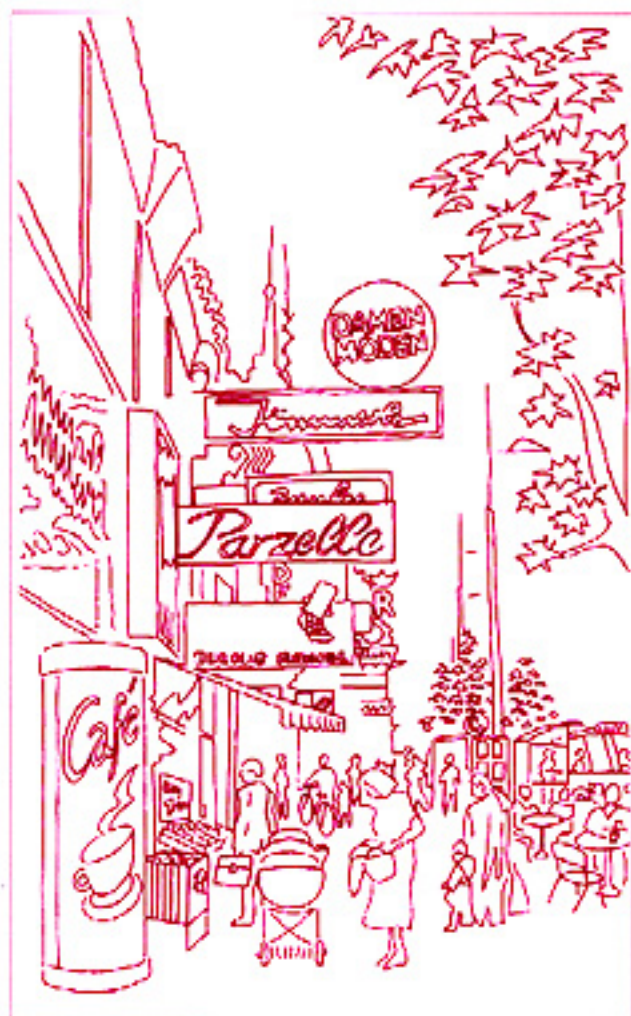


Bevásárlóközlekedés

— A helyi ellátást javítsuk vagy újabb bevásárlóközpontok épüljenek?



MAGYAR KÖZLEKEDÉSI KLUB

Ez a dokumentum a Levegő Munkacsoport Zöld könyvtárából származik. A szerzői és egyéb jogok a dokumentum szerzőjét/tulajdonosát illetik. Ha a szerző vagy tulajdonos külön is rendelkezik a szövegben a terjesztési és felhasználási jogokról, akkor az ő megkötései felülbírálják az alábbi megjegyzéseket. Ugyancsak ő a felelős azért, hogy ennek a dokumentumnak elektronikus formában való terjesztése nem sérti mások szerzői jogait.

Ez a dokumentum elektronikus formában szabadon másolható, terjeszthető, de csak saját célokra, nem-kereskedelmi jellegű alkalmazásokhoz, változtatások nélkül és a forrásra való megfelelő hivatkozással használható. Minden más terjesztési és felhasználási forma esetében a szerző/tulajdonos engedélyét kell kérni. Ennek a copyright szövegnek a dokumentumban mindig benne kell maradnia.

Bevásárlóközlekedés — A helyi ellátást javítsuk vagy újabb bevásárlóközpontok épüljenek?

