Die Amerikanisierung des Konsums : die Stadt wächst mit Mediamärkten, Drive-in-Restaurants und Autokinos dort, wo Autobahnen miteinander verknüpft sind

Autor(en): **Capol, Jan**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **8 (1995)**

Heft 3

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-120150

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

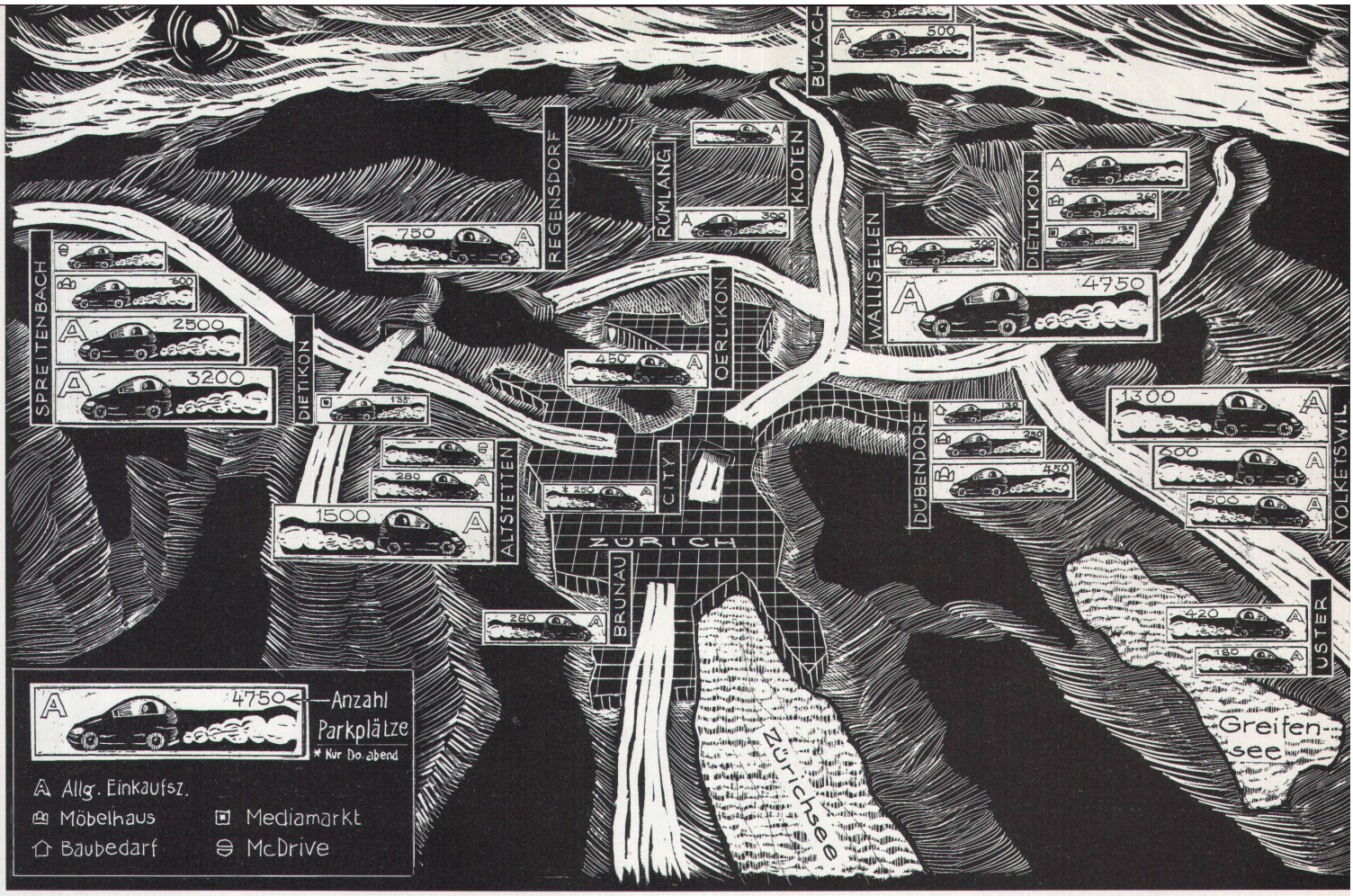


Illustration: Sambal Oelek

Die Amerikanisierung des Konsums

In der Schweiz stehen heute gut 80 Shopping Centers. In ihrer Nähe entstehen neuerdings Drive-in-Restaurants von McDonald's. Das verdeutlicht einen Begriff: Amerikanisierung des Konsums in der Schweiz. Seine Folge: Wird das Auto zum Zentrum des Lebens, so hat es die Raumplanung schwer.

