

Zeitschrift: Bauen + Wohnen = Construction + habitation = Building + home : internationale Zeitschrift

Herausgeber: Bauen + Wohnen

Band: 20 (1966)

Heft: 11: Industrielles Bauen, Vorfabrikation, Montagebau = Construction industrielle, fabrication d'éléments préfabriqués, montage = Industrialized construction, prefabrication assembly construction

Werbung

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

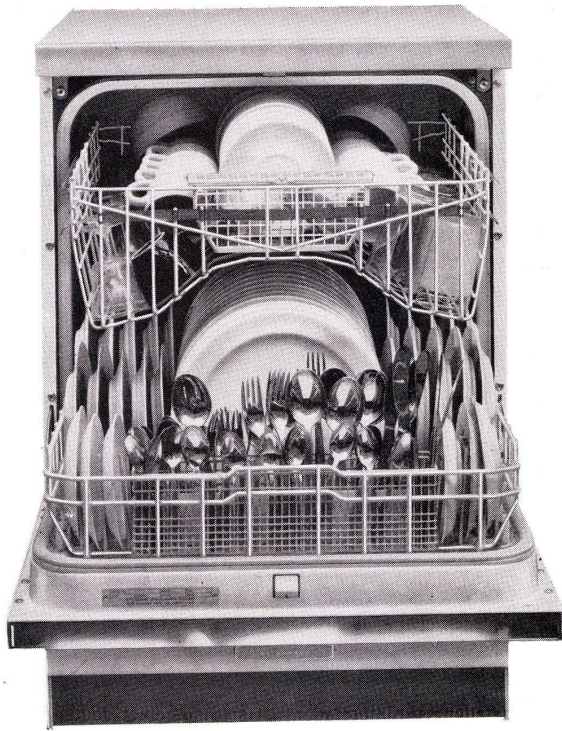
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

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: 02.02.2025

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



Die neueste

Kitchen Aid

eine Geschirrwashmaschine
grosser Klasse

Auswahl an Modellen

Die Kitchen Aid sind lieferbar:

- zum Einbau, auch in Normküchen
- freistehend
- als Kombination
- fahrbar (mit der Möglichkeit des Umbaues auf Einbau- oder freistehende Maschine)

J. Bornstein AG Zürich
Hobart Maschinen

Verkauf und Service
8021 Zürich 4
Zeughausstrasse 3
Telephon (051) 23 37 16

Filialen und
Servicestellen in:

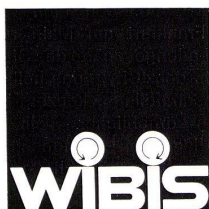
4000 Basel
Dornacherstrasse 109
Telephon (061) 34 88 10

