

Zeitschrift: Das Werk : Architektur und Kunst = L'oeuvre : architecture et art
Band: 60 (1973)
Heft: 5: Einkaufszentren

Artikel: Report Shopping-Center
Autor: Bezzola, Leonardo / Peverelli, Diego
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-87544>

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

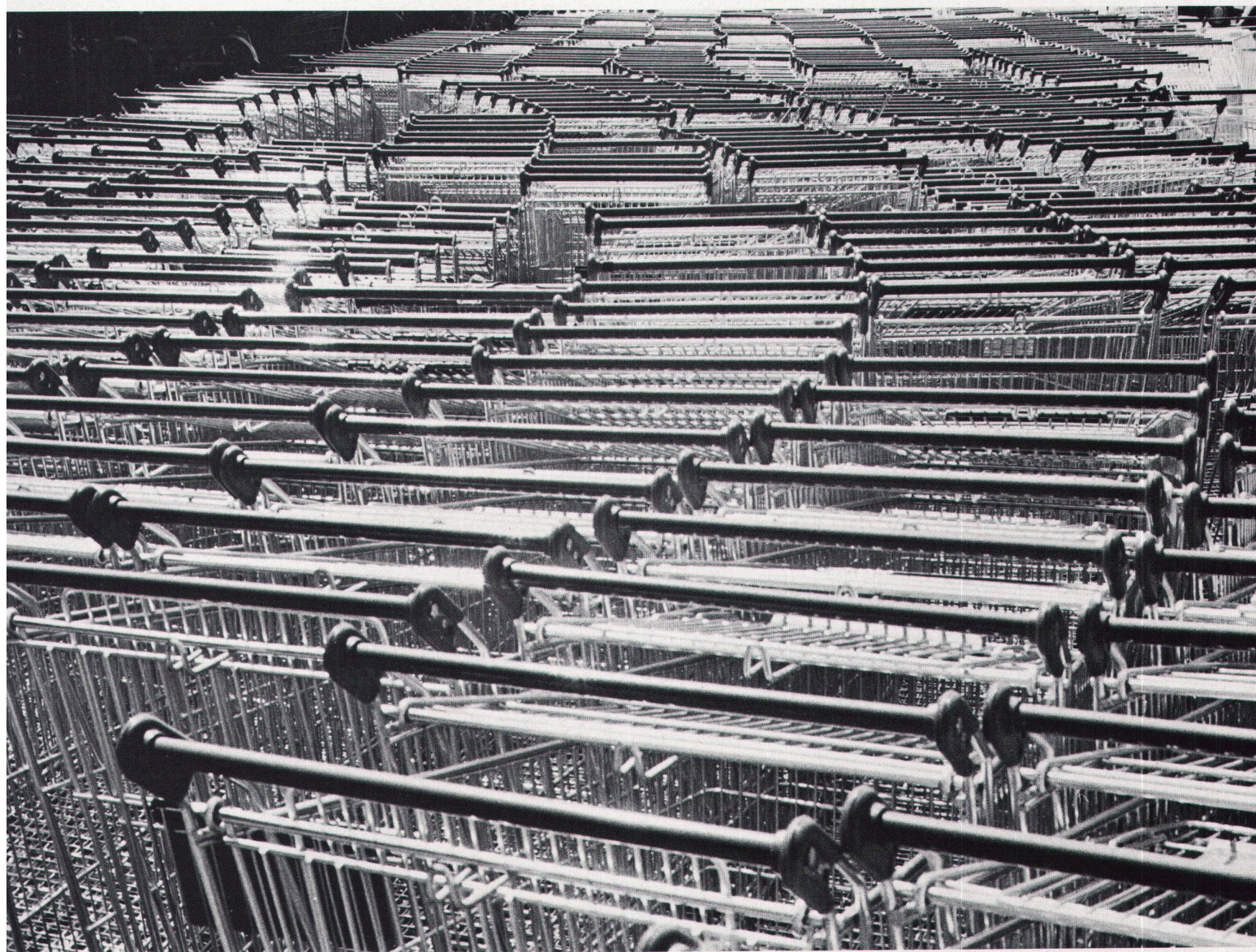
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

Report **Shopping- Center**

Zusammengestellt von
Leonardo Bezzola und Diego Peverelli



Report Shopping- Center

Mit der nachfolgenden Reportage wurde der Versuch unternommen, dem Leser eine Art Filmfolge aus dem Alltag der Einkaufszentren zu vermitteln. Die Beispiele sind nicht nach architektonischen Kriterien, sondern nach typischen Situationen inner- und ausserhalb der Einkaufszentren gewählt worden. Wir wollten zeigen, wo Shopping-Centers entstehen, wie sie konzipiert und gebaut sind, durch welche Mittel ihre Attraktivität erreicht und erhöht wird und schliesslich was am Rande dieser in ihrer Dimension unterschiedlichen, in ihrer Form aber ähnlichen Bauten geschieht.