Írták:

Wolfgang Rauh

Leopold Achathaller

Heinz Klewe

Roman Riedel

Rudolf Schnicker

Anja Simma

Franz Skala

Szerkesztette:

Willi Nowak

A mű eredeti címe:

Einkaufsverkehr — Nachversorgung versus Einkaufszentren

Wissenschaft & Verkehr 2/1996

Wien, 1996

Verkehrsclub Österreich (VCÖ, Osztrák Közlekedési Klub)

Dingelstedtgasse 15

1150 Wien

Telefon: (0222) 893 26 97

Fax: (0222) 893 24 31

Németből fordította: Beliczay Erzsébet

Felelős kiadó: Lukács András

Technikai szerkesztő: Susánszky Ferenc

ISBN 963

Magyar fordítás: ©Magyar Közlekedési Klub, 1997



MAGYAR KÖZLEKEDÉSI KLUB

2041 Budaörs, Pf. 102

Telefon: 206-5576, 206-5598, 206-5599, 140-6097

Fax: 165-0438

Drótposta: mkk@levego.zpok.hu

Tartalom

Előszó az osztrák kiadáshoz	5	Az Osztrák Közlekedési Klub köszönetét fejezi ki mindazoknak az intézményeknek, amelyek e kiadvány megjelenését anyagiilag támogatták:
Bevásárlás	7	A Környezet, Ifjúság és Család Minisztériumának
Mindennapi bevásárlásaink	7	Az Állami Gazdasági és Közlekedési Minisztériumnak
Mi motiválja a vevőt az üzlet kiválasztásánál?	9	A Belügyminisztériumnak
A kereskedelem szerkezete	11	A következő tartományoknak:
A vásárláshoz használt közlekedési eszközök	12	Alsó-Ausztria,
Hogyan jut el a vevő az üzletbe?	12	Felső-Ausztria,
Ki a legjobb vevő?	15	Salzburg,
A helyi ellátás jelentősége	16	Steiermark,
Az élelmiszer-kereskedelem fejlődése	16	Tirol,
Amiért a helyi ellátás veszélybe került	17	Vorarlberg,
Bevásárlóközpontok	18	Bécs
A településen belüli bevásárlóközpontok	20	Városközösségeknek:
A helyi ellátás megőrzése	23	Bregenz,
Tervezés, irányítás (menedzsment), piacbiztosítás (marketing)	21	Bruck/Mur,
A helyi vegyesbolt	23	Graz,
A helyi ellátás biztosítására teendő intézkedések	26	Leoben,
Mozgó boltok	26	Spittal/Drau,
Kézbesítő szolgálat — házhoz szállítás	28	St. Veit/Glan,
Vásárlóközpontok közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás	31	Piacközösségeknek:
A forgalomfeltárással szembeni követelmények	31	Bischofshofen,
Amire a településközpontok forgalomfeltárásánál törekedjünk	38	Frohnleiten,
Gyalogosövezetek	39	Götzis,
Időszakos gyalogosövezetek	41	Perchtoldsdorf
Forgalomcsillapítás	42	Médiatulajdonos és kiadó:
Járdák	43	
Tervezés — kialakítás	45	
Falusi és városi településgazdálkodás	49	
Tudatformálás és településmarketing a községekben	49	
Példa: „A helyi ellátásért” mozgalom	51	
Ötletek a városmarketinghez	53	
Egyenlő esélyt a helyi ellátóknak és a bevásárlóközpontoknak	55	
Egyenlőtlen versenyfeltételek	55	
Területrendezés	57	
Függelék:	61	
Források, irodalom- és képijegyzék	61	
VCÖ „Tudomány és Közlekedés” kiadványai	64	
Összefoglaló	65	



MAGYAR KÖZLEKEDÉSI KLUB

AZ ÉSSZERÛEN KÖZLEKEDŐK KLUBJA

A Magyar Közlekedési Klubot a Levegő Munkacsoport tagjai hozták létre 1991-ben. Az **MKK célja** a közlekedés ésszerűsítésének elősegítése, hozzájárulás egy olyan közlekedéspolitika kidolgozásához és megvalósításához, amely

- a lehető legkisebbre csökkenti a környezetre és a természetre gyakorolt káros hatásokat, az energiafogyasztást, a területfelhasználást, valamint a gazdasági és társadalmi költségeket;
- a lehető legnagyobb biztonságot teremti meg mind a közlekedők, mind pedig a társadalom egésze részére,
- biztosítja a lehető legkevesebb akadályba ütköző mozgékonytságot és elérhetőséget, amely a társadalom és a gazdaság hosszú távú fejlődéséhez szükséges.

