

Der öffentliche Verkehr aus der Sicht des Benützers = Les transports collectifs du point de vue de l'utilisateur

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Preface**

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

Band (Jahr): **63 (1976)**

Heft 3: **Zug und Flug = Train et vol**

PDF erstellt am: **23.09.2024**

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.

Zu diesem Heft:

Der öffentliche Verkehr aus der Sicht des Benützers

Nachdem während Jahren der Ausbau des privaten Verkehrs im Vordergrund gestanden hat, ist heute der öffentliche Verkehr wieder von besonderer Aktualität. Das Konkurrenzdenken zwischen öffentlichem und privatem Verkehr beginnt einem umfassenden Gesamtverkehrskonzept zu weichen, mit dem auch die Grenzen der Eigenwirtschaftlichkeit in Frage gestellt werden. Wie macht sich das neue Bewusstsein für den Benützer bemerkbar?

Im öffentlichen Fernverkehr stehen Zug und Flug in einer gewissen Konkurrenz. Wohl fällt bei bestimmten Distanzen die Präferenz eindeutig aus, doch gibt es Grenzbereiche, bei denen der Entscheid abzuwägen ist. Im Sog des «Dufts der weiten Welt» scheint das Flugzeug den Vorrang zu geniessen. Durch Steigerung der Geschwindigkeit und Fahrplanverbesserungen bemühen sich die Bahnen im Rennen zu bleiben. Aber auch auf das äusserliche Image hat dies einen Einfluss, das sich immer mehr demjenigen des Flugverkehrs nähert.

Die Schweizerischen Bundesbahnen geniessen in der Schweiz wie auch im Ausland einen guten Ruf, der vorwiegend durch die ausserordentlichen Ingenieurbauten und den guten Dienst am Kunden begründet ist. Während im Ausland zum Teil rigoros unrationelle Bahnstrecken aufgehoben werden, besitzt die Schweiz noch ein fein-

gliedriges Schienennetz, das nur wenige Eingriffe aus Rationalisierungsmassnahmen hat erfahren müssen. Die Unternehmensleitung der SBB ist sich dennoch bewusst, dass es heute einer vermehrten Imagepflege bedarf, und hat dafür in verschiedenen Bereichen Zielsetzungen erarbeitet. In diesem Rahmen spielt das visuelle Image eine wesentliche Rolle – nicht nur als Werbung, sondern auch als echte Aussage und effektive Leistung. Die SBB können damit auf einer Tradition aufbauen, deren Werte heute vielleicht wieder mehr als früher erkannt und geschätzt werden. Uli Huber BSA, Chefarchitekt der SBB, stellt in seinem Beitrag sein Konzept vor und ist an der redaktionellen Bearbeitung des Themenbereiches Bahn und Bahnhöfe wesentlich beteiligt gewesen.

Einen Sonderfall stellt die Schweiz sicher mit ihrer offiziellen Fremdenverkehrswerbung dar. Anders als zum Beispiel beim Fernsehen scheint es hier möglich zu sein, mit Steuergeldern kulturell qualifizierte Öffentlichkeitsarbeit zu subventionieren und damit eine echte Bildungsaufgabe zu erfüllen, ohne unter dem Druck der Publikumsmeinung das Niveau senken zu müssen. Zahlreiche Publikationen werden gezielt für die Fremdenverkehrswerbung im Ausland eingesetzt. Für den Reisenden in der Schweiz kommen diese Bestrebungen ausser mit den Plaka-

ten vor allem mit der Revue «Schweiz» ins Bewusstsein, die in jedem Eisenbahnwagen hängt und deren langjähriger Redaktor, Hans Kasser SWB, ganz besonders zum Wert der kulturellen Präsenz der Schweiz beigetragen hat.

Die Neuentwicklung von Eisenbahnwagen ist einerseits vom technischen Fortschritt, andererseits vom wachsenden Komfortbedürfnis geprägt. So werden denn auch beim neuen Swiss Express die durch steigende Geschwindigkeit bedingten Einrichtungen (künstliche Belüftung, Wagenquerschnitt) mit gestalterischen Massnahmen zur Hebung des Komforts verbunden. Diese haben wir in einer Designkritik unter die Lupe genommen.

