

**Zeitschrift:** Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art  
**Band:** 52 (1965)  
**Heft:** 11: Zwei Planungen

**Artikel:** Gesamtplanung Stadt Baden : Arbeitsgemeinschaft Gesamtplan Baden : Architekt Hans Litz SIA, Zürich, Mitarbeiter Mario Rinderknecht, Verkehrsingenieure Seiler & Barbe, Zürich, Soziologische Grundlagen METRON Arbeitsgruppe für Planungsgrundlagen, Brugg. W...

**Autor:** [s.n.]

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-40527>

### **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:** 23.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Gesamtplanung Stadt Baden



### Arbeitsgemeinschaft Gesamtplan Baden:

**Architekt:** Hans Litz SIA, Zürich

**Mitarbeiter:** Mario Rinderknecht

**Verkehrsingenieure:** Seiler & Barbe, Zürich

**Soziologische Grundlagen:** METRON Arbeitsgruppe für Planungsgrundlagen, Brugg. **Wilhelm Vogt, Alexander und Hans-Rudolf Henz, Hans Rusterholz**

*Der Ausgangspunkt für eine Gesamtplanung der Stadt Baden war die Erneuerung des Bahnhofplatzes und seiner Umgebung. Die Gestaltung des Bahnhofplatzes war zunächst Gegenstand eines Wettbewerbs, der von Architekt M. Müller und Ingenieur H. Fricker gewonnen wurde. In der weiteren Bearbeitung erkannte man immer schärfer, daß der Bahnhofplatz nur im Rahmen seiner Funktion im gesamten Stadtverkehr gesehen werden darf. Deshalb stimmte die Einwohnerversammlung dem detaillierten Bauprojekt nur mit dem Vorbehalt zu, daß ein Gesamtverkehrsplan erstellt werde, welcher die Zweckmäßigkeit der Neuerungen am Bahnhofplatz erweise.*

*Um diesen Beschluß auszuführen, wurde eine Planungskommission gebildet, die dem Ingenieurbüro Seiler & Barbe, Zürich, den Auftrag für die Erarbeitung des Gesamtverkehrsplanes übertrug. Von seiten dieser Bearbeiter wurde vorgeschlagen, das Arbeitsteam um einen städtebaulichen Fachmann zu erweitern. Die Planungskommission schloß sich diesem Vorschlag an und ergänzte die Arbeitsgemeinschaft ihrerseits durch eine Gruppe von Soziologen, so daß ein für schweizerische Verhältnisse wohl einmaliges interdisziplinäres Arbeitsteam zustande kam.*

*Die Planungsarbeiten für Baden sind noch keineswegs abgeschlossen. Jedoch wurden mehrmals Zwischenberichte abgegeben, so daß die Behörden sowohl als auch die Öffentlichkeit orientiert sind. Aus dem heute vorliegenden Grundlagenmaterial stellte die Redaktion WERK den nachfolgenden Bericht zusammen.*

1

Baden, Maßstab 1 : 12500  
Baden  
Baden





6



7

### Aufgabenstellung

Entsprechend seiner geschichtlichen Entwicklung und seiner Lage an den Verkehrssträngen läßt sich Baden in die folgenden Funktionsflächen einteilen: Altstadt, Verwaltungs- und Geschäftszentrum, Kurpark, Bäderquartier, Industriezone und diverse Wohnquartiere.

Es ist die Aufgabe der Untersuchung und Planung, eine soziologische und wirtschaftliche Bestandesaufnahme zu vollziehen und, auf diese abgestützt, die städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeiten abzuschätzen und die nötigen Flächen und Erschließungen auszuweisen und zu planen.

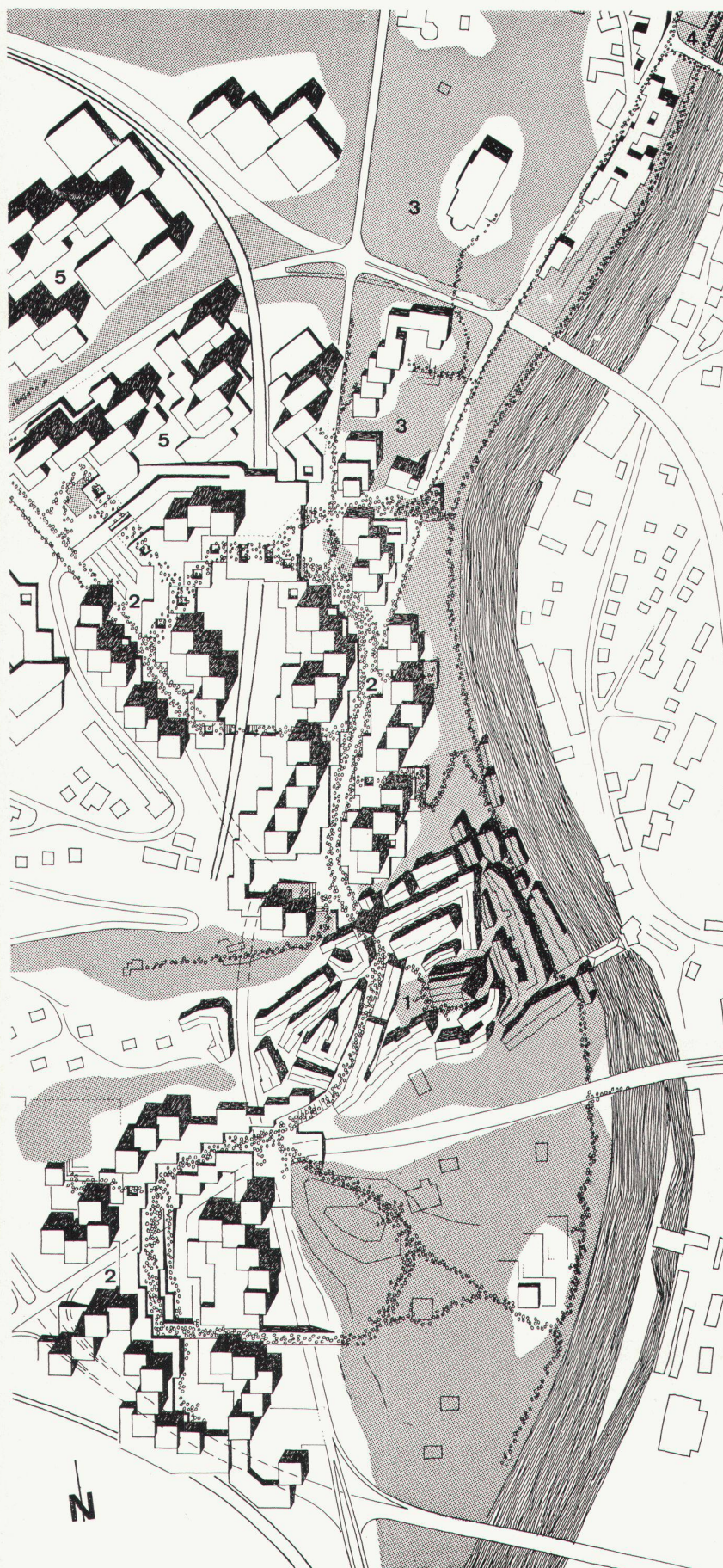
Gleichzeitig sollten die Planer die Ziele oder das Leitbild der Planung entwickeln und Maßnahmen aufzeigen, mit welchen der Weg zu diesen Zielen eingehalten werden kann. Wenn beispielsweise die Attraktivität des Zentrums als ein solches Ziel erkannt wurde und diese Attraktivität auf der geeigneten Mischung von Geschäften mit recht unterschiedlicher Rendite beruht, so genügt es nicht, neue Geschäftszonen auszuweisen, sondern es müssen weitere Mittel aufgezeigt werden, durch welche die attraktive und erlebnisreiche Mischung aufrechterhalten bleibt.