3074 Bern
Thunstrasse 20, Muri
Telephon (031) 52 29 33

9013 St.Gallen
Zürcherstrasse 55
Telephon (071) 27 34 88

6900 Lugano
Via G. Vegezzi
Telefono (091) 2 31 08

1000 Lausanne
Avenue Tivoli 64
Téléphone (021) 25 39 34

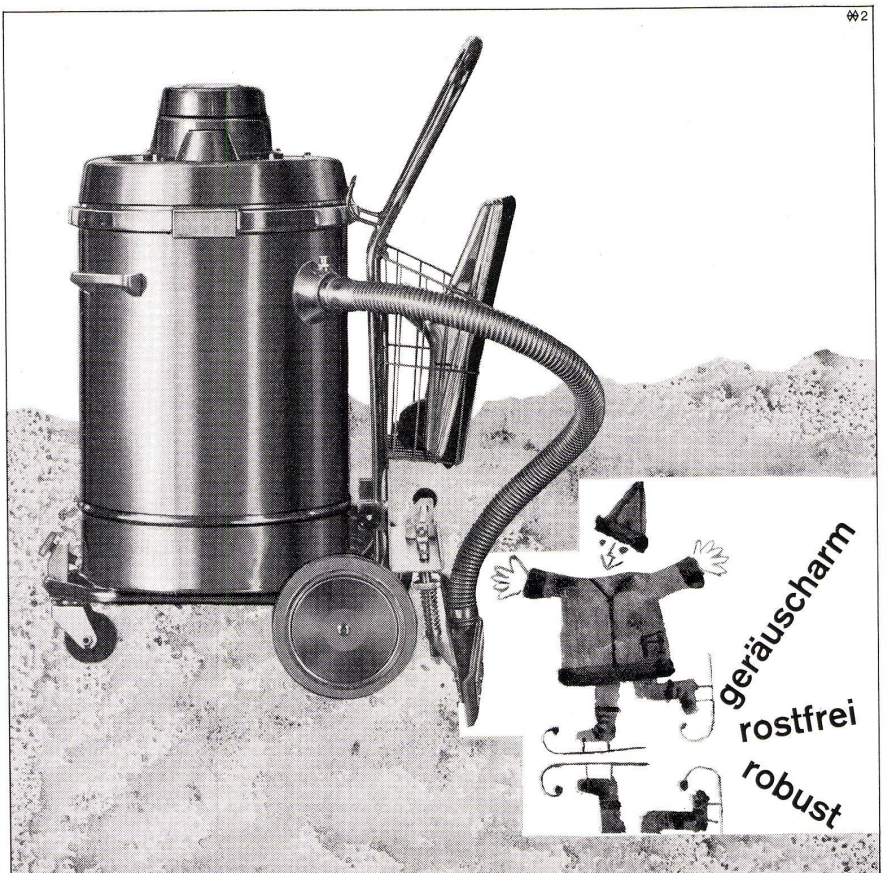
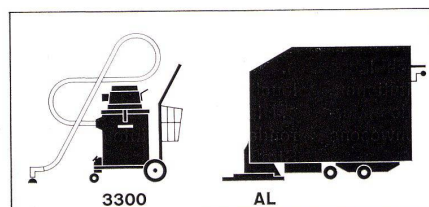
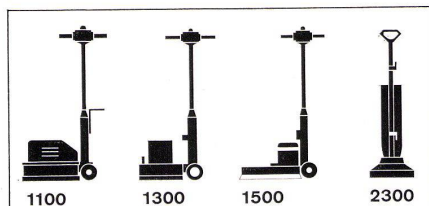


Wibis AG
8910 Affoltern a/A.
Telefon
051 99 63 36/99 51 94
Fabrikation und Verkauf
von Wibis-Bodenpflege-
Maschinen, -Geräten
und -Produkten.

Wibis 3300/3500 Staub- und Wassersauger

Die kombinierten Wibis
Staub- und Wasser-
sauger arbeiten wie
Heinzelmännchen –
rationell und zuverläs-
sig. Für grosse Flächen
lassen sich die starren
Düsen mit einer

Arbeitsbreite von 82 cm
einsetzen.
Wibis 3300/3500 ist
geschaffen für Verwal-
tungen, Krankenhäuser,
Industrien, Schulen.
Nutzinhalt:
3300 = 35 lt, 3500 = 45 lt.



ISAL-Gleitflügel Fenster

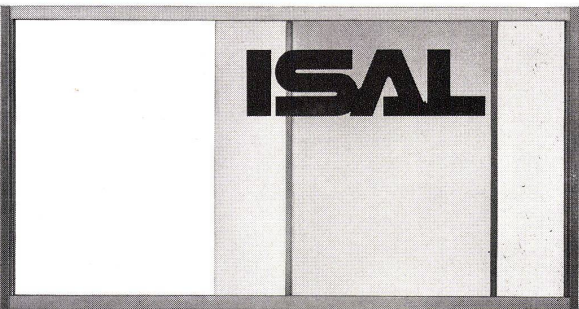
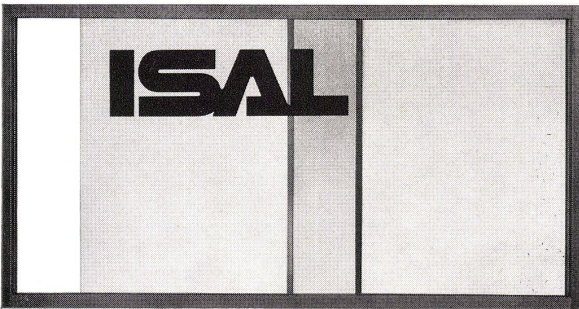
—wirken elegant. Sie weisen keine ins Rahmenlicht springende Flügelprofile auf.

