

FORTSETZUNG VON SEITE 45

den unbewaffneten Teenager Michael Brown erschossen hatte, einer Anklage entging und gewaltsame Proteste drohtenS
 > Bundespräsident Didier Burkhalter zum Vormarsch des IS D
 > Kubrat Pulev, nachdem er im WM-Boxkampf gegen Wladimir Klitschko in der 5. Runde k. o. gegangen und wieder aufgewacht war R

8. «Mein Herz ist völlig gebrochen»

> Markus Lanz nach der allerletzten Sendung «Wetten, dass...?» L
 > Susan Schneider in einer Erklärung, kurz nachdem sich ihr Ehemann und Hollywoodstar Robin Williams das Leben genommen hatte T
 > Malaysias Regierungschef Najib Razak über das spurlose Verschwinden des Malaysian-Airlines-Flugzeugs MH370 E

9. «Ein Bart alleine reicht nicht»

> Toni Brunner im Vorfeld der Masseneinwanderungsinitiative über die Gründe, jemanden nicht einwandern zu lassen K
 > Travestiekünstler Thomas Neuwirth, der als Lady mit Bart und der Ballade «Rise Like A Phoenix» den Eurovision Song Contest für Österreich gewinnen konnte R
 > Schweizer Hockeytrainer Sean Simpson, nachdem seine bärtige Mannschaft im Achtelfinal der Olympischen Spiele in Sotschi gegen Lettland verloren hatte B

10. «Das ist eine lachhafte Sache, nicht für mich, sondern für das Land»

> Silvio Berlusconi vor Antritt seines Sozialdienstes in einem Seniorenheim, den er statt einer Haftstrafe ableisten darf E
 > Angela Merkel, nachdem bekannt geworden war, dass auch ihr Handy von der NSA abgehört wurde A
 > Der brasilianische Torhüter Julio César, nachdem Brasilien im Weltmeisterschafts-Halbfinal gegen Deutschland mit 1:7 eine historische Niederlage erlitten hatte U

11. «In Zukunft werden wir unsere Kontrolle für diese Produkte drastisch verschärfen»

> Migros-Sprecher Luzi Weber, nachdem eine Migros-Tochter Kaffeeähmli mit Motiven von Adolf Hitler und Benito Mussolini an mehrere Gastrobetriebe in der Deutschschweiz geliefert hatte S
 > Der Bündner Fleischhändler Carna Grischa, nachdem skandalöse Falschdeklarationen bekannt geworden waren V
 > Die Nasa, kurz nachdem der Raumfrachter Cygnus beim Start vom Welt-raumbahnhof Wallops in Virginia explodiert war W

12. «Wir brauchen alle einen langen Atem»

> Das Kunstmuseum Bern in einer Erklärung, dass es das umstrittene Erbe des verstorbenen Kunstsammlers Cornelius Gurlitt annehmen und sich aktiv an der Erforschung der Herkunft der Bilder beteiligen werde N
 > Der Arzt Michael Petermeyer ganz zu Beginn der Rettungsaktion für den Forscher Johann Westhauser, der in der Riesending-Höhle verunfallt war S
 > George Clooney, der sich nach unzähligen Kurzbeziehungen mit 53 Jahren schliesslich doch noch entschied zu heiraten P

■ SIMON LIBSIG



Geschichtenerzähler und Slam-Poet Simon Libsig (37) hat dieses Quiz entworfen. Der Badener studierte Politikwissenschaften und arbeitete für das Schweizer Radio. Heute ist er als Wortakrobat und Bühnenpoet unterwegs. Er gewann 2009 den Swiss Comedy Award.