6

Baden als Marktort  
Baden, centre de commerce: le marché  
Baden as a commercial centre: the market-place

7

Baden als Verkehrsknotenpunkt: Vorortbusse am Bahnhofplatz  
Baden, centre de trafic: les autobus de banlieue devant la gare  
Baden as a communications centre: suburban buses on the station forecourt



### Städtebauliches Leitbild

Im Laufe des Entscheidungsvorganges müssen die ausgewählten Einzelziele, die erreicht werden sollen, auf ihre gegenseitige Vereinbarkeit geprüft werden. Da sie selbst und ihre Auswirkungen bis ins Einzelne noch nicht bekannt sind, kann diese Gesamtheit der Ziele nur in Form eines Leitbildes ihren Ausdruck finden.

«Bild» ist hierbei nicht allein optisch zu verstehen, sondern im Sinne einer Gesamtvorstellung, welche auch den Zeitablauf umfaßt. Es geht noch nicht in erster Linie um die Gestaltung von Einzelobjekten und Gesamtüberbauungen, sondern um den gewünschten Ablauf der innerstädtischen Vorgänge. In diesem Sinne ist das Leitbild als ein Lebensprinzip oder Entwicklungsgesetz der Stadt zu verstehen, auf Grund dessen die Realitäten der Vergangenheit und Gegenwart in die Zukunft übergeführt werden.

Hat die Gesamtheit derer, die an der Stadtplanung mitwirken, sich auf ein bestimmtes Axiom geeinigt – und darf angenommen werden, daß es auch den Intentionen der Bevölkerung entspricht –, so wird es zur Arbeitshypothese: es hat sich nun zu bewähren an den gegenwärtigen und prognostizierten konkreten Erfordernissen der Wirtschaft, der Hygiene, des Verkehrs usw. Durch die Annahme der Hypothese unterstellen sich die verschiedenen Sachbearbeiter und Vertreter der Verwaltung einem umfassenden Bezugssystem, das die Verständigung und Koordination ermöglicht und damit den Aufwand für die Planung auf eine angemessene Größe reduziert. Damit wird aber auch die Aufmerksamkeit der Planenden von Anfang an auf das Ganze gerichtet, und sie verfallen viel weniger in den Fehler, einen einzelnen Faktor zu überschätzen oder zu vernachlässigen.

8  
Erstes städtebauliches Leitbild, 1 : 6000  
Première idée d'un plan directeur pour l'aménagement de Baden  
First idea for a draft master town plan

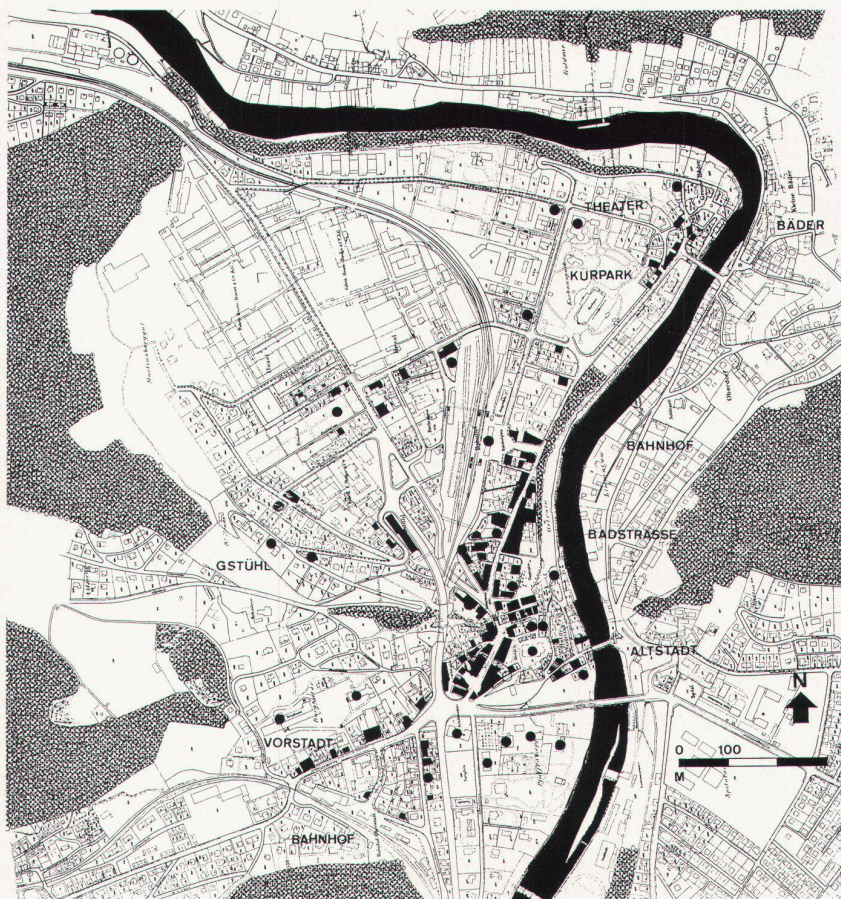
- 1 Altstadt
- 2 Geschäftsstadt
- 3 Kulturzone
- 4 Bäderquartier
- 5 Verwaltung und Forschung



Fußgängerbereiche



Wald und Erholungsgebiete



### Soziologisches Leitbild

Unter dem soziologischen Leitbild der Stadt verstehen wir die stereotypen Vorstellungen der Bewohner darüber, wie ihre Stadt funktionieren und aussehen sollte. Nach diesen Vorstellungen richten sie ihr Verhalten sowohl im Alltag, bei der Wahl einer neuen Wohnung und beim Bau eines Hauses sowie aber auch bei Abstimmungen über öffentliche Bauvorhaben. Zweifellos gibt es so viele Leitbilder wie Menschen, aber sie lassen sich in bestimmte Gruppen einteilen, die langfristig und beharrlich sind; der Soziologe spricht von eingefrorenen Leitbildern.