—gleiten geräuschlos. Die Laufrollen sind verdeckt eingebaut.

—sind dicht. Alterungsbeständige „weather seals“ garantieren dafür.

Die Fenster werden in Einfach- und Isolierverglasung hergestellt.

Herstellernachweis:
Hans Schmidlin AG,
4147 Aesch/Basel



2 □

In beiden Fällen (die sich vielfach zusammen vollziehen) bewirkt die Aufhebung der Gruppierung auch eine Beschränkung der allseitigen Organisationen und Funktionen. Ähnliche Beeinträchtigungen von Existenz- und Entwicklungsbedingungen ergeben sich auch aus der Vermischung, der Trennung oder Überwucherung anderer Wirtschaftszweige durch branchenfremde, wesensfremde Betriebsgruppen oder Einrichtungen. In noch deutlicherem Maße können Störungen von Wohnlagen durch äußere Entwicklungen beobachtet werden.

Gesonderte Existenzbedingungen können mithin etwa folgenden Wirtschaftsgruppen zugemessen werden:

1. Industriebauten, kommunalen Versorgungsbetrieben, großen Handwerksbetrieben, Anlagen des Güterumschlags und der Lagerhaltung mit Speditionsbetrieben;
2. Kranken-, Heil- und Pflegeanstalten, Freibädern, Sportarenen, Messe- und Ausstellungsläden;
3. öffentlichen und privaten Verwaltungszentren, Großbanken und Versicherungen, Ausbildungs- und Bildungsanstalten, Kulturstätten, Großhotels;
4. Großhandelsbetrieben, Waren- und Kaufhäusern;
5. Einzelhandelsfachgeschäften;
6. Berufsständen (Fachärzten, Rechtsberufen, Wirtschaftsprüfern, wissenschaftlichen und technischen Beratern usw.);
7. den verschiedenen Qualitäten und gesellschaftlichen Eigenschaften von Wohnquartieren.

Nur ein relativ kleiner Teil der Tätigkeitsgebiete steht in unmittelbarem Zusammenhang mit den Bedürfnissen der Wohnbevölkerung, wobei die Zahl der auf die Bedarfsdeckung der Wohnbevölkerung gerichteten Wirtschafts- und Dienstleistungsbetriebe größer ist als ihre Umsätze im Vergleich zu den «allgemeinwirtschaftlichen» Betrieben: Das heißt, die hauptsächlich der städtischen Wohnbevölkerung dienenden Betriebe sind vergleichsweise klein und in vielen Arbeitsstätten und Berufszweige unterteilt. Sieht man von den kommunalen Versorgungsbetrieben und Verwaltungen (einschließlich Schulen usw.) ab, deren Größe, Lage und Zuordnung zu den Wirtschafts- und Lebensfunktionen der Bevölkerung im allgemeinen bekannt ist, so zählen etwa folgende Tätigkeitsbereiche zur innerstädtischen Versorgungswirtschaft:

- a) Bau- und Ausbaugewerbe, Wohnungswirtschaft;
- b) Einzelhandel mit täglichen Bedarfsgütern und Hausrat;
- c) Handwerke der Wohnungswirtschaft und Hausgeräte, des täglichen (Reparatur-) Bedarfs, des individuellen Transports und Verkehrs (Kraftfahrzeuge, Nachrichtenwesen usw.);
- d) Dienstleistungsbetriebe und Berufsgruppen des Gesundheitswesens, Rechtswesens, der Bildung und Unterhaltung, ferner solcher Art, die zur Aufrechterhaltung regionaler und überregionaler Tätigkeiten am Ort notwendig sind (zum Beispiel wissenschaftliche, technische und kommerzielle Institutionen, staatliche Einrichtungen des Verkehrs- und Nachrichtenwesens usw.);
- e) Teile des Großhandels, des Geldwesens und des Verkehrs.