1975 öffnete das grösste Shopping Center der Schweiz die Tore: Das Glattzentrum in Wallisellen. Spektakulär war die Grösse, völlig neu dessen Lage – das Glattzentrum liegt ausserhalb der Siedlungen. Dafür verfügt es über einen eigenen Autobahnzubringer mit 4750 Parkplätzen; deren Fläche macht gut die Hälfte der Verkaufsfläche (45 300m²) aus. Das Glattzentrum ist ein Markstein. Denn sein und der Trumpf der restlichen 80 Schweizer Einkaufszentren gegen die innerstädtische Konkurrenz ist nicht ein vielfältigeres Warenangebot, sondern wichtig ist, dass Autofahren und Einkaufserlebnis geschickt kombiniert werden.

Schadstoffverursacher

Bleiben wir beim Beispiel Zürich. Da stehen 20 der 80 Einkaufszentren. Der Erlebniseinkauf samt Menschen- und Warentransport verdreckt die Luft. Allein der Verkehr von und zum Glattzentrum verbraucht gemäss Berechnungen des VCS-Zürich 6 Prozent des gesamten Benzinkonsums von Zürich-Nord. Die einkaufenden Autofahrer verursachen neben dem Flughafen Kloten am meisten Schadstoffe in der Region. Weitere Einkaufszentren wie Volkiland, Jumbo, Wohnland, IKEA machen den Einkaufsverkehr zu einem der grossen Schadstoffverursacher. Der Staat kennt das Problem. Aufgrund der Luftreinhalte-Verordnung des Bundes (LRV) verfasste der Zürcher Regierungsrat das Luftprogramm 90. Laut diesem verursachen die neuen Einkaufs- und Freizeitgewohnheiten hauptsächlich den zunehmenden motorisierten Verkehr. Die «Arbeitsgruppe Zürich Nord» (eine Vereinigung des VCS-Zürich mit Ortsparteien von Zürich Nord) hat überdies berechnet, dass das Parkieren nicht nur gratis ist, sondern dass die automobile Kundschaft um einen Betrag von 5 Franken pro Einkauf subventioniert wird. Für autofahrende Konsumenten gibt's keinen Anreiz, Bus oder Zug zu benutzen. Die Anziehungskraft der Gratisparkplätze mit Parkgebühren zu mindern, ist im Luftprogramm 90 zwar vorgesehen, bisher fehlen jedoch konkrete Massnahmen.

Andere Lösungen

Andere Kantone hingegen regeln den Einkaufsverkehrs besser: Der Regierungsrat des Kantons Bern hat letzten

Sommer eine Parkplatzverordnung für Gebiete erlassen, wie z. B. die Agglomerationen Bern, Thun oder Biel. Darin ist der Normbedarf an Parkplätzen eines Betriebes festgelegt. Je nach der Erschliessung durch den öffentlichen Verkehr muss die Anzahl Parkplätze bis auf einen Drittel dieses Normbedarfs reduziert werden.

Der Kanton Zug sah sich anfangs der siebziger Jahre mit sechs Gesuchen für Shopping Centers konfrontiert. Der Kanton schied im Richtplan Gebiete aus, die für Shopping Centers geeignet sind. Öffentliche Verkehrsmittel machte er zum Kriterium für die Bewilligung. Ziel war, die Siedlungsstruktur mit der kleinräumigen Ladenverteilung zu schützen. Aufgrund dieser Regelung konnte ausserhalb der Siedlung einzig das Shopping Center Zugerland entstehen.

Der Landrat des Kantons Basel-Land hielt in einem Beschluss 1975 fest, dass Läden mit einer Nettoladenfläche von 3000 m^2 und mehr mit den öffentlichen Verkehrsmittel gut erreichbar sein müssen.