Ziel des Soziologen in der Stadtplanung ist es nun, die in der Bevölkerung vorhandenen Leitbilder festzustellen und sie mit den technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten von heute zu vergleichen. Vermutlich stammt das vorherrschende Leitbild aus einer vergangenen Zeit, ist an einer geringeren Einwohnerzahl und Verkehrsdichte orientiert und würde bei der Übertragung auf die neue Stadt zu Unzukömmlichkeiten führen. In diesem Falle muß das Leitbild durch Diskussion «aufgetaut» werden, so daß sich sein noch berechtigter Inhalt mit den Gegebenheiten der Neuzeit versöhnt und zu einem neuen Bilde gefrieren läßt.

Ziel des Soziologen ist dabei keineswegs, aus jedem Städter einen Fachmann für Stadtplanung zu machen; er soll aber doch in die Lage versetzt werden, den Sinn von stadtplanerischen Maßnahmen zu verstehen und aus zwei möglichen Varianten die ihm angemessene sinnvoll auszuwählen. Besonders unter den Bedingungen der direkten Demokratie stellen die soziologischen Leitbilder einen ebenso starken Faktor im Planungsablauf dar wie die Topographie oder das Klima. Sie sind zwar veränderlich, aber nicht beliebig manipulierbar. Der Planer selbst muß aus den technischen Möglichkeiten und den Vorstellungen der Bevölkerung ein Leitbild der zukünftigen Stadt entwickeln, das sich erst im Laufe der Arbeit fest umschreiben läßt. Das Leitbild für die Stadt Baden heißt: «Wohnlichkeit»; damit ist eine Stadtform gemeint, in welcher nicht nur die rein technischen Belange – Verkehr, Erziehungswesen, Versorgung – einigermaßen funktionieren, sondern der Bevölkerung ein Rahmen zur Verfügung steht, in welchem sie sich wohl fühlt und den sie nach ihrem Willen benützen und ausgestalten kann.

9

Stadtkern: heutige Attraktionszone  
Centre de la ville: zone d'attraction actuelle  
The city centre: today, a centre of attraction

- Läden, Hotels, Restaurants
- Öffentliche Bauten
- Wald

10

Stadtkern: Grenzen der Ausdehnung  
Centre de la ville: limites d'expansion  
The city centre: limits of possible expansion

- Grüngelände
- Bahnanlagen
- Industrieanlagen
- Wald

## Die Konsumprognose

Die wesentlichen Funktionen des Stadtzentrums sind Verteilung, Verwaltung und Versorgung. Wenn wir die Stadt von morgen planen, müssen wir wissen, in welchem Maße sich diese Funktionen entwickeln und verändern. Diese Veränderung läßt sich nicht durch eine lineare Extrapolation ausdrücken; eine Vielzahl von Faktoren wirken beschleunigend und bremsend aufeinander ein. Selbst wenn die Cityfunktion als Ganzes eine Zunahme erfährt, so setzt sich diese aus einer Vielzahl von progressiven und rückläufigen Einzelfaktoren zusammen.

Die Konsumprognose hatte zum Ziel, die Größe des Geldstromes abzuschätzen, der in Zukunft in der Innenstadt von Baden ausgegeben wird. Dieser Geldstrom läßt sich in einer zweiten Prognose umsetzen in eine Anzahl Arbeitsplätze des tertiären Wirtschaftssektors und schließlich in eine planerische Ausweisung der notwendigen Geschäftsflächen, Erschließungsflächen, Lagerflächen, Büroflächen und schließlich Wohnflächen. Die Ableitung einer innerstädtischen Planung aus einer umfassenden Kaufkraftprognose dürfte für die Schweiz einmalig sein.

Die Funktion und die Ausdehnung der innerstädtischen Geschäftsstadt von Baden ist bestimmt durch vier Variable:

1. Die Zentralität. Die Zentralität der Stadt Baden bewegt sich auf mittlerer Ebene zwischen der Versorgung in den Gemeinden ihres Einzugsbereiches und der übergeordneten Zentralität von Zürich. Es galt also zunächst den Einzugsbereich der Stadt Baden festzustellen. Dieser ist größer als erwartet; er erstreckt sich zwar auf der Talsohle des Limmattaales nicht sehr weit, greift aber tief in das nördliche und südliche Gebiet. Damit erweist sich Baden als eines der Subzentren auf der «Bandstadt Mittelschweiz». Deutlich wird auch der Zusammenhang zwischen Arbeitsplatz und Einkauf; Baden ist das Einkaufszentrum seiner Pendlergemeinden.

2. Kaufkraft: Die reale Kaufkraft der Bevölkerung ist in ständigem Anstieg begriffen. Sie ist die Resultante aus dem erhöhten Einkommensniveau und der Geldentwertung. Das Einkommen fließt nicht genau proportional seiner Erhöhung in den Konsum ein. Wer mehr verdient, zahlt überproportional höhere Steuern, spart mehr, läßt seine Kinder besser ausbilden. Es muß also festgestellt werden, welcher Teil der gestiegenen Kaufkraft als Nachfrage auftreten wird.

3. Konsumgewohnheiten: Durch das steigende Einkommen verändern sich die Konsumgewohnheiten. Das zusätzliche Geld wird nicht in jedem Sektor proportional ausgegeben: der Reiche ißt nicht mehr Brot als der Arme, vielleicht sogar weniger. Bestimmte Einkommensgrößen bedeuten Schwellen veränderter Konsumgewohnheiten: das erste eigene Auto, der Bau des eigenen Hauses verändern die Zusammensetzung des Familienbudgets total. Wenn wir nun annehmen, daß es ganz bestimmte Warenkategorien sind, welche auf der Ebene mittlerer Zentralität, also in Baden, eingekauft werden, so sehen wir, daß die Berechnung der auf Baden entfallenden Nachfrage recht komplex ist.

4. Angebot: Selbstverständlich hängt die Menge der in Baden eingekauften Waren nicht nur an der Nachfrage, sondern auch am Angebot. Die Geschäftsleute von Baden können Anstrengungen unternehmen, um Publikum anzuziehen; sie können aber auch resignieren und den zusätzlichen Einkauf an das übergeordnete Zentrum von Zürich, an die Subzentren in den Gemeinden oder gar an die aufstrebende Nachbarstadt Wettingen abgeben. Es liegt also weitgehend bei den Unternehmern, welche der hier berechneten möglichen Entwicklungsvarianten sie Wirklichkeit werden lassen wollen.