Le reportage suivant est une tentative de présenter au lecteur, comme le déroulement d'un film cinématographique, la vie de tous les jours des centres commerciaux. Les exemples n'ont pas été choisis selon des critères d'architecture mais, par contre, en raison des situations typiques se présentant au dedans et au dehors des centres. L'intention était de montrer où les centres sont érigés, comment ils sont conçus et bâtis, quels sont les moyens susceptibles de leur conférer un certain attrait ou de l'augmenter et, enfin, ce qui se passe en marge de ces édifices différents dans leurs dimensions mais se ressemblant dans leur forme.

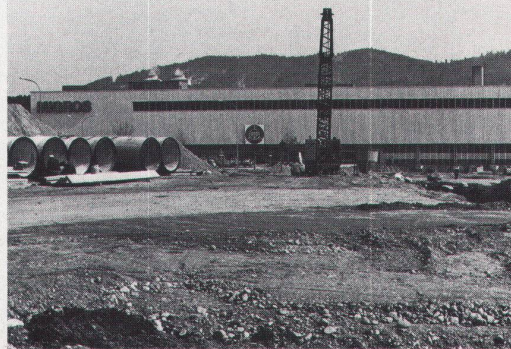
In the report presented below an attempt has been made to give the reader a kind of film sequence of everyday activity in the shopping-centers. The examples have not been selected in accordance with architectural criteria, but rather in accordance with typical situations inside and outside the shopping-centers. We wanted to show where shopping-centers are set up, how they are conceived and built, what means can be employed to make them more attractive and, finally, what happens around these structures which differ in size but are similar in design.



**Standort:
Auf der grünen Wiese ist
mehr Platz**



2



1 Bei Sargans zweigt von der N 3 die Strasse nach St. Margrethen ab. Auf der einen Seite liegt das Dorf, auf der anderen das Einkaufszentrum Pizol-Park (Architekten: Rausch, Ladner und Clerici, Rheineck SG).

2-4 Zwischen Schönbühl/Urtenen und Moosseedorf bei Bern – Vororte mit starker Bautätigkeit – sind neben der Zufahrt zur N 1 und zukünftigen Autobahn nach Biel zwei Einkaufszentren entstanden.

1 Près de Sargans, la route de St. Margrethen quitte la N3. D'un côté est situé le village, de l'autre le centre commercial Pizol-Park (architectes: Rausch, Ladner et Clerici, Rheineck SG)

2-4 Entre Schönbühl/Urtenen et Moosseedorf près de Berne – une banlieue en forte expansion – deux centres commerciaux ont été érigés à côté de la voie d'accès à la N1 et à la future autoroute menant à Biel.

1 Near Sargans the road to St. Margrethen branches off from N3. On one side is the village, on the other the Pizol Park shopping-center (Architects: Rausch, Ladner and Clerici, Rheineck/SG).

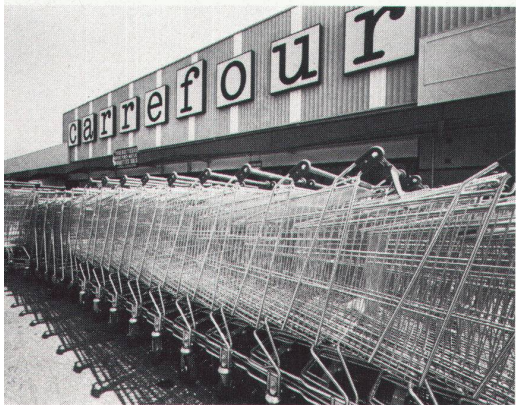
2-4 Between Schönbühl/Urtenen and Moosseedorf Berne – suburbs with heavy building activity – two shopping-centers have been built next to the access to N1 and future motorway to Biel.