Media-Park und Drive-in

Würden die Zuger oder Basler Bestimmungen im Kanton Zürich angewandt, könnten in der Agglomeration keine Shopping Centers mehr ohne Anschluss an den öffentlichen Verkehr entstehen. Das Gegenteil ist der Fall. Die neuesten Shopping Centers, die beiden Mediaparks in Dietikon und Dietlikon, sind mit dem öffentlichen Verkehr nicht zu erreichen. Gleichzeitig entstehen neu, in der Nähe der Shopping Centers, Drive-in-Restaurants von McDonald's, die sogenannten McDrives. Da sehen wir es am besten, wie sich ein neues Mobilitätsverhalten entwickelt: Ein Leben mit dem Auto. Diese Amerikanisierung des Konsums ist nicht Folge der Trennung von Arbeit, Wohnen und Freizeit. Sie ist ein kulturelles Phänomen, das auf einer autogerechten Siedlungsstruktur aufbaut und entwickelt wird. Die McDrives verdeutlichen das: Einfahrt direkt von der Hauptstrasse, Menutafel, bestellen über Lautsprecher, bezahlen beim ersten Schalter, Essen fassen beim zweiten Schalter, essen auf dem Parkplatz des Drive-ins oder während der Weiterfahrt. American Graffiti, aber dreissig Jahre später. Das Auto wird Mittel zum Zweck: Man fährt nicht nur mit dem Auto zum Restaurant, man isst mit und im Auto. Jetzt möglich in Chur, Crissier, Yverdon, Brig, Villeneuve, Lugano und Spreitenbach. Das bisher neueste McDrive wurde letzten November in der Stadt Zürich an der Bushaltestelle Letzipark eröffnet. Sechs weitere werden für die Schweiz geplant. Eine Variante zu den McDrives ist das geplante Drive-in-Kino in Birmensdorf, am Stummel des Zürcher Nordrings. Man fährt nicht nur mit dem Auto zum Kino, das Auto ist Teil des Filmerlebnisses: Eine grosse Leinwand, eine Imbissecke, ein Parkplatz für etwa 200 Autos. Der Ton kommt aus den Autoradios. Die Gemeinde hat das Projekt mit der Auflage, das Kino jeweils um Mitternacht zu schliessen, bewilligt. Das Projekt wird deshalb wahrscheinlich nicht realisiert.

Opfersymmetrie

Amerikanisierung des Konsums bedeutet Auto als Lebensgefühl. Technische und raumplanerische Mittel des Luftprogramms 90 greifen hier nicht. Geschwindigkeit reduzieren, Angebote des öffentlichen Verkehrs steigern, Fussgängerzonen vergrössern, das Velo fördern: All das erleichtert das Umsteigen bereits Umsteigewilliger, verändert jedoch nicht das Mobilitätsverhalten jener, deren Zentrum das Auto ist. Gegen sie versucht der Staat Kampagnen zur Bewusstseinsveränderung. Der Kanton z.B. ruft die Autofahrer zu «Eigenaktivität» auf, so eine Information des Luftprogramms. Sie sollen «im Rahmen einer Opfersymmetrie» ihre Lebensweise umstellen und weniger autofahren. Der Kanton wiederholt Ogis erfolgloses Eierkochen.

Kostenwahrheit

Vorschläge zu griffigeren Methoden hat das Nationale Forschungsprogramm 25 «Luft und Verkehr» (NFP 25) erarbeitet. Der Schlussbericht schlägt die Kostenwahrheit im Verkehr vor: Die externen Kosten des motorisierten Individualverkehrs sollen abgegolten werden. Dafür schlägt man marktwirtschaftliche Instrumente vor wie z. B. Parkplatzgebühren, die emissionsabhängige Motorfahrzeugsteuer oder Road Pricing (Taxen für die Strassenbenützung).

Die Verlierer einer zukünftigen Kostenwahrheit im Verkehr sind weniger die Autofahrer als die auf Autokunden ausgerichteten Läden und Freizeiteinrichtungen und vorab die dort arbeitenden Menschen. Ihre Zahl wächst. Je mehr Drive-ins, um so eher wird Kostenwahrheit ein Schlagwort bleiben. In den McDrives aufliegende Werbeblätter bereiten schon das politische Terrain vor: «Über 2500 Mitarbeiter/innen sind in unseren Familienrestaurants beschäftigt», 90 Arbeitsplätze entstanden allein im McDrive Letzipark. Kostenwahrheit wird Arbeitsplätze kosten.

