Zeitschrift: Plan : Zeitschrift für Planen, Energie, Kommunalwesen und Umwelttechnik = revue suisse d'urbanisme

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung für Landesplanung

Band: 36 (1979)

Heft: 10

Artikel: Parkraum in Innenstädten: Nutzen in Franken eines Parkplatzes

Autor: Vonesch, Kurt

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-782188

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

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

G: Industrieerschliessungsstrasse, mit verbreitertem Trottoir, das die Anlage einer Baumallee ermöglicht.

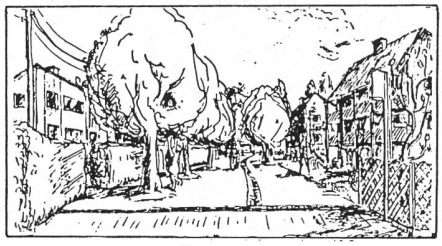
Gestaltungselemente einer Wohnstrasse

Bis hieher haben wir uns vor allem mit den planerischen Vorarbeiten für die Realisierung eines Wohnstrassennetzes beschäftigt. Welche Hilfsmittel stehen uns nun für Detailgestaltung der einzelnen Strassen zur Verfügung?

Bei allen Strassenbauten wurden schon immer verschiedene Elemente verwendet, mit denen bei geeigneter und phantasievoller Anwendung Wohnstrassen gestaltet werden können:

- verschiedene Strassenbeläge
- Beleuchtungskandelaber
- Hydranten
- Bäume und Sträucher
- Brunnen
- Entwässerungsrinnen
- Sitzbänke
- Markierung der Parkfelder
- Garagenvorplätze
- Containerabstellplätze
- Strassenpfosten, Wehrsteine
- Niveauänderungen mit Anrampung

Die folgende Sizze soll zeigen, wie man zum Beispiel den Übergangsbereich in die Wohnstrassen mit diesen traditionellen Hilfsmitteln gestalten kann:



Gestaltung des Übergangsbereiches mit Hilfe von traditionellen Hilfsmitteln.

Die Einfahrt erfolgt wie bei Parzellenanschlüssen über die Trottoiranrampung. Die Wohnstrasse ist mit einem anderen Belag versehen. Zusammen mit der Baumgruppe signalisiert diese Massnahme dem einfahrenden Automobilisten, dass er hier in ein Quartier kommt, in dem er sehr vorsichtig fahren muss. Die Entwässerungsrinne in der Strassenmitte dient ihm als Leitlinie. Wenn er ihr folgt, ist ihm überall die Durchfahrt gewährleistet. (Dies deshalb, weil ja örtliche Einengungen der Fahrspur auf drei Meter möglich sind.)

Ist eine Wohnstrasse teuer?

Sind Wohnstrassen teurer als andere Strassen? Dies ist eine Frage, die nur beantwortet werden kann, wenn man die verschiedenen Aspekte gegeneinander abwägt:

- Gegenüber den traditionellen Erschliessungsstrassen kann auf das Trottoir verzichtet werden. Die dadurch möglichen Einsparungen an Baukosten und Landerwerb betragen rund 300–400 Franken pro Laufmeter Strasse.
- Wohnstrassen können zum Teil schmaler angelegt werden als die bisherigen Normbreiten. Zudem lassen sie sich besser an die speziellen örtlichen Verhältnisse anpassen. Auch dadurch ergeben sich Einsparungen.
- Demgegenüber stehen die Mehrkosten der Wohnstrassengestaltung mit Hilfe von Belagsänderungen, Bäumen usw.

Neben diesen direkt bezifferbaren Kosten ist aber auch der Nutzen einzubeziehen, der für die Quartierbewohner durch die Nutzungsmöglichkeit der Strasse für weitere Bedürfnisse entsteht.

Und wenn es gelingt, durch die verschiedenen Massnahmen die Verkehrssicherheit so zu verbessern, dass nur *ein* Kinderunfall weniger passiert, dass dann (neben dem Leid für die Betroffenen) Spital- und Rentenkosten von einigen hunderttausend Franken nicht anfallen, fällt die Kostenbilanz eindeutig zugunsten der Wohnstrasse aus.

