratter von der britischen Eisenbahn übertragen. Die Gesellschaft beabsichtigt, Containerzüge zwischen wichtigen nationalen und europäischen Umschlagplätzen einzusetzen, wobei der Zubringerdienst auf dem Strassenweg erfolgen würde. Damit würde durch die neue Gesellschaft das britische Freightliner-System auf Europa übertragen. Auf diese Weise lässt sich die grössere Elastizität des Strassenzubringerdienstes mit der Rentabilität und Sicherheit des Bahntransports zu einem zufriedenstellenden Frachtdienst für diejenigen Kunden verbinden, die über kein Privatanschlussgleis verfügen. An der «Intercontainer» sind die Eisenbahnen von Belgien, Dänemark, der Bundesrepublik Deutschland, Frankreich,