A fenti célok elérése érdekében **az MKK feladata**, hogy elősegítse és támogassa

- a gyalogos közlekedés számára — különös tekintettel a gyermekekre — biztonságos, egészséges és kellemes körülmények megteremtését;
- a kerékpáros közlekedés széles körű elterjesztését;
- a tömegközlekedés korszerűsítését, fejlesztését;
- a vasúti közlekedés fejlesztését, a közúti közlekedéshez viszonyított részarányának növelését;
- a társadalmi-gazdasági fejlődéshez feltétlenül szükséges közúti gépjárműforgalom feltételeinek javítását;
- közlekedés által okozott környezetszennyezés csökkentését olyan szintre, amely összhangban van a természet (beleértve az emberi szervezetet is) teherbíróképességével;
- a „Szennyező, fizess!” alapelvnek a közlekedésben történő érvényesítését;
- a lehető leg gazdaságosabb közlekedési megoldásokat;
- a környezetbarát gépjármű-műszaki megoldásokat;
- a közlekedésbiztonság hathatós növelését;
- a gépjárműforgalom csökkentéséhez vezető településpolitika kidolgozását és megvalósítását;
- olyan műszaki és egyéb jellegű fejlesztéseket (például a távközlés fejlesztése), amelyek hozzájárulhatnak ahhoz, hogy egyes tevékenységek a gépjármű-közlekedés kisebb igénybevételével hatékonyabban legyenek elvégezhetők;
- a mozgássérültek közlekedési gondjainak enyhítését;
- a lakossági részvétel lehetőségeinek bővítését a közlekedéssel kapcsolatos döntéseknél;
- a fenti feladatokhoz kapcsolódóan a lakosság széles körű tájékoztatását, beleértve a szervezett oktatás (például iskolák)

keretében végzett felvilágosító munkát;

- a hasonló célú hazai és külföldi mozgalmakkal való kapcsolatok kiépítését és fejlesztését.

Az MKK tagja a brüsszeli székhelyű Európai Közlekedési és Környezetvédelmi Szövetségnek (T&E).

A **Levegő** című havilap rendszeres tájékoztatást ad az MKK tevékenységéről, valamint a közlekedéssel összefüggő környezetvédelmi és egyéb kérdésekről. Az MKK tagjai a lapot díjmentesen megkapják.

**Lépjen be Ön is
a Magyar Közlekedési Klubba!**

**Tagdíj: évi 900 Ft,
diákoknak és nyugdíjasoknak
évi 450 Ft.**

**Jogi tagok tagsági díja:
külön megállapodás szerint.**

**ÉSSZEL JÁRJ,
TOVÁBB ÉLSZ!**

2041 Budaörs, Pf. 102

Telefon: 206-5576, 206-5598, 206-5599, 140-6097

Fax: 165-0438

Drótposta: mkk@levegő.zpok.hu

Előszó a magyar kiadáshoz

Tisztelt Olvasó!

A rendszerváltás következtében jelentősen felgyorsult az ország gazdasági-társadalmi átalakulása. Rengeteg olyan új jelenséggel találkozhatunk, amelyeknek a társadalmi hatásait ma még szinte felbecsülni sem tudjuk.

Az Osztrák Körlekedési Klub tanulmánya egy olyan kérdéskört vizsgál, amely érthető módon megosztja nálunk a közvéleményt. A nyugati országokban megszokott árubőségől hosszú évtizedekig el voltunk zárva. Most pedig a nagy bevásárlóközpontok a sokak által vágyott életforma egy darabkáját hozták be országunkba. Az első óriásközpontok megnyitását követően azonban csakhamar megmutatkoztak a hátrányok is. Megnövekedett a közúti forgalom, a zaj, szennyezettebbé vált az amúgy is rossz levegő, és a könyvelőinket szolgáló közeli kis boltok közül hamarosan bezárt néhány.