Parkraum in Innenstädten: Nutzen in Franken eines Parkplatzes

Dr. Kurt Vonesch, Wirtschaftsberater, Planer BSP, Bern

Zwei städtische Untersuchungen

Der Verfasser hatte Gelegenheit, in zwei städtischen Ballungsräumen, Zürich und Bern, an der Erarbeitung von Grundlagen zur umfänglicheren Beurteilung des Bedarfs an Parkraum mitzuwirken. Der beraterische Beitrag konzentrierte sich auf den *Einfluss von Detailhandel und Dienstleistungsgewerbe auf privatmotorisierte Fahrten zur Innenstadt.*

Galt das Anliegen des Zürcher Stadtplanungsamtes der Ausformung eines generellen Konzepts der Parkraumplanung im Stadtzentrum, so zielte in Bern das Augenmerk der städtischen Wirtschaftsdirektion auf die Verflechtung zwischen Kernstadt und regionalen Aussengemeinden anhand nachzuweisender Kaufkraftströme. Für beide Problemfälle mussten vorerst Wege der empirischen Durchdringung gefunden werden, was weniger in der Umsetzung als in den gedanklichen Vorkehren aufwendig war. Der Verfasser hat beide Untersuchungen auch bei der praktischen Durchführung in Zusammenarbeit mit den Auftraggebern betreut. Beidenorts wurde mit einfachen Mitteln und bescheidenen Kosten gewirkt.

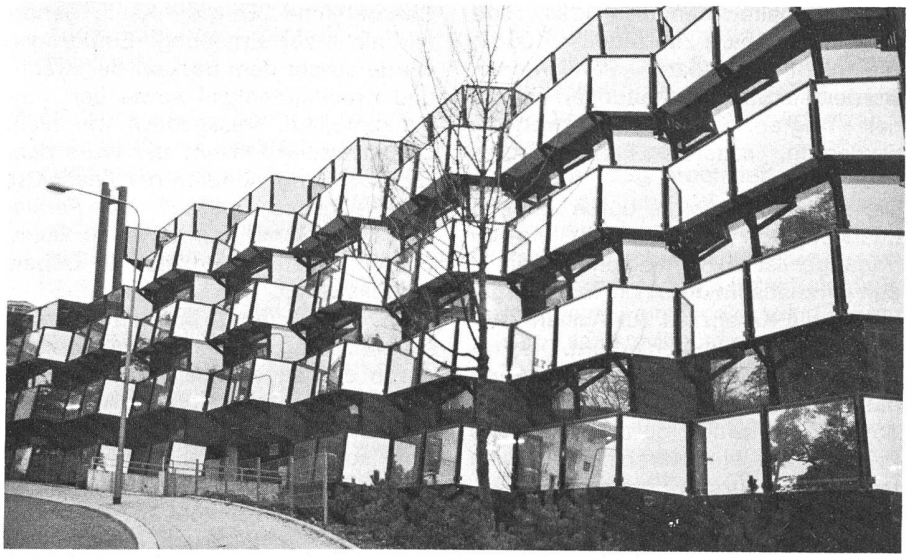
Sind anderer Leute Berge schöner?

Warum die Migration, warum durchwandert man nicht die Nachbarschaft? In 24 Regionsgemeinden ausserhalb Berns hat es eben keine umfänglich pyramidalen Angebotsberge. Wohl besorgen 800 Detailläden auf 85 000 m² Nettoverkaufsfläche mit 43 % einen achtbaren Abstrich an der verfügbaren Kaufkraft ihrer Anwohner. Etwas Geld, um 4 %, bewegt sich nach aussen hin zur Fernzone. Doch gegen 580 Mio. Franken wandern und insbesondere fahren zur Kernstadt. Das sind 53 % «Kaufkraftexport» der dem Detailhandel zugeordneten Mittel privater Haushaltungen. «Bern grüsst die Agglomeration», vor allem grüssen 1940 städti-

sche Detailläden auf 237 000 m² Verkaufsfläche, hierin speziell 800 Läden mit 140 000 m² aus dem zentralen Stadtteil I.
Abseits der Region aus der Fernzone, zusammen auch mit Touristen, ziehen und fahren weitere fast 400 Mio. Franken Richtung Bern. Die Stadtgemeinde, anteilig besonders ihre Innenstadt, erfährt jährlich etwa eine Milliarde Umsatzzustupf von ausserhalb. In Erstaunen setzt, wie der Druck auf Parkraum nicht noch mehr lastet. Immerhin: Bern hat vorbildliche, frühzeitige Parkhausinitiativen unmittelbar am Cityrand getroffen und erwägt inskünftige Verstärkung.