Die Bahnhofbauten in der Schweiz stammen fast durchwegs aus der Pionier- und Expansionszeit der Eisenbahn. Eine Ausnahme bildet der neue Bahnhof Bern, der in seinen verschiedenen Planungsphasen schon mehrmals in «werk/œuvre» vorgestellt worden ist. Dagegen erleben die meisten städtischen Bahnhöfe heute eine Ausweitung durch eine Vielzahl von Dienstleistungen, die ein solcher Umschlagplatz nach sich zieht. Wir stehen mitten in dieser Entwicklung, die in vielen Städten unerfreuliche Veränderungen mit sich bringt und deshalb viel diskutiert und oft kritisiert wird. Die Publikationen von architektonischen Lösungen und die Artikel von

ortsansässigen Fachleuten sind als Diskussionsbeitrag zu werten.

Mit der Eröffnung des Terminals B im Flughafen Zürich hat eines der grössten Bauvorhaben in der Schweiz seinen Abschluss gefunden. Dieser Bau für den öffentlichen Verkehr ist mit echt schweizerischer Perfektion bis ins Detail ausgeführt worden und nimmt damit seine Aufgabe als Schaufenster der Schweiz wahr. Dass dabei die gestalterische Qualität im Vordergrund steht, ist einer bewussten Zielsetzung der Bauherrschaft und einem ausserordentlichen Einsatz der Planungsfachleute zu verdanken, die eine Verbindung der Nutzbauten mit einer der Aufgabe entsprechenden Repräsentation angestrebt haben. Interessant schien uns der Vergleich mit ausländischen Flughäfen – als Schaufenster von Ländern, deren Repräsentationsbedürfnis in unpräziseren Zweckbauten zum Ausdruck kommt.

Und nochmals drängt sich bei den Bauten ein Vergleich von Zug und Flug auf. Die schweizerischen Bahnhöfe, oft prachtvolle Zeugen aus der Gründerzeit, haben sich den wandelnden Bedürfnissen und der fortschreitenden Technik über ein Jahrhundert anzupassen vermocht und werden heute im Sinne des Denkmalschutzes konserviert. Wie werden wohl einst die Flugplatzbauten die Zeit überdauern und von späteren Generationen bewertet? *Verena Huber*

Les transports collectifs du point de vue de l'utilisateur

Alors que durant des années on s'est préoccupé avant tout du développement de la circulation privée, les transports collectifs connaissent un regain d'actualité. A la concurrence entre les moyens de transport privés et collectifs se substitue graduellement une conception globale du trafic qui remet en cause les limites de l'autofinancement. Comment l'utilisateur perçoit-il cette nouvelle conscience?

Dans le trafic de longue distance, le train et l'avion se font une certaine concurrence. Si pour certaines distances la préférence est nette, il existe des cas où le choix est moins aisé. Bénéficiant du prestige de «l'air des grands espaces», l'avion semble l'emporter. Les chemins de fer s'efforcent de rester dans la course en augmentant leur vitesse et en améliorant les horaires. Leur image extérieure s'en res-

sent de sorte qu'elle se rapproche de celle du trafic aérien.

Les chemins de fer suisses ont bonne réputation tant en Suisse qu'à l'étranger. Celle-ci est avant tout fondée sur les extraordinaires ouvrages d'art et l'excellent service au client. Si à l'étranger on supprime en partie des lignes nettement déficitaires, il est vrai que la Suisse bénéficie encore d'un réseau très ramifié qui n'a subi que peu de

mesures de rationalisation. La direction des CFF est toutefois consciente du fait qu'il est indispensable de nos jours d'améliorer l'image de l'entreprise. Pour cela, elle a élaboré des objectifs dans plusieurs domaines. L'image visuelle y joue un rôle essentiel, tant comme publicité que comme véritable message et service effectif. Les CFF continuent ainsi une tradition dont les valeurs sont ap-

Suite à la page 217