Grundlage der Prognose ist einerseits die Schätzung der Zunahme der Konsumausgaben und die Veränderung des Konsumspektrums; auf der anderen Seite wurde eine empirische Erhebung der Einkaufsgewohnheiten durchgeführt. Die Bewoh-

ner von Baden und von umgebenden Gemeinden wurden befragt, welche Waren sie in der Gemeinde oder im Wohnquartier, welche sie im Zentrum von Baden und welche sie lieber in Zürich einkaufen.

Aus den Ergebnissen der rechnerischen wie der empirischen Untersuchung wurden vier Entwicklungsvarianten ausgearbeitet, für welche der Raumbedarf in einem näheren und einem fernerer Zeitpunkt jeweils bestimmt wurde.

### 11

Bevölkerungsentwicklung der Region Baden  
Développement de la population de la région de Baden  
Population development in the Baden region

### 12

Netto-Sozialprodukt  
Produit national net  
Net social product

### 13

Aus der Prognose der Bevölkerungsentwicklung und der Prognose für das Netto-Sozialprodukt ergibt sich die Kaufkraftprognose. Die Graphik zeigt die Verteilung der Ausgaben für 1960, Zukunft I und Zukunft II.  
Le pronostic du développement démographique et le pronostic du produit national net permettent de pronostiquer le pouvoir d'achat futur. Le graphique nous montre la distribution des dépenses en 1960, l'avenir I et l'avenir II.

The forecasts of population development and those for the net social product produce the purchasing power forecast. The graph shows the distribution of expenditure for 1960, future I and future II.

### 14

Der wachsende Anteil der Bildungsausgaben am Familienbudget  
La quote-part croissante des dépenses culturelles du budget familial  
The growing share of cultural expenditure in the family budget

### 15

Sinkender Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel  
La quote-part des dépenses pour la nourriture diminue  
The falling share of expenditure for nutrients

### 16

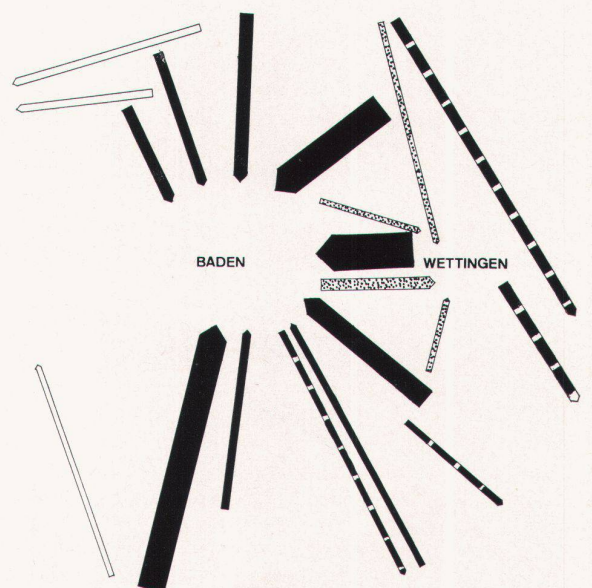
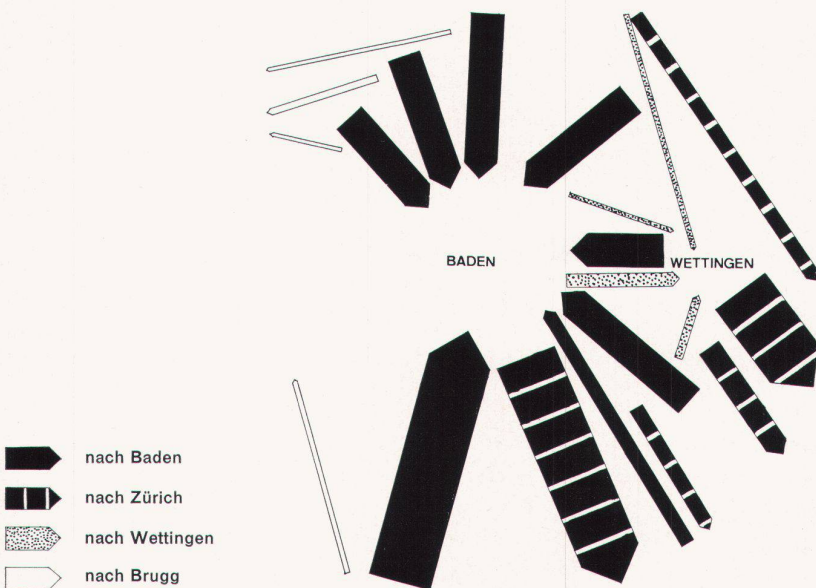
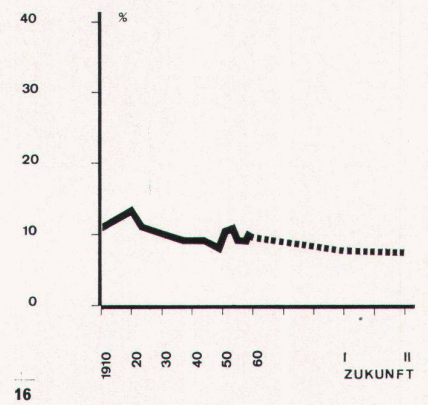
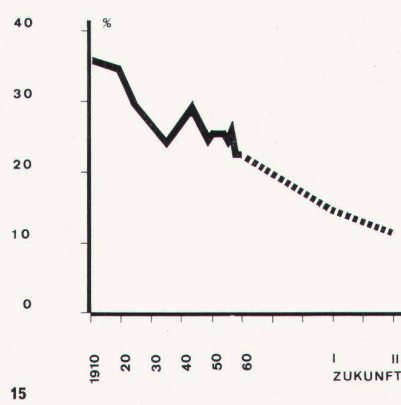
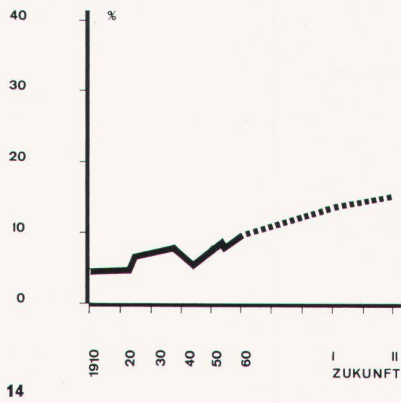
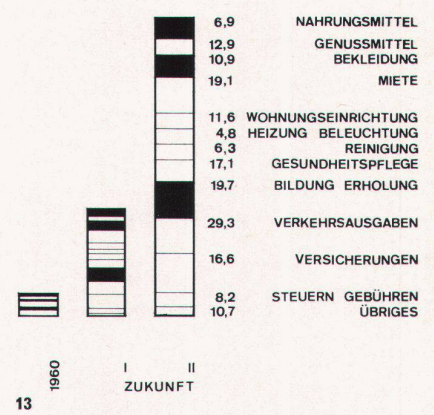
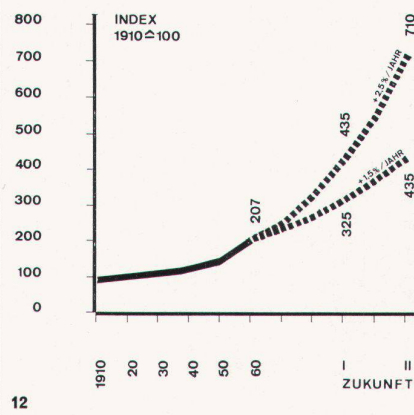
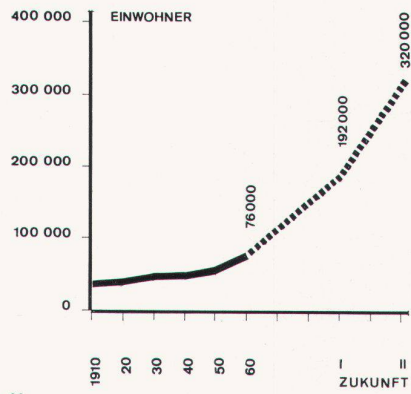
Entwicklung des Anteils Bekleidung am Familienbudget  
Le développement de la quote-part «habillement» du budget familial  
Development of clothing expenditure in the family budget