4





5



6

5, 6 Dass Kreuzungen wichtiger Erschließungsstrassen bevorzugte Standorte für Einkaufszentren sind, bezeugt der Name dieser französischen Supermarkt-Kette (<Carrefours> in Anancy und Biel).

5, 6 Le nom <Carrefours> de cette chaîne de supermarchés française prouve bien que les lieux de croisements de voies de communications importantes sont des emplacements de prédilection pour des centres commerciaux (Anancy et Bienne).

5, 6 Intersections are favourite locations for shopping-centers; this is proved by the name of this French supermarket chain (<Carrefours> in Anancy and Biel).



7

Report Shopping- Center

7-9 Während der Bauhof in Zürich-Oerlikon (Architekt: Werner Gantenbein, Zürich) im Rahmen einer Neustrukturierung des Quartiers das bestehende Zentrum erweitert, setzt die gemischte Überbauung in Zürich-Witikon (Architekten: Eidenbenz, Bosshard und Meyer, Zürich) einen völlig neuen Akzent.

7-9 Tandis que le Bauhof à Zurich-Oerlikon (architecte: Werner Gantenbein, Zurich) élargit le centre existant dans le cadre d'une restructuration du quartier, la colonie mixte de Zurich-Witikon (architectes: Eidenbenz, Bosshard & Meyer, Zurich) impose un tout nouvel aspect.

7-9 While the Bauhof in Zurich-Oerlikon (Architect: Werner Gantenbein, Zurich) expands the existing centre within the scope of a reorganization of the district, the mixed project in Zurich-Witikon (Architects: Eidenbenz, Bosshard and Meyer, Zurich) establishes an entirely new accent.



8

**Standort:
Inmitten von Wohn- und
Arbeitsplätzen...**



9



10



11



13

11, 13 Der Bau zweier benachbarter Einkaufszentren mit Wohn- und Bürogebäuden verlagerte den städtebaulichen Schwerpunkt von Uster an die Zürcherstrasse (Architekt: H. Raschle, Uster). Im Berner Länggassquartier schuf das Einkaufszentrum <Zähringer> eine neue Attraktivität für die Bewohner.

12, 14 Die grossen Überbauungen Tscharnergut, Gäbelbach und Schwabgut im Westen von Bern führten neben den bestehenden Detailhandelsgeschäften zur Errichtung von Warenhaus-Filialen.

11, 13 La construction de deux centres commerciaux voisins avec bâtiments locatifs et administratifs a déplacé le noyau citadin d'Uster à la Zürcherstrasse (architecte: H. Raschle, Uster). Dans le quartier bernois de la Länggasse le centre d'achat <Zähringer> a créé un nouvel attrait pour les habitants.

12, 14 Les grandes colonies Tscharnergut, Gäbelbach et Schwabgut, à l'ouest de Berne, ont provoqué l'établissement de filiales de grands magasins en plus du commerce de détail existant.



14



Report Shopping- Center



Hauptattraktion Parkplatz...

12

11, 13 The construction of two neighbouring shopping-centers with flats and offices shifted the architectural accent in Uster to Zürcherstrasse (Architect: H. Raschle, Uster). In the Länggasse district in Berne the «Zähringer» shopping-center has created a new attraction for the residents.