Interessen contra Verwertung

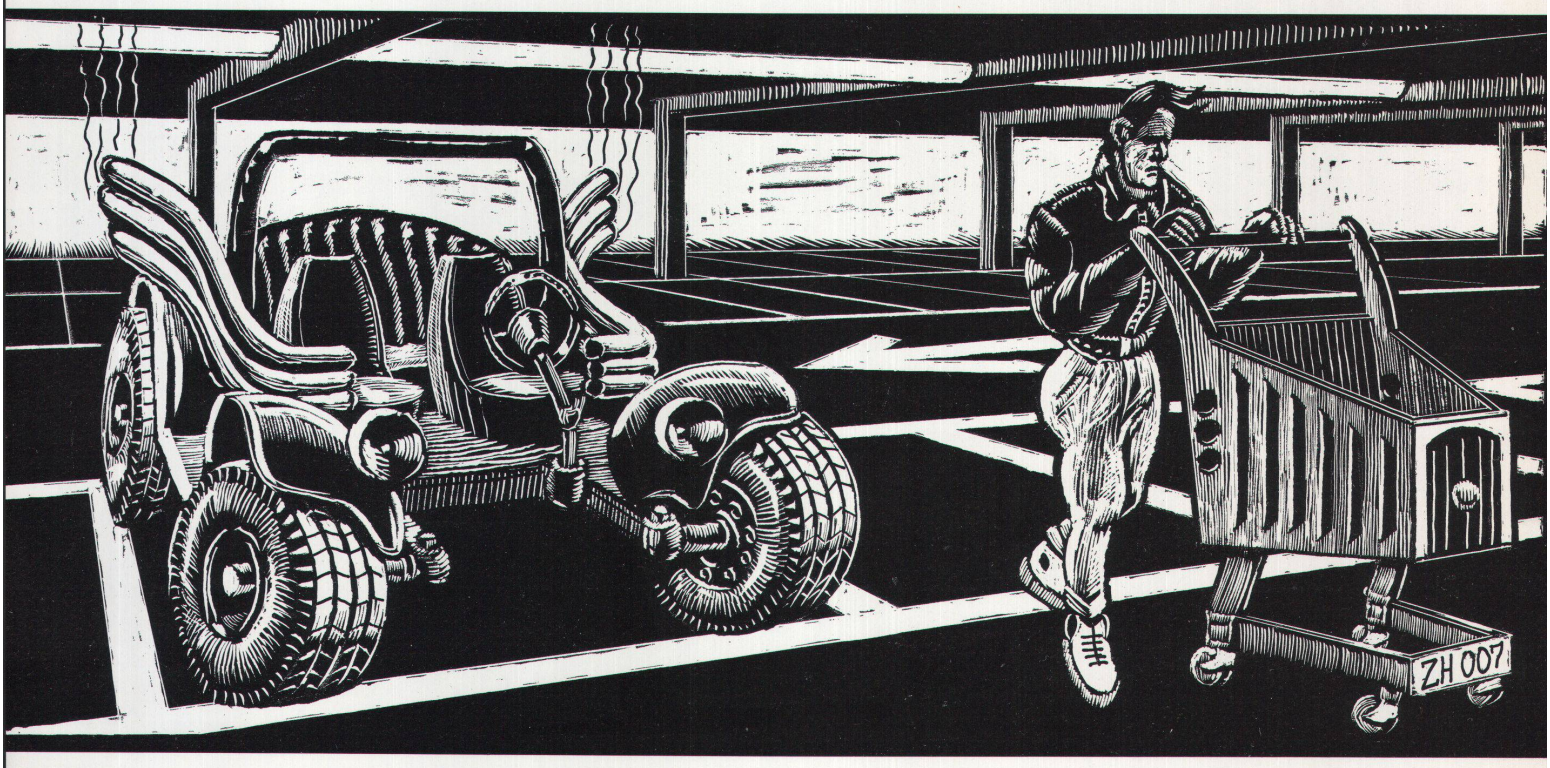
Das Limmattal und Zürich-Nord wachsen zu einer Zürcher Einkaufs- und Freizeitstadt zusammen, mit dem Zürcher Nordring als Rückgrat. Einziges Verkehrsmittel dieser neuen Stadt ist das Auto. Aufgrund der LRV und des Luftprogramms dürfte diese Entwicklung nicht zugelassen werden. Denn das Luftprogramm ist verbindlich; die Gemeinden sind verpflichtet, auf ihrem Gebiet die Immissionsgrenzwerte einzuhalten. Sie dürften somit die Bewilligung für Anlagen wie McDrives, Drive-in-Kinos oder Mediaparks nicht erteilen. Sie tun es trotzdem. Im Gegensatz zu Bund und Kanton, die versuchen, übergeordnete Interessen wie die Luftreinhaltung durchzusetzen, stehen die Gemeinden unter dem direk-