Mi hát a teendő? Fogadjuk el, hogy a nagyhalak óhatatlanul megeszik a kisebbeket vagy tiltsuk meg a hatalmas méretű kereskedelmi létesítmények építését és üzemeltetését? Minden helyzetben alkalmazható recepteket nem tudunk adni. Az egyes települések saját maguk kell hogy megtalálják azokat a megoldásokat, amelyek legjobban szolgálják a helyi lakosság érdekeit.

Ehhez kíván segítséget nyújtani ez a kiadvány, amely a város- és környezetvédők szemszögéből, de a piacgazdaság törvényeinek tiszteletben tartásával elemzi a bevásárlással kapcsolatos nemzetközi tapasztalatokat és a lehetséges megoldásokat. A bemutatott példák az önkormányzatok, tervezők, kereskedők és civil szervezetek számára egyaránt hasznos tájékoztatást adhatnak.

Budapest, 1997. május



Dr. Radó Dezső
a Magyar Körlekedési Klub
elnöke

Előszó az osztrák kiadáshoz

Ma még legtöbbször úgy mondjuk, bevásárolni „megyünk”. De sokszor a bevásárlásainkat autóval, tömegközlekedési eszközökkel vagy kerékpárral bonyolítjuk le. Nem ok nélkül, mert a boltok egyre távolodnak a lakásunktól, és egyre több az olyan település, ahol még élelmiszerüzlet sincs többé. Ezzel egy időben nő a zöldmezős bevásárlóközpontok száma. A néhány éve még a közelben megvásárolható árukat ma gyakran csak nagy távolságokból szerezhetjük be. Sok esetben még a napi bevásárlás sem oldható meg autó nélkül. Ezért nő folyamatosan a két- vagy többautós háztartások száma. Mégis jóval több háztartásban nincsen autó — még vidéken sem.

A hiányzó helyi ellátás nagyon sokba kerülhet, és terheli nemcsak a polgár, hanem a település költségvetését is. A területfoglalásnak is ára van, csakúgy, mint a vásárlóerő áthelyeződésének, a levegő tisztán tartásának és a lakosság sorvadásának. Ha a zöldmezős bevásárlóközpontok viselnék ezeket a költségeket, és beépítenék az áraikba azt, amit a közlekedési dugókkal, területfoglalással, meghosszabbodott útigénnyel, idővesztéssel a vásárlóknak okoznak, akkor megszűnne az az előnyös ár, amelyet most a „sarki fűszeressel” szemben kínálnak.

A „Bevásárlóközlekedés” c. kiadvány az élet igen fontos területéről foglal össze adatokat és tényeket, megoldási javaslatokat ismertet, és sok település, kereskedelem és közlekedési vállalkozás gyakorlatban kipróbált intézkedéseit mutatja be. Olyanok, amelyek felismerték, hogy a helyi ellátás nemcsak a vásárló számára előnyös, de az üzemeltetőnek is megéri.

Dr. Willi Nowak,
a VCÖ ügyvezetője

Bevásárlás

Mindennapi bevásárlásaink

A bevásárlás mindennapjaink lényeges része, hiszen a naponta megtett utunk 20–30%-a a kereskedőkhöz vezet. Majdhogynem minden munkanapon vásárolunk legalább egy helyen.

Leggyakrabban élelmiszert vásárolunk

A bevásárlások kétharmada élelmiszer-beszerzés. Ebből ismét csak kétharmad a napi szükségletek beszerzésére megy el, egyharmad pedig a nagyvásárlásokra. A legtöbb más árura ritkábban kerül sor, mint havonta.

Míg az összes háztartás rendszeresen vásárol élelmiszert a napi szükségletek fedezésére, a háztartások 75%-a nagybevásárlásokat is végez (a leggyakrabban a szakmunkások, vezető beosztásúak, közalkalmazottak, illetve családjaik, ott, ahol a házas párok mindketten dolgoznak; a legritkábban a nyugdíjasok).