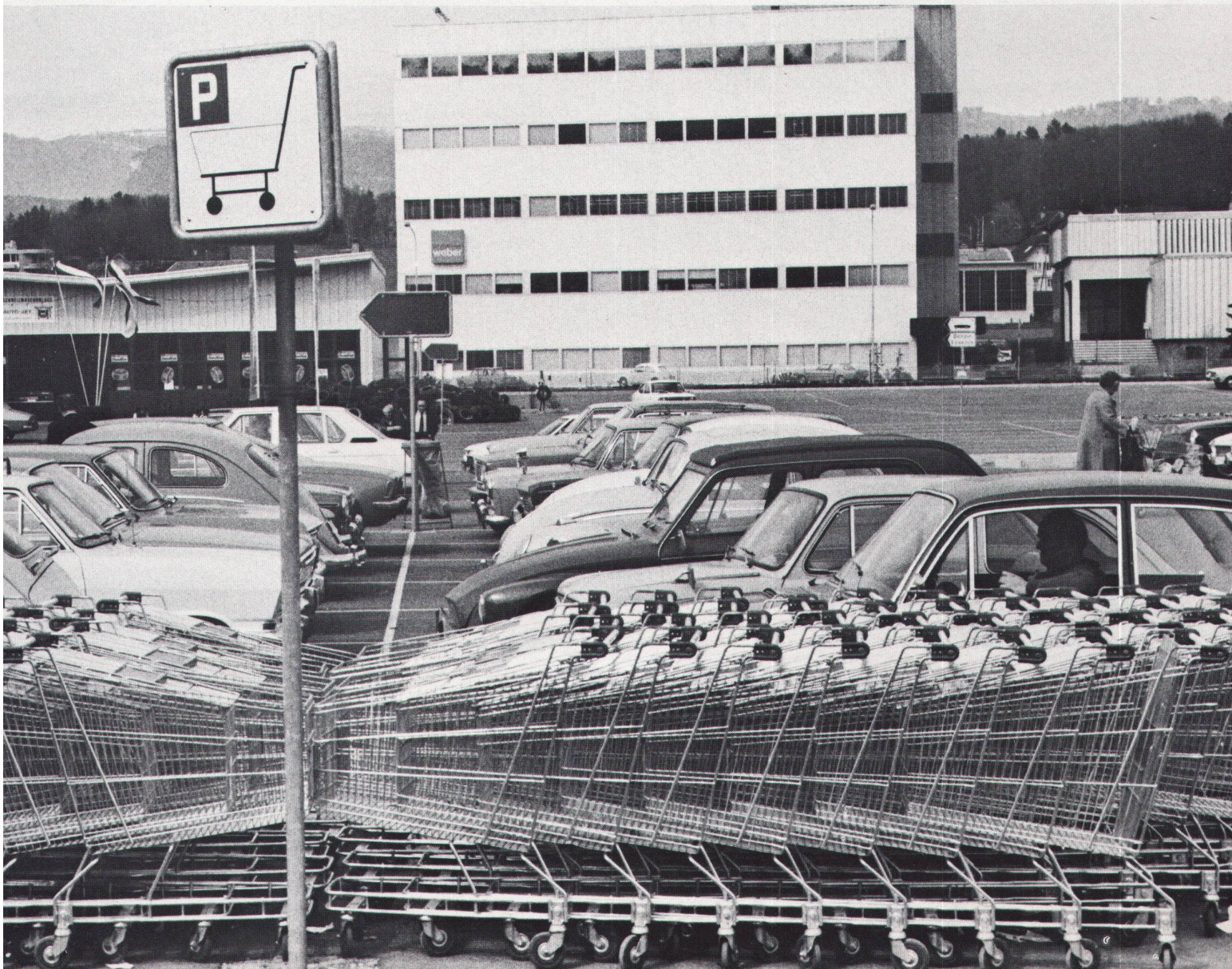
12, 14 The big projects, Tscharnergut, Gäbelbach and Schwabgut to the west of Berne, in addition to the already existing retail outlets, have led to the establishment of department store branches.

15 Unentbehrlich für den Grosseinkauf in der Markt-Maschine: Auto, Parkplatz und Caddy. Selbst der Caddy erhält seinen eigenen Parkhinweis.

15 Indispensables aux achats dans le marché-usine: l'auto, le parking et le «caddy». L'organisation et l'ordre favorisent la vente. Même le «caddy» a sa place de parage réservée.

15 Indispensable for big-scale shopping is the market machine: the car, parking space and caddy. Organization and good order promote buying. Even the caddy has its own parking space.

15



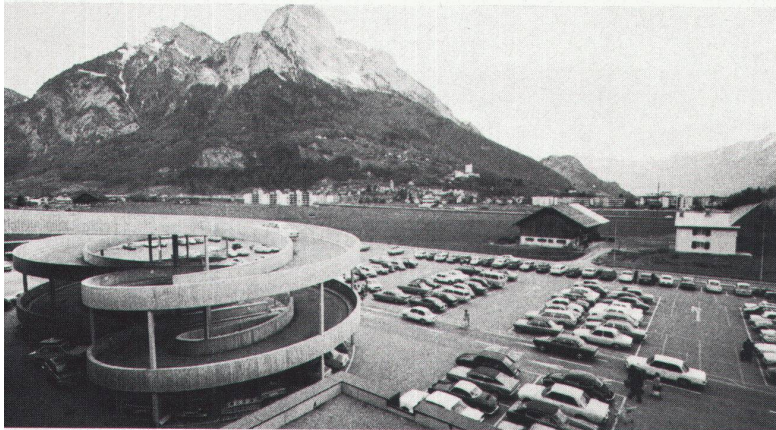
16-18 Die Parkzone übertrifft in den meisten Fällen bei weitem die Nutzfläche des Gebäudes. Wo es nötig ist, wird zusätzlich das Dach erschlossen, eine gute Möglichkeit, architektonische Elemente einzufügen.