Shopping Centers Zürich

Ort	Anzahl Parkplätze
Stadt Zürich:	
City Shopping	250
Neumarkt Altstetten	280
Neumarkt Oerlikon	450
Letzipark Altstetten	1500
Brunau-Park	280
Wallisellen:	
Glatt	4750
Conforama	300
Spreitenbach:	
Tivoli	3200
Ikea	600
Shopping Center	2500
Volketswil:	
Volkiland	1300
Waro	500
Uster:	
Illuster	420
Uschter 77	180
Regensdorf:	
Einkaufszentrum	750
Dübendorf:	
Wohnland	450
Interio	250
Coop-Baucenter	130
Dietlikon:	
Ikea	260
Mediamarkt	120
Dietikon:	
Mediamarkt	135
Rümlang:	
Grodonia	300
Bachenbülach:	
Parkallee	500
Bülach:	
Sonnenhof Center	300

ten politischen Druck derer, die ihr Bauland verwerten wollen. Und auch ihre Verhandlungspartner haben klare Vorstellungen. Grossverteiler wie Migros oder Coop, die massgeblich an Shopping Centers beteiligt sind, verändern ihr Sortiment zwar in ökologischer Hinsicht, haben aber ausdrücklich nicht die Absicht, auf Gratisparkplätze zu verzichten. Wollen die Gemeinden Steuerzahler gewinnen oder nicht verärgern, akzeptieren sie diese Einstellung. Abgesehen davon genügt das Luftprogramm nicht, um eine Parkplatzbewirtschaftung durchzusetzen. Will eine Gemeinde die Ziele des Luftprogramms ernsthaft verfolgen, muss sie selber entscheiden. Wie z. B. die Gemeinde Wallisellen, welche auf Antrag des Gemeinderates 1993 ein Verbot von Einkaufszentren in der BZO (Bauzonenordung) verankerte. Laut Bausekretär Guido Egli soll damit verhindert werden, dass Wallisellen die gleichen Verkehrsprobleme bekomme wie die Nachbargemeinde Dietlikon. Dort schlug der Gemeinderat wohl vor, die Parkplätze des Detailhandels zu limitieren. Die Gemeindeversammlung lehnte das ab. Der Vollzug der LRV ist also direkt von den Interessenskonstellationen der Lokalpolitik abhängig. Beeinflussen lässt sich das Parkplatzregime von Shopping Centers im Kanton Zürich (im Gegensatz zu Bern, Zug und Basel-Land) bis jetzt nur über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP), und die kann erst bei Neuanlagen ab 300 Parkplätzen wirken.

Drive-ins gehören bald dazu

Eine Parkplatzbewirtschaftung kann bei Shopping Centers wohl wirksam sein, bei McDrives jedoch ist sie wirkungslos – sie brauchen keine Parkplätze. Der Zürcher Kantonsplaner Christian Gabathuler sieht durch die McDrives zwar eine bestimmte Bevölkerungsgruppe angesprochen, eine Amerikanisierung durch Betriebe dieser Art werde in der Schweiz allerdings nicht eintreten: «McDrives sind nicht die Spitze des Eisberges, die es zur Einhaltung der LRV zu brechen gilt.» Da ist zu erinnern: Das Luftprogramm des Kantons Zürich sah vor, sämtliche Immissionsgrenzwerte bis 1994 einzuhalten. Das Ziel wurde verfehlt. Die NO_X-Werte sind zwar gesunken, und die Ozonwerte blieben auf zu hohem Niveau stabil. Das ATAL (Kantonales Amt für technische Anlagen und Lufthygiene) befürchtet sogar einen Wiederanstieg der Schadstoffemissionen. Denn neben Teilerfolgen, wie der Kapazitätssteigerung des öffentlichen Verkehrs, neuen Velowegen und höheren Parkplatzgebühren in der Stadt Zürich, entwickelt sich der Trend entgegen den Zielen des Luftprogramms: Laut dem Bundesamt für Energiewirtschaft werden im Strassenverkehr der Schweiz die gefahrenen Kilometer bis ins Jahr 2015 um 33 Prozent zunehmen – bei überdurchschnittlichem Wachstum im Freizeit- und Einkaufsverkehr. Auch Drive-ins und Shopping Centers heizen diesen Zuwachs an. Kantonsplaner Gabathuler ist dennoch optimistisch: Das drittgrösste Shopping Center im Kanton sei der Hauptbahnhof. Die Zukunft heisse also mit dem Zug einkaufen, auch weil an Bahnhöfen andere Öffnungszeiten gelten. Weiter mache der Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) durch gezieltes Marketing den Züchern bewusst, wie gut ihr Kanton über den öffentlichen Verkehr erschlossen sei. Das Luftprogramm 95 des Kantons Zürich geht dieses Jahr in die Vernehmlassung. Es sieht weitere Massnahmen zur Eindämmung des Autoverkehrs vor. Man darf gespannt sein: Noch mehr Eierkochen?

Jan Capol