Sortimentsbreite und Sortimentstiefe
Jener Ausschnitt der Nachfrage, auf den ein Angebot abzielt, heisst Zielmarkt. Der Kilbischausteller wählt sich mehrheitlich die Jugend, ebenso reiferen Wuchs in verträumter Stimmung. Der prominente Augenarzt Sehleidende mit ergiebigen Anliegen. Der Postbote sämtliche Anschriften eines genau bestimmten Reviers.
Der Zielmarkt eines Lebensmittelladens im Quartier ist normalerweise die Nachbarschaft. Er pflegt eher *ein breites Sortiment,* ohne beim einzelnen Rayon in die Vertiefung der Vielfalt zu gehen: Kolonialwaren, Frischprodukte, Getränke, Putzartikel, Rauchwaren, etwas Gebrauchsbedarf, zum Beispiel Kerzen. Der Zielmarkt eines Lebensmittelgeschäfts im Kern der Stadt dagegen ist meistens die ganze Stadt und darüber hinaus die Agglomeration. Er bietet *ein tiefes Sortiment:* Spezialitäten aus Spanien oder Ungarn oder Italien, zwanzig Sorten Honig, achtundvierzig Varianten Käse.
Je nachbarlicher ein Laden, desto *breiter* sein Angebotsfächer. Der regionsgemeindliche Drogist führt auch Weine und Spirituosen, Sonnenbrillen, Glückwunschkarten, gelegentlich die Zeitungsablage. Je höher dagegen die zentralörtliche Bedeutung einer Ladenposition, desto gründlicher, *tiefer* seine Spezialisierung im Branchenfach. In extremis ist das innenstädtische Universalwarenhaus eine Häufung von Spezialabteilungen, der perifere Verbrauchermarkt oder das Freiland-Shopping-Center eine Häufung nachbarlicher Offerten eines breiten Branchenspektrums.

Schichten im Portemonnaie
Der differenzierte und weniger differenzierte Käufer sind nun in der Regel nicht verschiedene Menschenexemplare, sondern unterschiedliche



Parkhaus gleich anschliessend an das Hessische Staatstheater in Wiesbaden. Die Glasscheiben werden nicht gereinigt. Die sich bildende «Schmutzpatina» ist Teil der gestalterischen Idee. *(Aufnahme Kurt Vonesch)*

Schichten im Portemonnaie. Je nach Veranlagung, Stimmung, Pegelstand der Finanzen und Bedarf beansprucht der gleiche Käufer hier nur den Preis oder die nachbarliche Dienstbarkeit, dort aber das verbohrte Extra. Jedermann kauft «breit» und «tief» fast gleichzeitig!
Beeindruckend ist allerdings, wie bedeutend das «verbohrte Extra» mit gut 50 % im Konsumbudget der Berner Agglomerationshaushalte wiegt. In der Tat zeigt die detaillierte Feldarbeit, dass beispielsweise ein Regenschirm, ein belletristisches oder wissenschaftliches Buch, eine Angelrute, ein Papierkorb fast nirgends in den 24 Aussengemeinden ausfindig zu machen ist. Für Windelständer, Sonnenhut und Hörgerät haben sich Bébé, Dame, Greis und 150 000 Bewohner von Aussengemeinden in die Stadt zum Einkauf zu begeben, vor allem wo Auswahl, Vergleichbarkeit, Abwägen eine Rolle spielen.
Das Phänomen ist keineswegs typisch bernerisch. Einesteils reisst ein äusserst harter Verdrängungswettbewerb mächtigen Stils zusehends Branchenlücken in Quartiere und Ortschaften. Hier aber wesentlich: Schon seit alters ist die hochspezialisierte, vertiefte Assortierung im weiten Umkreis nur am Ort der dichtesten Zentralität wirtschaftlich tragfähig. Die vormaligen Märkte wichen weitestgehend städtischer Dauerkonzentration im detailgewerblichen Kaufangebot. Sie beansprucht, ziemlich schwer anfechtbar, *die einen 50 Rp. im Franken.* Sie ist, wenn auch keineswegs vorherrschend, am innenstädtischen Fahrzeugverkehr beteiligt und heischt für den ruhenden Verkehr Parkraum, weil Zielfahrten oft der Koordination von Kaufgängen und damit Lasten dienen. *Die zweiten 50 Rp.* des dem Haushaltkonsum verfügbaren Frankens sind (im Beispiel) Mittel der aussengemeindlichen Lokalversorgung. Dieser Frankenteil ist es, welcher in erster Linie durch azentrisch gelegene, grossflächige, mehrere Lokalkaufkerne resorbierende Einkaufsstätten beansprucht wird.