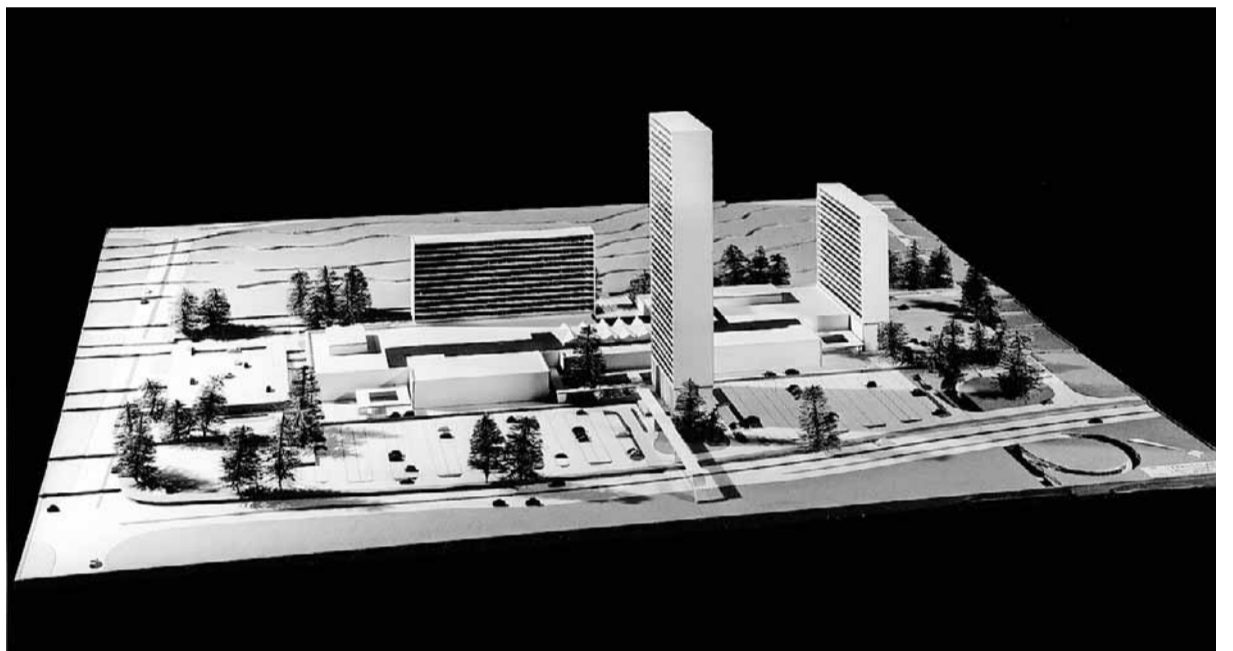


Das Northland Center in Detroit öffnete vor 60 Jahren als erstes Einkaufszentrum der Welt die Tore.

FLICKR

Walter Hunzikers Entwurf für das Einkaufszentrum Spreitenbach von 1965. Nach dieser Studie, nur formal wesentlich uneleganter, wurde es auch realisiert.

HO



Tempelbezirk der Konsumgesellschaft

Wie die Shoppingcenter in die Schweiz kamen: Ein neues Buch erzählt ein Stück Kulturgeschichte

Die Einkaufszentren verbuchen in der Adventszeit traumhafte Umsätze. Das älteste seiner Art ist das Shoppi Tivoli in Spreitenbach. Seine Entstehung zeigt, wie die Schweiz der 70er-Jahre tickte.

VON FABIAN FURTER

Der 85-jährige Zürcher Architekt Walter Hunziker erinnert sich lebhaft an das Jahr 1961: «Ich weilte auf Besuch in der Schweiz, als mich mein Vater auf ein Inserat des Denner-Patrons Karl Scheri aufmerksam machte. Darin wurde ein Architekt mit Amerika-Erfahrung gesucht. Davon fühlte ich mich angesprochen.» Hunziker studierte in den 1950er-Jahren in Atlanta Architektur und Städtebau und machte dort in den Wirtschaftswunderjahren nach dem Zweiten Weltkrieg schnell Karriere als Stadtplaner.

Der Besuch bei den Eltern und das besagte Inserat änderten Hunzikers Lebensrichtung. Der Detailhandelsplaner Scheri wollte in Spreitenbach das erste

Shoppingcenter der Schweiz realisieren. In Hunziker fand er den Planer dafür. Hunziker kehrte nach Zürich zurück und hatte bald alle Hände voll zu tun. Seine Entwürfe waren klar gegliedert in elegante Scheibenhochhäuser als Landmarken und niedrige Volumina, denen er die Funktion der Shoppingmall zuwies. Hunzikers Arbeiten waren schnell im Gespräch, und bald plante er Einkaufszentren und ganze Ortszentren in Wallisellen, Regensdorf, Schönbühl bei Luzern oder Wettingen. Für die Ausführung der Projekte kamen dann andere Büros zum Zug. Bedauerlicherweise, muss man sagen, wenn man die Entwürfe Hunzikers mit den realisierten Bauten vergleicht. Hunziker ist selbst in Fachkreisen heute kaum bekannt. Seinen Namen sucht man im Architektenlexikon vergebens, obwohl er planerische Pionierleistungen vollbrachte und den Prototyp des helvetischen Einkaufszentrums schuf.

Warum Spreitenbach?