### 17

Wo kauft man was? Heutige Kaufkraftströme in der Region Baden im Sektor Bekleidung  
Où fait-on les achats? Les directrices du pouvoir d'achat dans le secteur «habillement» de la région de Baden  
Where to buy what: the present-day purchasing power patterns in the Baden region for clothing

### 18

Kaufkraftströme im Nahrungsmittelsektor  
Les directrices du pouvoir d'achat dans le secteur «nourriture»  
Purchasing power patterns in the foodstuffs sector





19



20

### Soziologisches Leitbild: Wohnlichkeit

Aus der Analyse der Funktionen der Badener Innenstadt und aus der Konsumprognose ergibt sich das neue Leitbild. Baden soll in erster Linie wohnlich sein für diejenigen, die hier wohnen und arbeiten. Es muß aber auch den Badegästen einen attraktiven und unterhaltsamen Rahmen geben. Außerdem muß es, um dieses Funktionsgefüge zu erhalten, zusätzlich von außen Kundschaft anlocken und seine Zentralität fördern.

Es ergeben sich fünf Forderungen:

1. Leichte Erreichbarkeit, gute Versorgung
2. Zusammenhängender Fußgängerraum
3. Das Zentrum muß bewohnt sein
4. Dichte Mischung der verschiedenen Nutzungsarten
5. Eine Anordnung, die den Umbau und das Wachstum des Zentrums erlaubt

Das Leitbild der Wohnlichkeit soll sich nicht nur auf jene Bevölkerungsteile beziehen, die sich politisch äußern können. Wir müssen auch die Frauen und Kinder berücksichtigen, so dann die alten Leute und die Behinderten. Sie sind den Nachteilen der Stadt mehr ausgeliefert, weil sie mehr an das Haus, den nahen Platz, die nahe Straße gebunden sind. Sie bevölkern die Stadt und bilden damit auch ihren wesentlichen Bestandteil. Der Ernährer der Familie sucht seinen Wohnsitz nicht nach seinen eigenen Bedürfnissen aus, sondern nach denen seiner Frau und seiner Kinder. Mit der wachsenden Wahlfreiheit und Freizügigkeit der Bevölkerung wird die Wohnlichkeit der Stadt zu einem Standortfaktor.

19

Arbeitsplatzdichten in Zukunft II bei einer Reallohnsteigerung von 1,5% und gehaltener Stellung Badens im Wirtschaftsleben, 1:15000  
Densité des places de travail, compte tenu d'une augmentation du salaire réel de 1,5% et du maintien de la position de Baden in la vie économique

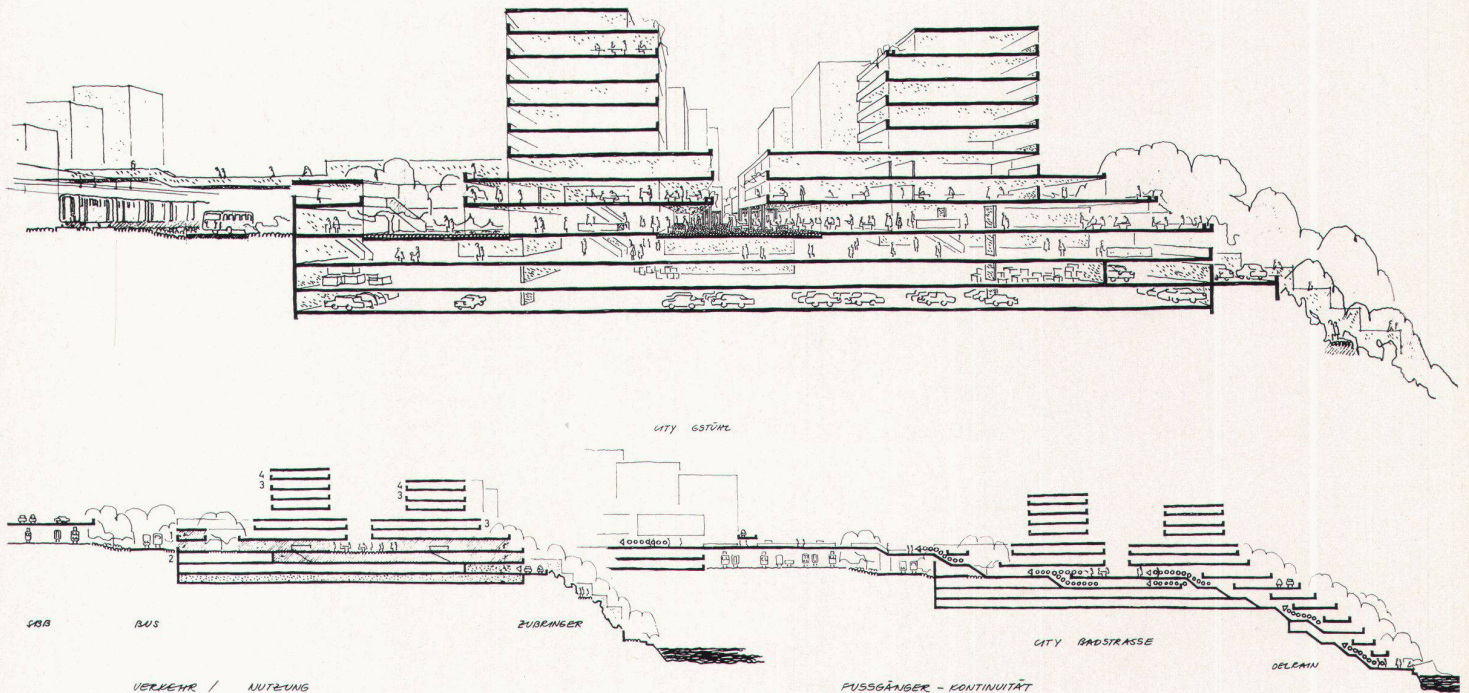
Job density in future II assuming a real wages rise of 1.5% and the maintenance of the position of Baden in the economy