Die Zürcher Parkraumstudie
Gesucht wurde der Kaufkraftnutzen für den Detailhandel eines Parkplatzes in der City von Zürich. Beim Parkplatz, sozusagen am Ort der Tat, kann er mit vernünftigem Aufwand bei hoher Präzision ermittelt werden. Die Erhebung erfolgte nach statistisch bereinigtem Zufallsverfahren als Stichprobenumfrage in einer letzten Oktoberwoche während sechs Tagen zu je acht Stunden, von 9 bis 13 und 14 bis 18 Uhr. Nach Parkierungsfrequenzen ist das in Zürich ein leicht überdurchschnittlicher Jahresmittelmonat. Die Endmonatwoche ist zwar vom Fremdenverkehr befreit, doch als Zahltagszeit etwas überbewertet. In der Errechnung wurde die Überbewertung mit 10 % nach unten korrigiert.
Befragerinnen waren zwölf Polizeihostessen in Zivil. Sechs Befragungsstandorte zu je zehn Parkplätzen wurden gewählt, drei vom Typ Kurzparking (60 Min.) mit *Parkuhren,* drei der Gattung Kurz- bis Mittelparking in *Parkhäusern,* hier unter Ausschluss der Dauermieter. Die Grundgesamtheit betrug 1478 Fragezettel. Davon konnten 184 nicht erfasst werden. Als Zählge-

samtheit galten demnach 1294, rund 1300 auswertbare Zählzettel = 100 %. Die nicht erfassbaren Parkierenden wurden als Stimmenthaltungen behandelt: Wegfahrtsgedränge, Antwortverweigerung, seltende Fremdsprache, Taubstumme.
Die Erhebung erfolgte durch vertiefte Interviews von längerer Dauer. Um Befragungshast zu vermeiden, wurde in den Parkhäusern durch die Erhebungswoche die Karenzzeit zur Ausfahrt auf mindestens 30 Minuten erhöht. Die Fragen wurden vor Einsatz ertestet und das einfache Erhebungsschema (ein A5-Blatt einseitig) durch praktische Prüfung auf ein extremes Minimum reduziert. Dadurch wurde die Zuverlässigkeit der anvisierten Information ganz beträchtlich angehoben. Primäre Auskunftsperson war der Fahrzeugführer bzw. die Fahrzeugführerin. Die Befragung erweiterte sich aber auf die Begleiterumsätze. *Massgeblich war der Totalumsatz pro Fahrzeug unmittelbar vor Verlassen des Parkplatzes.* Die Umsätze der beim Verlassen neu zusteigenden Personen wurden also mitgezählt, eine Kompensation von Ankunftsfahrgästen, die sich beim Verlassen nicht mehr einstellten. Für jedes Fahrzeug, natürlich auch Geschäfts- und Lieferwagen, wurde ein Fragezettel markiert, auszählbar nach Wegfahrt am Morgen und am Nachmittag.

Die als repräsentativ veranschlagten 8 Stunden Tagesbefragung wurde auf 10 Stunden Geschäftsöffnungszeit Detailhandel umgelegt. Anstelle des einmaligen wöchentlichen Abendverkaufs wurde als repräsentativer Umsatzführer der Samstag in die Befragung einbezogen. Die Aufgabe erforderte robuste Natur und umgängliche Entschlossenheit, wozu sich zivil gekleidete Polizeihostessen ideal eigneten. Irgendwelche polizeilichen Fachimpulse, zum Beispiel bei Fehlparkierenden oder widerrechtlich Nachzahlenden, wurden völlig ausgeschaltet. Die Hostessen unterzogen sich einer Vorschulung.