Karl Scheri war ein schlauer Taktiker. Anfang der 1960er-Jahre wurde über verschiedene Shoppingcenter-Projekte im Schweizer Mittelland diskutiert, teilweise liefen schon die Planungen. Allen voran in Wallisellen, wo das Glatt-Zentrum

entstehen sollte. Ein Wettlauf begann, den Scheri für sich entschied. Bewusst wählte er die Aargauer Gemeinde Spreitenbach als Standort für sein Projekt, weil er hier bei den kommunalen und kantonalen Behörden weniger Widerstand gegen das Bauvorhaben und gegen den geplanten Abendverkauf erwartete. Ein ebenso wichtiges Argument für Spreitenbach war die gute Verkehrsanbindung mit dem Autobahnanschluss. Dieser war mit der Eröffnung des Teilstücks der A 1 zwischen Zürich und Neuenhof im Oktober 1971 gewährleistet.

Ein Paradies

Das Shoppi wurde seit Herbst 1969 in ganzseitigen Zeitungsinserten angekündigt. «Wir bauen ein Paradies», hiess es darin in fetten Buchstaben. Als es am 12. März 1970 seine Türen öffnete, rückte ins allgemeine Bewusstsein, was in unserem Land auf dem Höhepunkt der Nachkriegskonjunktur die Attribute eines Paradieses waren: 1550 Gratisparkplätze, eine vollklimatisierte Ladenstrasse mit 50 Geschäften, 7 Restaurants, 8 Kegelbahnen, 1 Hallenbad, 1 ökumenischer Andachtsraum.

Spreitenbach war ein Riesenerfolg, und es sollte nicht lange dauern, bis ent-

lang der im Werden begriffenen Autobahnen eine ganze Reihe solcher Konsumtempel aus dem Boden schossen. Mit den beiden Giganten «Glatt» in Wallisellen und «Tivoli» in Spreitenbach endete 1975 der Eröffnungsreigen. Die Wohlstandsgesellschaft hatte gefunden, wie und wo sie einkaufen wollte.

Die Luftaufnahme von Spreitenbach im Frühjahr 1970 zeigt sinnbildlich, dass die Einkaufszentren nicht nur Konsumgeschichte abbilden, sondern auch die Geschichte von Raum und Verkehr, von Architektur und Gesellschaft und nicht zuletzt von den Standortgemeinden selbst: Wie ein Ufo landete das Shoppi neben dem noch weitgehend intakten Bauerdorf und übte den Massstabsprung.

Bedingungen zum Erfolg

Damit das Einkaufszentrum als Konzept erfolgreich sein konnte, musste sich zuerst die Wohlstands- und Konsumgesellschaft etablieren. Die sichtbarste Erscheinung jener Epoche war die Massenmotorisierung und damit einhergehend die verstärkte Agglomerationsbildung. Ebenfalls ein wesentlicher Aspekt war die Selbstbedienung als Verkaufskonzept. 1948 eröffnete die



Luftaufnahme von Spreitenbach im Frühling 1970 kurz nach der Tivoli-Eröffnung. HO



Einkaufen im Zentrum Regensdorf um 1974. Shopping wurde zur Freizeitbeschäftigung für die Konsumgesellschaft. HO



Gehört zur zweiten Welle der Shoppingcenter: Das 2007 eröffnete Einkaufszentrum Sihlcity in Zürich. HO

Migros in Zürich den ersten Selbstbedienungsladen und löste damit eine Revolution im Schweizer Detailhandel aus. Binnen kürzester Zeit zogen die Konkurrenten nach, und die neue Verkaufsmethode löste den bedienten «Tante-Emma-Laden» ab. Dabei gab sich Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler noch ganz vorsichtig: Man rechne nicht damit, dass dieses amerikanische Konzept bei uns überhandnehmen werde.

Neu am Selbstbedienungsladen war nicht nur die Tatsache, dass ein Teil der Arbeit auf die Konsumenten abgewälzt wurde, mit der Massenpräsentation der Waren kamen dem Produktdesign und der Werbegrafik wesentlich mehr Bedeutung zu. Einkaufen wurde bunter und vielfältiger und für viele zu einem Vergnügen. Aus einer Bedürfnisbefriedigung wurde eine Freizeitbeschäftigung, aus Einkaufen wurde Shopping.

