

Zeitschrift: Schweizer Ingenieur und Architekt
Herausgeber: Verlags-AG der akademischen technischen Vereine
Band: 115 (1997)
Heft: 46

Sonstiges

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

Einkaufszentren und Vergnügungsparks

Unter diesem Titel lud die Schweizerische Vereinigung für Landesplanung (VLP) am 23. Oktober ins Casino Zug. Obwohl die Adresse der Tagung eher auf die Vergnügungsparks verwies, galt das Augenmerk mehrheitlich den ausserhalb der traditionellen Siedlungskerne gelegenen Einkaufszentren. Der Veranstaltungsort aber war bewusst gewählt, war doch Zug der erste Kanton mit einer raumplanerischen Regelung für den Bau von Einkaufszentren, die aus dem Jahre 1974 datiert. Damals beabsichtigten verschiedene Investoren, im Kanton acht Einkaufszentren mit gegen 60 000 m² Nettoladenfläche zu errichten. Verglichen mit den 800 000 m², auf denen heute in der gesamten Schweiz in 57 Einkaufszentren (mit über 7000 m² Verkaufsfläche) Waren angeboten werden, wäre die geplante Fläche für den 239 km² kleinen Kanton wohl überproportioniert gewesen. Bis heute sind drei der vorgesehenen acht Zentren realisiert, wobei nur eines ausserhalb der Kernzone liegt (Steinhausen Hinterberg).

Als ökonomisch, ökologisch wie sozial sinnvolle Organisation des knappen Lebensraumes definierte Rudolf Muggli, Direktor der VLP, die Aufgabe der Raumplanung. Wo liegen nun aber die kritischen Punkte hinsichtlich der Errichtung von Grossverkaufsflächen «im Grünen» aus raumplanerischer Sicht? Muggli verwies auf die hohen Anforderungen an die Erschliessung wie die erforderlichen Parkplätze. Zudem führe das daraus resultierende Verkehrsaufkommen zu Umweltproblemen. Es stelle sich auch die Frage, inwieweit Einkaufszentren in autobahnnahen Industriezonen Kaufkraft aus den Stadt- und Dorfkernen abziehen würden. Mark Henauer vom Migros-Genossenschafts-Bund demgegenüber wehrte sich vehement gegen die Umschreibung von Einkaufszentren als «auf der grünen Wiese». Tatsächlich hätten sie an der allgemeinen, durch andere eingeleiteten und zeitweise stark geförderten Siedlungsentwicklung aus den Städten hinaus in die Aussenquartiere und Aussengemeinden teilgenommen. Die Verkaufsstellen seien den Bewohnern in die Satellitenstädte gefolgt – nicht umgekehrt; und gebaut wurde ausschliesslich in ausgeschiedenen Bauzonen! «Daraus einen raumplanerischen Sündenfall zu konstruieren, wäre ja primär ein Vorwurf an die Raumplanung und nicht an jene, die der Entwicklung und den Zonenvorgaben gefolgt sind», so Henauer.

Bernadette Breitenmoser von der Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU) wagte – gestützt auf Fakten (Schweizerischer Detailhandel und Grosskonsumenten 96) und Fachliteratur (etwa Faith Popcorn: Clicking, München 1995) – den Blick in die Zukunft: Das Einkaufen in klassischen Einkaufszentren gehe wohl langsam zu Ende; letztere könnten künftig nur mit Animations- und Erlebnisqualität oder mit Billigstware überleben. Entsprechend würden kleine lokale Geschäfte einen Aufschwung erleben, Spezialgeschäfte mit Delikatessen und individuellem Service hätten vermehrt gute Chancen. Auch Transitpunkte, Bahnhöfe oder Tankstellen würden weiter an Bedeutung gewinnen. – Allgemeingültige Schlüsse aus diesen Trends zu ziehen, ohne ideologisch zu werden, sei aber nicht möglich, meinte Breitenmoser, schliesslich gebe es nicht nur eine Art des Konsumierens. Grundsätzlich gelte jedoch, dass einkaufen mit und ohne Auto möglich sein müsse, dass kleine Detaillisten für Stadt- und Dorfzentren wichtig seien und dass sowohl Konsumangebot wie Gestaltung attraktiv sein müssten, denn Einkaufen sei heute Teil unserer «Erlebniswelt».

Inge Beckel