Abgrenzungen des Befragungsinhalts
Der Begriff *Detailhandel* wurde weit interpretiert: all jene Angebote, wozu sich Privatpersonen in Ladengeschäfte begeben. Neben Waren demnach auch Dienste wie Coiffeur, chemische Reinigung, Wäscherei, Schuhreparaturen usw. Banken, Reisebüros, Kinos, Theater, Garagen, Tankstellen, Hotelbeanspruchungen sind natürlich nicht enthalten. Dagegen wurde das Ausmass der *Passantenrestauration* zusätzlich und separat erfasst.

Geschäftliche (En-gros-)Käufe gehörten nicht zur Erhebung. Einbezogen wurde ausser dem Barkauf der Kredit- und Kreditkartenkauf sowie der Kundenkontokauf. *Massgeblich war nicht die physische Präsenz der Ware oder Dienstleistung, sondern der Abschluss des Kaufaktes innerhalb der Parkierungszeit.* Somit wurden auch Heim- und Hauslieferungen, ferner Depots berücksichtigt.
Gute Vorbereitung und zuverlässige Durchführung wurden in der Wirkung durch drei allgemeine Verhalten optimiert: Freundlichkeit der Angesprochenen, ihre Bereitschaft zur Information sowie die Erinnerungsfähigkeit über Frankenbeträge. Abweichungen vom exakten Gesamtbetrag sind unvermeidlich. Der Eindruck entstand, es werde eher auf- als abgerundet.

Erkenntnisse und übertragbare Folgerungen
Mit hoher Warscheinlichkeit sind Grundsätzlichkeiten und Proportionalitäten auf andere innenstädtische Verhältnisse durchaus übertragbar, wenn natürlich auch nicht in den einzelnen Ziffern. Die Aussagen sind hier so gehalten, dass sie nähere örtliche Kenntnisse nicht voraussetzen. Gewählt werden wenige Summeneinblicke aus der Fülle, welche insbesondere jeden einzelnen Standort in den Charakteristiken fixierte. Zwei Sachwendungen: *Belegung* = tatsächliche Parkierungsdauer in Stunden, zum Beispiel pro Tag, *Rotation* = Nutzungsintervall von einer Fahrzeugbeanspruchung zur andern, wobei unerheblich ist, wie lange das Intervall zur Parkierung tatsächlich beansprucht wird.

- 52 % der Zählzettel kauften nichts in Geschäften des Detailhandels (55 % bei Parkuhren, 44 % im Parkhaus).
- Nach dem Hauptgrund des City-Besuchs befragt (nur 1 je Zählzettel), nannten 56 % einen anderen als den Einkauf, nämlich: Geschäftliches 36 % (Parkuhren 40 %, Parkhaus 27 %), Restaurant 4 %, Diverse wie Arzt, Privatbesuch, Bummel, Kurs, Post 16 %. An der Kategorie «Geschäftlich» partizipierten die Vertreterbesuche stark. Offensichtlicher Güterumschlag wurde nur in acht Fällen vermerkt. Besuche des SBB-Bundesbahnhofs ab nahem Parkdeck (347 Parkplätze Gessnerallee) entfielen auf lediglich 3 % der dortigen Zählfälle.
- Parkuhren-Parkplätze wurden kurant durch Nachzahlen strapaziert.
- 26 % der Fahrzeugführer waren Frauen bzw. 74 % Männer. Bei Parkuhren-Standorten sank der Frauenanteil auf 22 %, in Parkhäusern stieg er auf 40 %. Darnach ist der Anteil Frauen im Parkhaus fast doppelt so hoch als bei Parkuhren.
- In der Periode Montag bis Freitag wurden bei den Parkuhren die Hälfte ihrer Umsätze am Nachmittag erzeugt, bei den Parkhäusern 75 %. Indirekt ist dies ein Indiz der relativ ausgeglichenen Ganztagsbelegung bei Parkuhren und der eher schwachen Morgenbelegung in Parkgaragen.
- *Für Parkhäuser gälte, die Belegung zu Flautezeiten, hier durchweg beim Morgenhalbtag, zu erhöhen. Erreicht werden könnte das Ziel über einen günstigeren Flautetarif im Sinne der Erlösmaximierung bei kaum veränderten Kosten!*
- Pro Zählzettel wurde in Parkhäusern nicht nur wesentlich mehr gekauft. Wer ein Parkhaus besucht, neigt auch mehr dazu, als vordergründiges Besuchsziel Einkäufe zu tätigen.
- Von der Gesamtheit der Zählzettel erzeugten Parkuhren-Standorte im Durchschnitt Fr. 55.– Umsatz, jene in Parkhäusern Fr. 105.–. Wenn nur jene kaufaktive Zettel gerechnet werden, die tatsächlich im Detailhandel (ohne Restaurants) kauften, so liegt das Verhältnis Fr. 122.– : Fr. 188.– zum Nachteil der Parkuhren.
- Allerdings ist die mittlere Rotation bei Parkuhren-Standorten 3x höher als in Parkhäusern, das heisst 7,8x statt 2,5x zwischen 9.00 und 19.00 Uhr werktags. Darum buchten die Parkuhren insgesamt den höheren Totalumsatzanteil, wie folgt:
- *Die Hochrechnung der Stichprobe auf einen mutmasslichen Jahresumsatz durch die gesamte Geschäftsöffnungszeit eines Jahres ergibt im Durchschnitt für Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe des Detailhandels (ohne Restaurants) bei den Parkuhren Fr. 115 000, den Parkhäusern Fr. 82 000. Die Parkhausrotation müsste nur wenig ansteigen, um den Jahresumsatz eines Parkuhren-Parkplatzes zu treffen bzw. zu übertreffen.*
- Die Einzelziffern sind sehr unterschiedlich:

Parkuhren

1 Beatenplatz	Fr. 110 000
2 Zähringerplatz	Fr. 75 000
3 Sihlstrasse	Fr. 158 000

Parkhäuser

4 Hohe Promenade	Fr. 35 000
5 Urania	Fr. 120 000
6 Gessner-Allee	Fr. 91 000

Eine sehr entscheidende Erkenntnis: Die relative Nähe zum detailgewerblichen Geschehen bestimmt den Kaufkraftnutzen. Je näher der Standort beim City-Detailhandel, um so grösser der Parkingumsatz. Beispielsweise wird das verhältnismässig abseitige Parkhaus Hohe Promenade (408 PP ohne Dauermieter) auch nach vielen Jahren des Bestehens vom Innenstadtkäufer noch nicht akzeptiert. *Psychologisch zumutbare Fusswegdistanzen müssen bei der Planung von Parkhäusern sehr ernsthaft in die Beurteilung einbezogen werden.*

Das Parkhaus Urania steht zunächst dem ladengeschäftlichen Zentrum, kennzeichnet sich aber für Erstbesucher und bis sich die orientierte Routine einstellt, durch erschwerte Auffindbarkeit. Die Umsatzziffer als Mass der Nutzungsgewichtung lässt erkennen, wie dieser Mangel durch die hohe Zentralität überspielt wird.

- *Die abgeleitete These der Nähe zur geschäftlichen Zentralzone steht nicht im Widerspruch zur auch vom Detailhandel erwünschten Fussgängerfreundlichkeit in verkehrsarmen Herzbereichen des Einkaufs.* Doch ist erkennbar, dass nicht alle Parkhäuser an den Rand der Stadtgemeinde gestellt werden können.
- 6 Zählzettel (unter ½ %) brachten 14 % des registrierten Wochenumsatzes, nämlich Beträge über Fr. 1000.–: eine Uhr, Pelzwaren, Kleider und in einem Fall Fr. 3000.– Briefmarken eines privaten Sammlers. An sich überrascht, dass von 1294 auswertbaren Vorfällen des privatmotorisierten Einkaufs nur 6 im Total über Fr. 1000.– lagen.
- Anderseits zeigt die Unterlage, wie gerade wenige hochwertige Käufe den Durchschnitt der Verausgabung statistisch anzuheben vermögen.
- 6 % der Zählzettel produzieren 55 % des Wochenumsatzes in Beträgen ab Fr. 251.– je Vorfall. 94 % der Zählzettel brachten 45 % des Wochenumsatzes in Beträgen von 0 bis Fr. 250.–.
- Der Samstag produzierte 15 % der Zählzettel und 25 % der totalen Wochenumsätze. Am Samstag ist der Durchschnittskauf erwartungsgemäss höher. Männliche Galanterie löst beim Familieneinkauf die Frau samstags am Steuer ab. In Parkhäusern «herrscht» der Mann zu 83 %, und auch an den umkämpften Parkingmetern getraut sich die Frau – wie wochentags – nur zu 20 % der Beanspruchung vor.
- Parkhäuser buchten die doppelte Einzelkonsumation je Zählzettel dank der verzögerten Rotation: Fr. 7.– gegenüber Fr. 3.10 bei Parkuhren. Da die Erhebung Hauptspeisezeiten nicht betont erfasst, sind die tatsächlichen Mittelwerte der Passantenrestauration unbekannt höher.