16-18 Le parking dépasse en superficie, dans la plupart des cas et de beaucoup, la surface utile du bâtiment. Là où cela est nécessaire, le toit est utilisé ce qui offre une bonne possibilité d'introduire des motifs architecturaux.

16-18 The parking zone in most cases exceeds in area the utility area of the building. Wherever necessary, the roof is also developed.



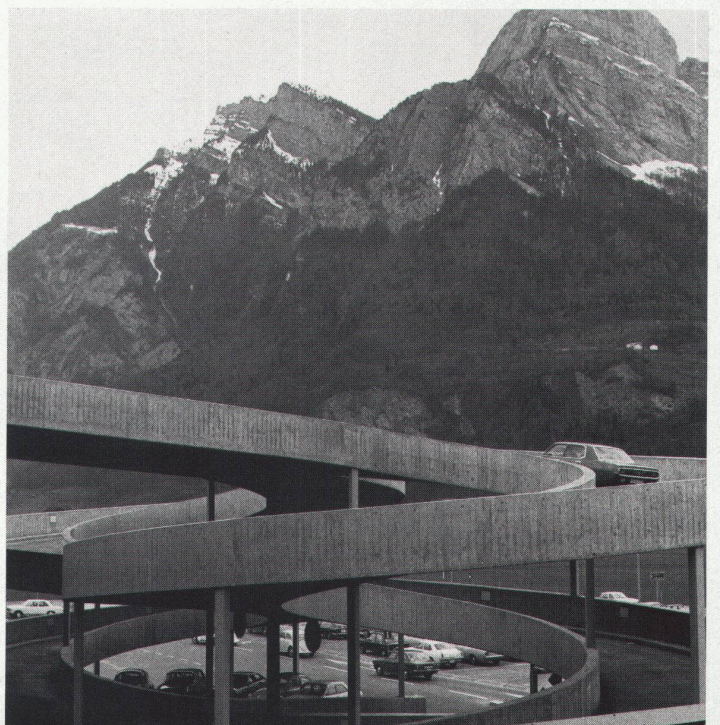
16



17

Report **Shopping- Center**

18



Mit *Ambiance* verkauft sich's besser...



In den Einkaufszentren spielt die «sekundäre Architektur» doch eine primäre Rolle: ihre gebräuchlichsten Elemente: Mobils, Palmen, Kandelaber, Blumentröge, Ruhebänke und Springbrunnen. Kitsch vereinigt sich hier mit Pop.

19

Dans les centres commerciaux, l'«architecture secondaire» joue un rôle primordial: ses éléments les plus usités: des mobiles, palmes, candélabres, jardinières, bancs, jets d'eau. Le *tape-à-l'œil* s'allie ici au *pop*.

In the shopping-centers, "secondary architecture" plays a primary role: Their most usual elements: mobiles, palms, candelabra, flower troughs, benches and fountains. *Kitsch* combines here with *Pop*.

20



Report Shopping- Center



21



24

21–25 Während in Spreitenbach und bei <Uschter 77> (22–25) die räumliche Organisation auf dem Mall-Prinzip beruht, gruppieren sich in Sargans die Läden um eine quadratische Halle, deren Mittelpunkt von der Snack-Bar gebildet wird (21).

21–25 Alors qu'à Spreitenbach et chez <Uschter 77> (22–25) l'agencement intérieur repose sur le principe du <Mall>, à Sargans, les magasins sont groupés dans une halle quadrilatérale dont le centre est occupé par un <Snack> (21).

21–25 While in Spreitenbach and <Uschter 77> (22–25) the spatial organization is based on the mall principle, in Sargans the shops are grouped around a square hall, the focus of which is the snack-bar (21).