Ausgesprochen regionalen und überregionalen Charakter haben insbesondere:

- A. Regierungs- und höhere Verwaltungsbehörden;
- B. Hochschulen und Institute, Kulturstätten;
- C. Industrie, Großhandel, Großbanken, Versicherungen;
- D. Waren- und Kaufhäuser, Fachgeschäfte;
- E. Nah- und Fernverkehrsbetriebe, Nachrichtenwesen;
- F. Fremdenverkehrsbetriebe, Kur-, Heil- und Pflegeanstalten, Vergnügungsbetriebe, Messen und Ausstellungen, deren Frequentierung, Umsätze und zum Teil auch personelle Besetzungen meist hauptsächlich auf außerstädtischen Beziehungen fußt.

Zu berücksichtigen ist, daß die städtischen Einkommen höher, die gekauften Qualitäten eventuell besser sind und die Preise daher auch die Umsätze im Stadtgebiet nach oben beeinflussen; ferner hat im Jahre 1954/55 die «Wohlstandswelle» die Landgebiete noch nicht im gleichen Maße erfaßt wie seit 1960. Die sehr viel höheren Umsätze im Stadtgebiet deuten jedoch sehr wahrscheinlich auf zusätzliche Einkäufe der Berufspendler, Einkaufspendler und Besucher beziehungsweise Durchgangsreisenden im Stadtgebiet hin, offenbar auf Kosten der am Wohnort bestehenden Kapazitäten. Analog kann auf ähnliche Einkaufsgewohnheiten auch im Stadtgebiet geschlossen werden, wonach bestimmte Gütergruppen nicht in unmittelbarer Nähe der Wohnung, sondern in leistungsfähigeren Geschäften der Innenstadt eingekauft werden. Hinzu kommt der Umstand des «motorisierten Einkaufs» von Berufstätigen in der Nähe oder auf dem Wege von der Arbeitsstätte, wodurch die früher enge Verbindung zwischen Einzelhandel und Wohnung zunehmend aufgelockert wird.

In Hannover befinden sich rund 44%, in Frankfurt am Main rund 55% aller Ladengeschäfte des Stadtgebietes in der «City», das heißt in der la-Geschäftslage, konzentriert, wobei ein erheblicher Teil der außerhalb liegenden Ladengeschäfte ebenfalls noch im Bereich des Innenkerns der beiden Städte situiert sind. Die Innenstadt Hannovers nimmt eine Fläche von weniger als 350 ha des Stadtgebietes von etwa 5000 ha ein. In Frankfurt gab es 1958 rund 2300 Straßen und Plätze, wovon 257 keine Wohnhäuser und Ladengeschäfte enthielten. Unter die la-Lage fielen insgesamt 75 Straßen und Plätze.

Von der «Gesellschaft für Konsumforschung» wurden folgende Bewertungsmerkmale der Standorte durch Umfragen festgestellt:

la-Lage

1. Ein Geschäft liegt dicht neben dem anderen.
2. Große Geschäftsbeziehungsweise Bürohäuser durchsetzen das Stadtbild; Verkauf in mehreren Stockwerken; große Schaufensterfronten säumen praktisch durchgehend die Straßen.
3. Viel Lichtreklame, helle Beleuchtung.
4. Dichtstehende Warenhäuser, führende Fachgeschäfte dominieren im Straßenbild.
5. Reger Passantenverkehr, «Schaufensterbummel» als «Korso».