- 2000-1500 Arbeitsplätze/ha
- 1000- 600 Apl/ha
- 500- 400 Apl/ha
- 350- 300 Apl/ha
- 200- 100 Apl/ha

20

Städtebaulich wünschbares Straßensystem, 1:20000  
Aménagement désirable des rues du point de vue de l'urbanisme  
Road system desirable from a town planning point

- Tangenten und Hauptzubringerachsen
- Radialen
- Internes Straßennetz
- SBB
- Stadtstruktur Zukunft II
- Altstadt
- Bäderquartier
- Geschäftsstadt
- Administration, Forschung, Fabrikation
- Wohngebiet



21

### Neues städtebauliches Leitbild

Aus der allerersten und noch ganz allgemeinen Vision eines städtebaulichen Leitbildes ergibt sich nun eine neue, schon spezifischere Stufe: Baden als regionales Zentrum. Die atmosphärische Dichte, welche Attraktivität erzeugt, kann nur durch eine intensive Mischung der Funktionen erhalten werden. Zonen verschiedener Funktionen sollen ineinanderwachsen, sich durchdringen. Überschneiden sich auf dem Bahnhofplatz die Zonen für Kultur, Verwaltung und Geschäft, so treffen sich auf dem Schulhausplatz die feinmaßstäblichen Bauten vergangener Zeiten, die mit den hohen Fassaden der modernen Geschäftshäuser kontrastieren; eine differenziert durchgebildete, neue Ladenstraße verbindet alt und neu, und der Grüngürtel stößt von der Limmat her vor bis auf den verkehrsreichen Platz. Hier wird eine Fußgängerebene vorgeschlagen, die eine einwandfreie Beziehung zwischen Altstadt, Geschäftsstadt (ehemaliger Vorstadt), Grüngürtel und wiederum Altstadt sichert.

Erholung, Arbeit, Einkaufen finden sich eng beieinander, die innerste Zone wird über die Erfüllung einzelner Funktionen hinaus zu einem Orte ohne eigentliche Zweckbestimmung, die dem ungezwungenen Verweilen und Sich-Treffen dient. Somit entsteht ein nie abbrechender Fluß von attraktiven Konfigurationen: Bäderquartier – Kulturzone – Bahnhofplatz – Geschäftsstadt (Badstraße) – Altstadt – Geschäftsstadt (Vorstadt), begleitet vom Grün- und Erholungsgürtel, der dem ganzen linken Limmatufer folgt und ab und zu sich zu wohlthuenden Parks ausweitet, um auch am Marktgeschehen teilzuhaben. Um dieses Leitbild zu verwirklichen, müssen die Durchgangstraßen aus dem Citygebiet herausgenommen werden. Der Durchgangsverkehr bringt für die City vorwiegend Verluste. Ein Stadtzentrum ist nicht durch Aufreißen neuer breiter Stra-

ßenzüge zu «sanieren», sondern durch geeignete Maßnahmen von allem unnötigen Fahrverkehr zu befreien.

Die Nord-Süd-Verbindung wird durch zwei Verkehrsspangen um das Citygebiet und das Areal der BBC herumgeführt. Die dadurch notwendig werdende Brücke nach Ennetbaden ist städtebaulich vertretbar. In der Tieflage stört sie die Beziehung vom Bäderquartier zur City nicht, noch durchschneidet sie den Grüngürtel. Ihre Kunstbauten fügen sich in die Stadtlandschaft ein. Die Erschließung des Citygebietes durch die Badstraße ist strikte abzulehnen; sie ist dem Fußgänger vorbehalten. Die Weite Gasse steht nur dem Busverkehr offen und ist in einer allerletzten Stufe verkehrsfrei.

21  
Schnitte durch die Badstraße, 1 : 1000 und 1 : 2500  
Coupe de la Badstraße  
Section through Badstraße

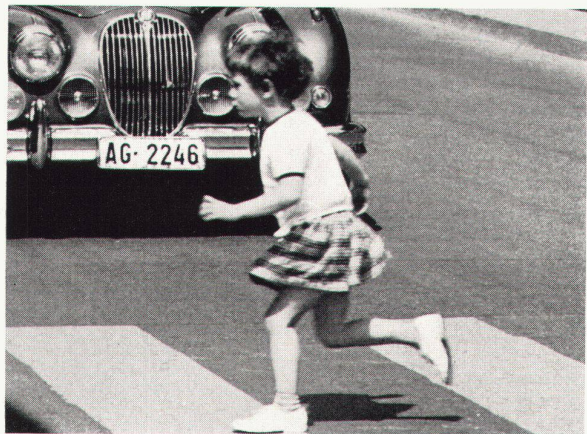
- 1 Läden, Werkstätten
- 2 Lager
- 3 Büro
- 4 Wohnen



22



23



24



25

## Der Film

Die Sanierung der Badener Innenstadt wird große Mittel erfordern. Die Bevölkerung, welche diese Kredite befürworten muß, erwartet vermutlich eine totale Sanierung des Verkehrs in dem Sinne, daß fortan jedermann im eigenen Wagen auf den Bahnhofplatz fahren und dort parkieren kann. Es besteht also die Gefahr, daß sie eine Sanierung ablehnt, welche diese Forderung nicht verwirklicht. Deshalb muß der Bevölkerung der Rahmen jeder heute erreichbaren Verkehrssanierung klargemacht werden; es muß die gegenseitige Bedingtheit der drei Faktoren, Überbauung, Erreichbarkeit und öffentliche Ausgaben, dargelegt werden. Die Bevölkerung soll nicht für eine bestimmte Lösung «präpariert» werden, sondern sie soll lernen, mögliche Lösungen von unmöglichen und leistungsfähige von ungeeigneten zu unterscheiden. Zu diesem Zwecke hat die METRON Arbeitsgruppe für Planungsgrundlagen gemeinsam mit R. Kaysel, Photograph, einen Film über die Planung von Baden gedreht.