25



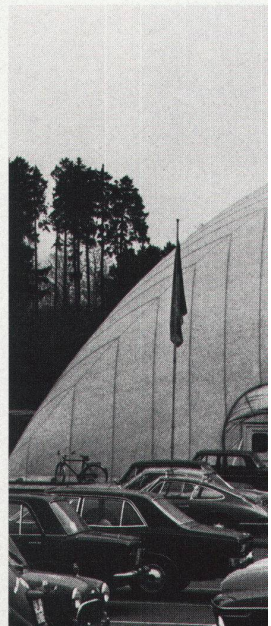


22

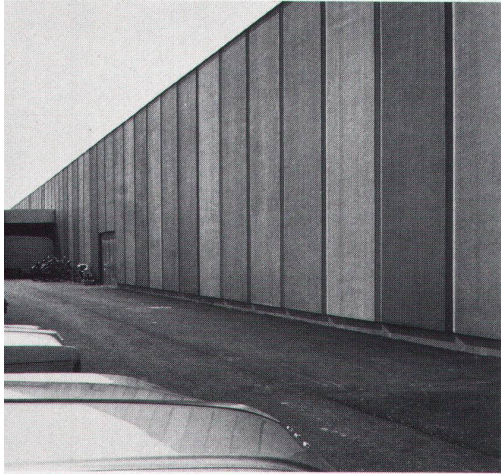


23

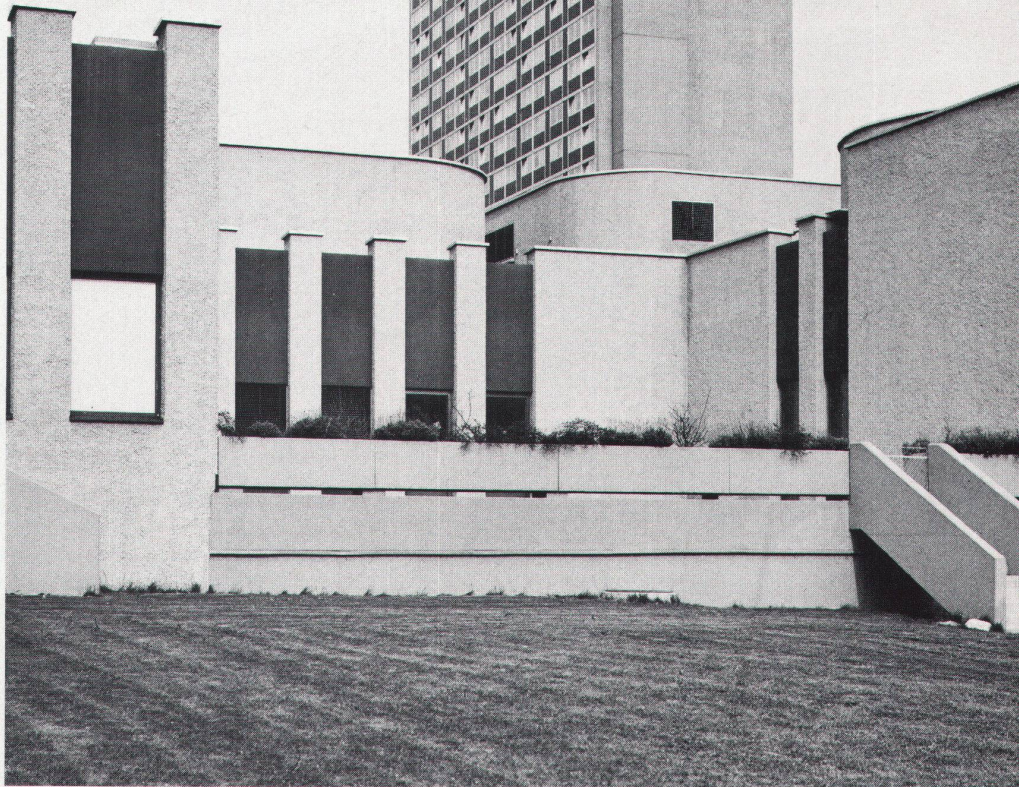




Report Shopping- Center



27



28



29

30



Verpackung auch in konstruktiver Hinsicht...