Der Verkehrsrichtplan als Voraussetzung für die Verkehrsberuhigung in Quartieren und gestalterische Massnahmen im öffentlichen Raum.

Interlaken soll wohnlicher werden

Von M. Wehrlin, Flamatt

1. Auf die Besonderheiten der Gemeinde zugeschnitten

Dieser Bericht ist keine planungstheoretische Abhandlung, sondern stellt einige Ergebnisse eines inzwischen abgeschlossenen, durch Behörden, Fachkommissionen und Betroffene wesentlich beeinflussten Planungsprozesses vor. Dementsprechend können keine allgemein verwendbaren Rezepte erwartet werden. Die grundlegenden Entscheide wurden zwischen 1975 und 1977, also vor der Wohnstrassendiskussion in der Schweiz, gefällt; vergleichbare inländische Modelle waren nicht bekannt. Man hat ganz einfach das unternommen, was aufgrund der angetroffenen Probleme nötig schien.

2. Die Verkehrsplanung hat sich den Zielen der Ortsplanung unterzuordnen

Der Gemeinde Interlaken, Zentrum einer Region von 40 000 Einwohnern, wirtschaftlicher und kultureller Schwerpunkt einer Agglomeration von rund 15 000 Einwohnern, sind enge politische, topographische und landschaftliche Grenzen gesetzt. Die sehr beschränkten, für zusätzliche Überbauungen geeigneten Flächen schlossen wachstumsorientierte Ziele für die Ortsplanung aus. Die offensichtliche Diskrepanz zwischen dem in der touristischen Werbung verbreiteten, vom Ruhm früherer Tage zehrenden Image und den tatsächlichen Verhältnissen der siebziger Jahre fand denn auch ihren Ausdruck in kritischen Äusserungen bei Gästebefragungen, in Vorstössen lokaler Interessengruppen sowie in der allgemeinen Diskussion. Dementsprechend fiel es den Gemeindebehörden leicht, der Ortsplanung vorwiegend qualitative Ziele zugrunde zu legen:

- Förderung Interlakens als Regionalzentrum, Aufwertung der Dienstleistungen, insbesondere des Detailhandels.
- Verbesserung der räumlichen Umweltbedingungen im ganzen Siedlungsgebiet, Erhaltung intakter Natur- und Erholungsräume an Thuner- und Brienzersee sowie entlang der Aare.
- Die Massnahmen der Ortsplanung sollen auf die politischen und finanziellen Möglichkeiten der Gemeinde ausgerichtet werden.

Das heterogene Siedlungsmuster drängte ein Planungsvorgehen auf, das wohl gewisse Gegenstände, wie touristische Fragen, die Verteilung öffentlicher Bauten und Anlagen und die Bestimmung des übergeordneten Verkehrsnetzes aus einer Gesamtschau regelt, anderseits aber im wesentlichen aus der Sicht des einzelnen Quartiers, der einzelnen Strasse oder eines Häuserblocks operiert. Der Schwerpunkt der planerischen Bemühungen lag nicht bei der Aufstellung irgendwelcher ausgefeilter «Gesamtkonzepte». Vielmehr wurden die zu lösenden Probleme vom Standpunkt der einzelnen Benutzer der Stadt aus angegangen. Als Ergebnis der Ortsplanung liegt unter anderem ein umfangreicher Katalog raumbezogener Vorschläge vor. Diese sollen durch Planungs- und Investitionsmassnahmen bzw. durch Einfluss