22-35

Bilder aus dem Film, der die Bevölkerung von Baden mit den Planungsproblemen vertraut machen soll. Nachfolgend einige Texte des Filmsprechers zu einzelnen Szenen

Images tirées d'un film, tourné pour familiariser la population avec les problèmes urbanistes

Scenes from the film intended to bring home town planning problems to the population of Baden. Following are a few excerpts from the film commentary to individual scenes

22

Durch den Spruch eines habsburgischen Herzogs wurde vor bald 700 Jahren die Stadt gegründet. Nach den strengen Baugesetzen des Mittelalters fügte sich Haus an Haus und Dach an Dach. Jede Generation trug ihren Teil zu dem bei, was wir heute «Altstadt» nennen ...

23

«Baden» heißt unsere Stadt. Im Mittelalter badeten Männlein und Weiblein mit Hochgenuß auf öffentlichen Plätzen. Heute wird in der angenehmen Atmosphäre des Thermalbades eine alte Tradition auf moderne Art weitergepflegt ...

24

Kinder spielten einmal in den Straßen der ganzen Stadt. Heute werden sie auf die schmalen Trottoirs, in die wenigen verkehrsarmen Gassen und in die Häuser verdrängt. Die Stadt ist kinderfeindlich geworden ...

25

Die Stadt ist ein Treffpunkt, wo die Menschen einer ganzen Region sich begegnen, sich in schönen Kleidern zeigen, wo sie sehen und gesehen werden ...



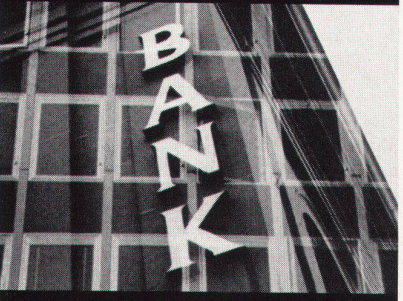
26



27



28



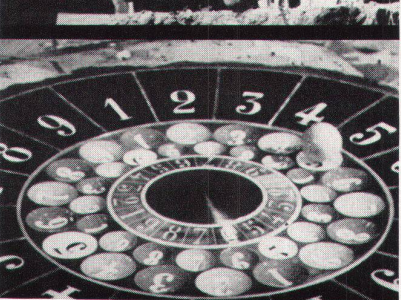
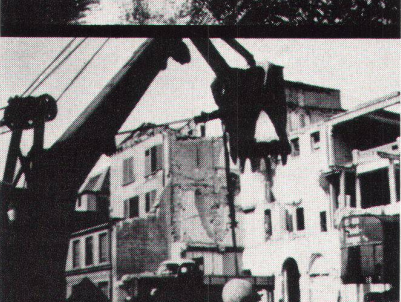
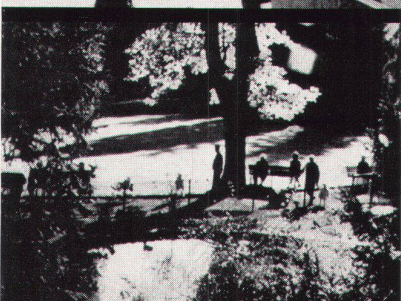
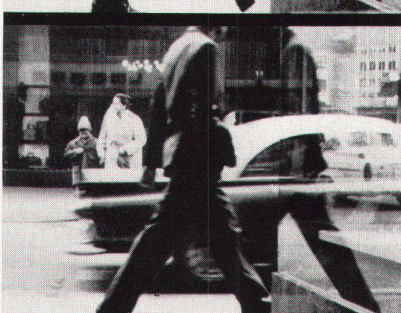
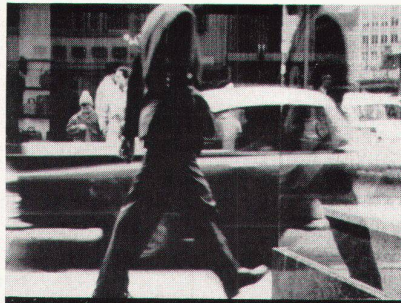
29



30



31



26 Mit Gesetzen versuchen wir dieses Bild zu schützen, weil wir fürchten, sonst etwas Unwiederbringliches zu verlieren. Die Altstadt ist für uns ein Symbol der Wohnlichkeit, der Beschaulichkeit und Ruhe geworden, ein Symbol auch dafür, daß es früheren Generationen gelang, aus ihrer Stadt ein Kunstwerk zu machen ...

27 In der Schweiz besitzt ungefähr jeder siebte Mensch ein Motorfahrzeug, in Zukunft wird jeder eines besitzen, der eines haben will, vielleicht etwa jeder dritte, wie heute in den Vereinigten Staaten. Unsere Städte würden dann zu einem riesigen Umschlagplatz des Blechs

28 Unser Ziel muß sein, eine Atmosphäre zu schaffen, in der es den Menschen gefällt. Kinder müssen darin spielen können. Die Gefahren des Verkehrs müssen gebannt sein. Der Fußgänger muß ungefährdet quer über die Straßen und Plätze gehen können

29 Eine Stadt mit nur Büros, nur Kinos, nur Gaststätten wäre keine Stadt mehr. Erst die dichte Mischung der Nutzungen, das Nebeneinander und Übereinander schaffen die städtische Atmosphäre