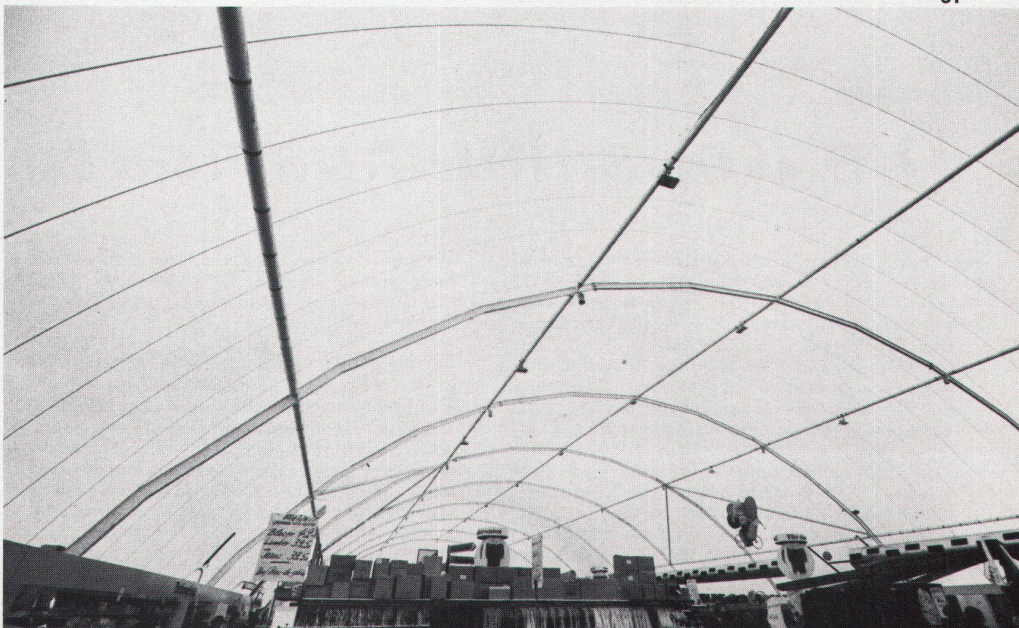
Zwei Extreme: einmal der präntiöse Versuch, einer Halle ein architektonisches Make-up zu geben (28), auf der anderen Seite die nicht standortgebundene, in jeder Hinsicht anpassungsfähige Traglufthalle (29-31). Dazwischen die ehrliche Lösung: die typisierte <Schachtel> aus vorfabrizierten Elementen (26, 27).

Deux extrêmes: d'une part, la tentative prétentieuse de conférer un <make-up> architectural à une halle (28), d'autre part une halle gonflée, sans lien avec son emplacement, adaptable à toutes les situations (29-31).

Entre les deux, la solution honnête: la <boite> standardisée constituée d'éléments préfabriqués (26, 27).

Two extremes: on one hand, a pretentious attempt to give a hall an architectural make-up (28), on the other hand, the non-localized, adaptable pneumatic hall (29-31). In between, the honest solution: the typical <box> of prefab elements (26, 27).

31





32



34



33

Die Konsumlandschaft

32-39 Der Weg zum Konsum ist systematisiert. Er führt durch das endlose Labyrinth schmaler Couloirs, flankiert von Regalen aus standardisierten Elementen, über Rolltreppen zum Stossverkehr der Caddies vor der Barriere der Kassenschranken. Hier und da unterbrechen werbende Dekorationen die monotonen Reihen der Beleuchtungskörper. Nur die Kinder in der Bücherecke bilden eine Welt für sich.

32-39 La « voie de consommation » est systématisée. Elle conduit, par le labyrinthe interminable de couloirs étroits, flanqués d'étagères en éléments normalisés en passant par des escaliers roulants, dans l'embouteillage des « caddies », au portillon de la caisse. De temps

en temps des panneaux-réclame rompent la monotonie des lampes. Seuls les enfants, affairés au kiosque des livres, forment un monde à part.

32-39 The shopper's route is systematized. It runs through the endless labyrinth of narrow corridors flanked by shelves of standardized elements, via escalators to the traffic jams of caddies in front of the pay desks. Here and there advertising decorations interrupt the monotonous rows of neon tubing. Only the children in the book corner are a self-contained world.



35

Report Shopping- Center



36



37



38

39



Report Shopping- Center

40



41



Wo ist was?

40-43 Jedem Supermarkt sein Superwegweiser. «Eisenplastiken» und «kinetische Skulpturen» starren von unten bis oben von Firmensigneten und Werbeaufschriften.

40-43 A chaque supermarché son super-indicateur. Des «plastiques en fer» et des «sculptures cinétiques» fourmillent de marques de fabriques ou de services et de réclames.

40-43 For every supermarket its super indicator. „Steel sculptures” and „kinetic sculptures” display at all levels commercial emblems and slogans.

Am Rande notiert...