Eine Idee aus den USA

Wie viele kulturelle Errungenschaften des 20. Jahrhunderts war auch das Shoppingcenter eine amerikanische Idee. Sein geistiger Vater war allerdings ein Österreicher. Der Wiener Architekt Victor Grünbaum flüchtete als Jude

1938 vor den Nazis nach New York und machte sich dort schnell einen Namen als Gestalter moderner Ladeneinrichtungen. Gruen, wie er sich fortan nannte, war schockiert von der Tristesse der wuchernden amerikanischen Vorstädte und den negativen Auswirkungen der Massenmotorisierung. Zusammen mit seiner Frau Elsie Krummeck lancierte er schon in den 1940er-Jahren die Idee einer «Shopping Town». Sie sollte den sozial und kulturell verahrten Vorstadtmenschen nicht nur ein Ort des Konsums, sondern auch der Begegnung, des Austauschs und der Kultur sein. Nicht-kommerzielle Angebote wie Kindergärten, Kleintierzoo, Poststellen, Veranstaltungsräume oder bildende Kunst waren zwingende Bestandteile von Gruens Idee. 1954, vor genau 60 Jahren, schaffte er mit der Eröffnung des Northland Center in Detroit den Durchbruch.

Der Gruen-Effekt

Gruens Konzept sah eine klare Trennung der Funktionen vor. Zwar sollten alle Konsumentinnen und Konsumenten mit dem eigenen Auto in die «Shopping Town» gelangen, aber deren Kern, die gedeckte Ladenstrasse, blieb dem

Fussverkehr vorbehalten. Die Mall versammelte verschiedene eigenständige Verkaufsgeschäfte unter einem Dach. Eine grosse Marke diente als Ankermieter und liess die kleinen Läden von ihrer Anziehungskraft auf die Konsumenten profitieren. Die klimatisierte Gemütlichkeit in der Mall mit Springbrunnen, Pflanzentrogen und einer ausgewählten Farbgestaltung verleitete die Menschen zum Flanieren und Shoppen, auch wenn sie dies gar nicht vorhaben. Bald erhielt dieses Phänomen den Namen «Gruen-Effekt». Genauso funktionieren Einkaufszentren bis heute.

Kritik

Aus der multifunktionalen «Shopping Town» war schnell ein reiner Konsumtempel geworden. Was keinen Gewinn abwarf, wurde von den Investoren weggelassen. Gruen distanzierte sich bald von seinem «Kind». Er kehrte nach Wien zurück und liess verlauten, er lehne die «Vaterschaft für diese Bastarde ab». Doch es gab längst unzählige Nachahmer auf der ganzen Welt, die in seine Fussstapfen getreten waren und immer grössere Zentren bauten.

Harsche Kritik ernteten aus gewis-

sen Kreisen auch die Schweizer Einkaufszentren. Für eine Allianz aus lokalen Gewerbetreibenden, Raumplanern und Konsumkritikern wurde insbesondere Spreitenbach zum Fanal stigmatisiert. Anstatt Hausaufgaben zu machen, würden sich die Jugendlichen von der Konsumwelt anziehen lassen wie Motten vom Licht, um im Shoppi untätig herumzusitzen oder gar auf Diebestour zu gehen, schrieb etwa die NZZ über die «halbwüchsige Stadt».

Was bringt die Zukunft?

In der Schweiz machte sich nach der Euphorie der Anfangsjahre bald eine gewisse Sättigung bemerkbar. Im Zug des Ölschocks von 1973 offenbarte die erste grosse Wirtschaftskrise seit dem Zweiten Weltkrieg, dass die hiesigen Einkaufszentren ein gutes Stück auf Vorrat gebaut worden waren. Für eine 10-Millionen-Einwohner-Schweiz nämlich, die damals auf das neue Jahrtausend hin prognostiziert wurde. So erging es den Einkaufszentren wie den Hochhäusern: Seit Ende der 1970er-Jahre wurden kaum mehr welche gebaut. Doch in den Nullerjahren wurden beide Bauaufgaben wieder ins städtebauliche Repertoire aufgenommen. Es ent-

standen wieder grosse Einkaufszentren wie das Sihlcity in Zürich, das Westside in Bern oder das Stüchi in Basel.

Heute verbuchen die Schweizer Einkaufszentren 17 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes. Doch es macht sich eine zunehmende Konkurrenz bemerkbar. Die bestehenden Einrichtungen begegnen diesem Umstand mit Vorwärtsstrategien: Immer grösser, immer glamouröser gebärden sich die Zentren und erneuern ihr Antlitz alle paar Jahre. Der wachsende Marktanteil des Onlineshoppings leistet bei diesem Verdrängungswettbewerb einen wesentlichen Beitrag. Was das Onlineshopping aber nie wird bieten können, ist diese eigenwillige Atmosphäre zwischen Hektik und Gemütlichkeit, wie sie nur Einkaufszentren bieten und die man liebt oder hasst.



Zwischen Konsumtempel und Dorfplatz. Eine Geschichte des Einkaufszentrums in der Schweiz. Fabian Furter und Patrick Schoeck-Ritschard, 2014 Verlag Hier und Jetzt, Baden