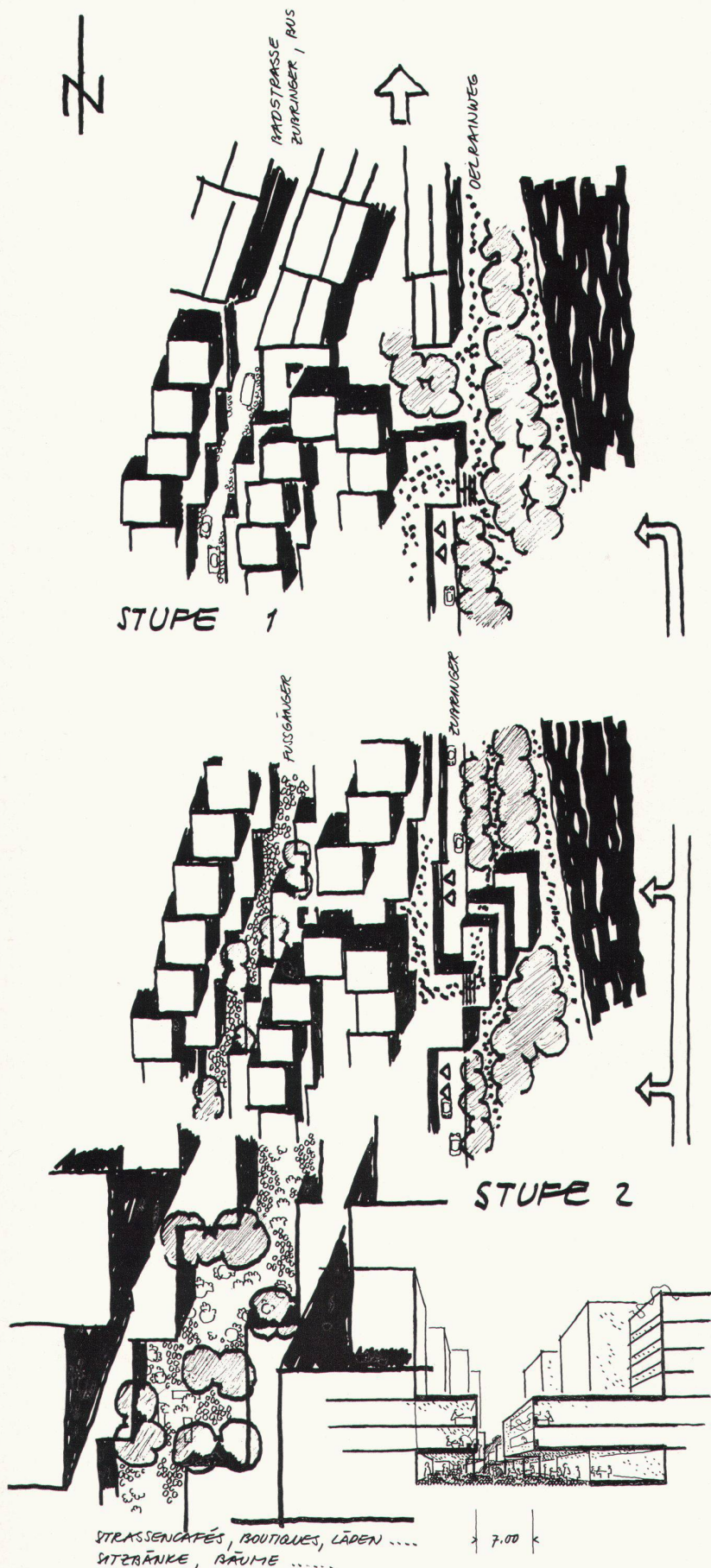
30, 31 «Die Stadt ist ein großer Markt». Das Zentrum soll die Menschen anziehen. Denn nur dort, wo es den Menschen gefällt, geben sie gerne ihr Geld aus

32 Unsere Städte sind heute als regionale Einkaufszentren schlecht organisiert. Auf schmalen Fußgängerwegen drängen sich die Menschen an den Schaufenstern vorbei, nur einen halben Schritt vom lauernden Verkehrstod entfernt

33 Schöne Parke sind der Stolz einer Stadt. Mit ihrem Land ließe sich herrlich spekulieren. Glücklicherweise die Stadt, die schon gut platzierte Parke besitzt, und wehe jener, die keine hat und noch neue schaffen muß. Sie wird jeden Quadratmeter mit Gold aufwiegen müssen

34 Täglich wird zerstört, täglich entsteht Neues. Weil weder du noch dein Nachbar auf euren Anteil am wachsenden Wohn- und Kaufkomfort verzichten wollt, werden Baustellen dein täglicher Anblick bleiben

35 Faites vos jeux – Les jeux sont faits – Rien ne va plus  
Gleicht das Schicksal unserer Stadt diesem Spiel? Haben wir nicht mehr Macht, es zu zwingen, als ein Spieler im Kursaal die weiße Kugel zwingen kann?



### Integrierte Planung

Der Gesamtverkehrsplan, der aus diesen Studien folgen soll, wird ein vollintegrierter Plan sein in dem Sinne, daß er nicht auf der bloßen Extrapolation bestehender Zustände basiert, sondern Modelle mit Rückkopplung benützt und so verschiedene Planungszustände realistisch simuliert. Infolge des stetigen wirtschaftlichen Umbruchs können extrapolierende Methoden nicht mehr als zuverlässig angesehen werden; die verschiedenen anvisierten Planungszustände müssen als in sich geschlossene und funktionierende, eben integrierte Systeme gesehen werden.

Überdies wird das Planen selbst als ein Prozeß aufgefaßt. Die Prognosen müssen von Zeit zu Zeit im Lichte der fortschreitenden Entwicklung revidiert werden. Die Fragen der Realisierbarkeit und Wirtschaftlichkeit stellen sich immer wieder neu. Daraus ergibt sich, daß der Prozeß der Planung dem Prozeß des ständigen Umbaus der Stadt immer nur um ein gewisses Stück vorauslaufen soll.

Aus dem Prozeß der «natürlichen» Entwicklung und dem privatwirtschaftlichen Umbau der Stadt ergibt sich das Problem, daß große Veränderungen nur selten vorgenommen werden können und schließlich aus der Summe der Umbauten lediglich eine «neue Altstadt» entsteht. Es ist also notwendig, Mittel und Wege zu finden, größere Teile des Zentrums gemeinsam zu erneuern und alle Liegenschaftsbesitzer zu einer einheitlichen Aktion zusammenzubringen. Hier ergibt sich noch ein organisatorisches Problem.

Das zweite Problem ergibt sich daraus, daß durch die privatwirtschaftliche Sanierung soziologische Strukturen zerstört werden können. Funktionen, welche für sich genommen wirtschaftlich nicht besonders ertragreich sind, werden gewöhnlich nicht in die neuen Geschäftsbauten mit übernommen. Dadurch ergeben sich Änderungen in der Nutzungsmischung, welche die Attraktivität der Innenstadt herabsetzen. Die Atmosphäre eines Quartiers kann Schaden nehmen, und die Vollständigkeit des Warenangebots ist nicht mehr gewährleistet. Auch stellt sich das Problem der Bewahrung der Kundschaft während der umfangreichen Umbauten ganzer Quartiere. Es könnte der Fall eintreten, daß die Kundschaft sich an den vorübergehenden Unterbruch gewöhnt und andere Konsumgewohnheiten angenommen hat, wenn das neue Einkaufsquartier entstanden ist. Wie immer in einem wachsenden Organismus stellt sich die Frage der Reversibilität der Eingriffe.

36

Badstraße: Umwandlung in Etappen 1: 2500 und 1: 1000

Badstraße: transformation par étapes

Badstraße: stage by stage conversion

Photos: 1 Swissair, 22, 24-35 Roger Kaysel