42



44

44-50 Vor der Türe bleiben Kinder, selbstverständlich Hunde, sinngemäss die Gartenartikel und die grossen Teppichrollen. Ein Hippie aus dem Fernen Osten bietet seinen Schmuck an, ein Trödler seine Kupferkessel: die Selbstproduzenten sind geduldet...

44-50 Les enfants attendent dehors de même que les chiens, évidemment, et, logiquement, les articles de jardins ainsi que les grands rouleaux de tapis. Un Hippie venu de l'Extrême-Orient offre ses bijoux, un brocanteur ses chaudrons en cuivre: les artisans-producteurs sont tolérés.

44-50 In front of the door remain children, of course dogs, and garden articles and large rolls of carpeting. A hippie from the Far East offers his trinkets, a pedlar his copper kettles: artisans are tolerated.



43



46





47

Zusätzliche Dienstleistungen werden zu Nebenzentren. Abfallkartons stehen dem Konsumenten zur Verfügung, und für den Umweltschutz wird auch gesorgt...

Les services supplémentaires constituent des centres à part. Les cartons d'emballage libres sont à la disposition des acheteurs et il est aussi contribué à la protection de l'environnement.

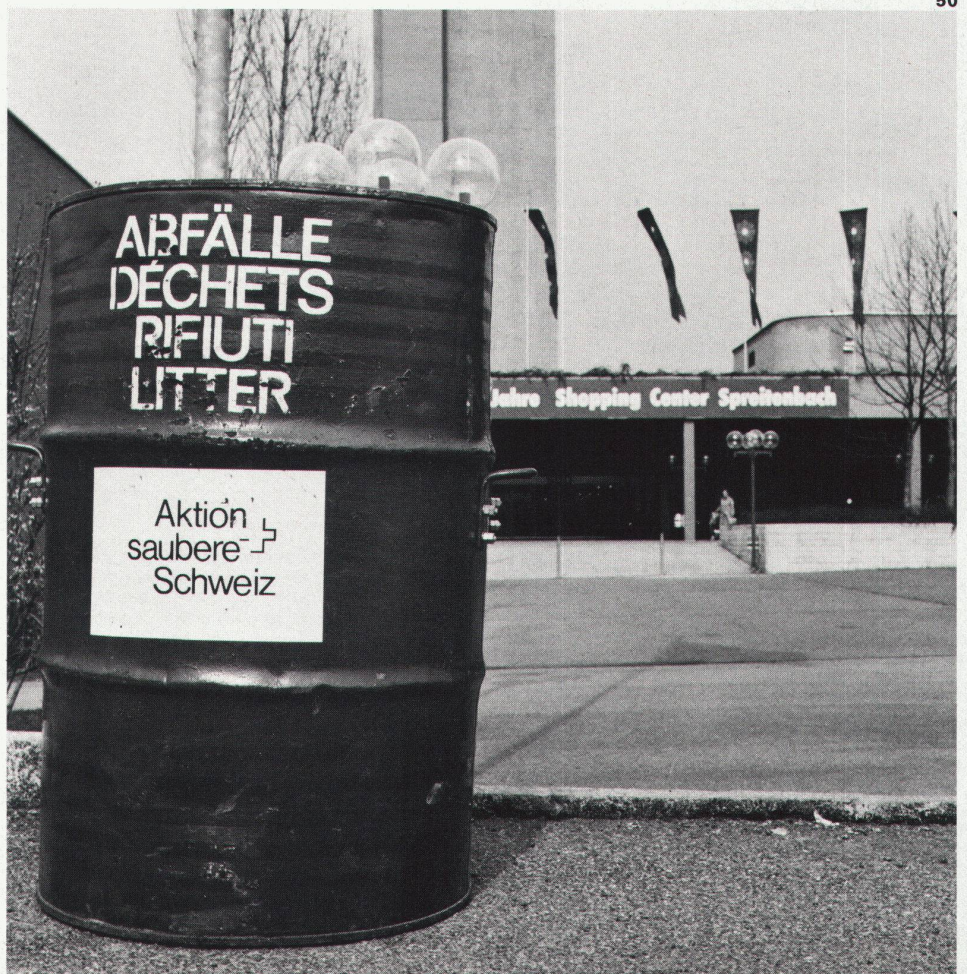
Additional services form the cores of subsidiary centres. Refuse bins are available to customers and the environment is not forgotten...



48

Report Shopping- Center

49



50