A vásárlásra jutó haszon az élelmiszer-kereskedőknél jelentősen kisebb, mint bármely más árunál. Az európai országokban a háztartási kiadások 16–40%-át fordítják élelmiszerekre.⁽¹¹⁾

A legtöbb bevásárlóút a helyi boltokba vezet

A legrövidebb utat a lakás és a bolt között a napi élelmiszerek beszerzésekor tesszük meg. Egy bécsi vizsgálat azt mutatja, hogy az ilyen bevásárlások 59%-át a közelben bonyolítják le (10 perces gyalogláson belül), és csak 1%-ot a városhatáron kívül.

Bevásárlási úti célok árucsoportok szerint Bécsben

Úticél	Élelmiszer (gyors beszerezhetőség)		Más áruk (választék igénye)
	napi szükséglet	nagybevásárlás	
környék	59%	33%	11%
a területen	31%	41%	40%
Bécs egész területén	9%	17%	37%
Bécset kívül	1%	9%	12%

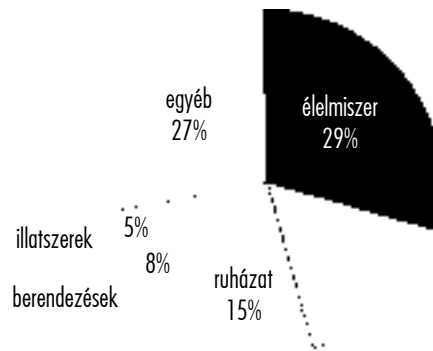
Forrás: 18. Városi Ügyosztály, A bécsiek bevásárlási szokásai 1993.⁽³⁴⁾

A legkedveltebb üzlettípusok ennek megfelelően a gyalog elérhető távolságban fekvő önkiszolgálóboltok, ABC-áruházak és a kis „szatócsboltok”. A bécsiek 57%-a soha sem utazik ki egy távolabb fekvő nagyobb üzletgyűjtésbe, bevásárlóközpontba.

Az egyéb áruk közül a fehérneműt, harisnyát, cipőt, valamint a fotócsikket a bécsiek jobbra a saját városrészükben vásárolják, míg a felsőruházatot és háztartási eszközöket más városrészekben is, sőt a sportszereket, illetve bútorokat a városon kívül is.

Ha a lakás- és nyaralási költségeket kiemeljük, akkor a legtöbb pénzt a háztartásokban élelmiszerekre költjük

A háztartások kereskedelmi kiadásai (lakás és nyaralás nélkül)



Forrás: A Voralbergi Tartományi Kormány Hivatala 1995.⁽⁵⁾

Leggyakrabban élelmiszereket vásárolunk

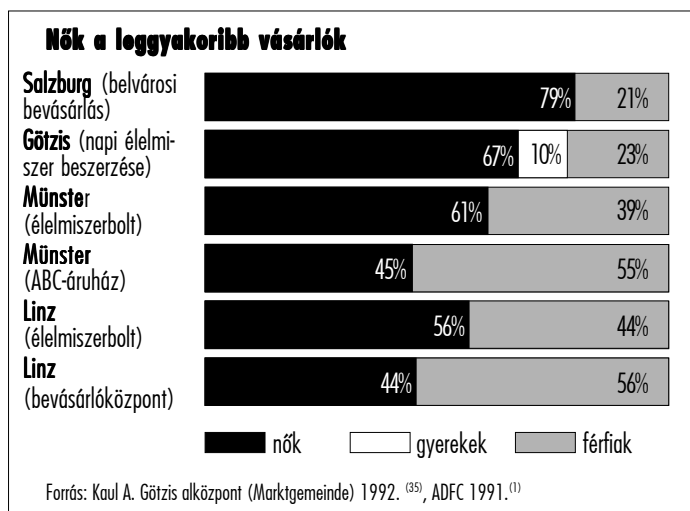
A bevásárlások száma havonta, háztartásonként



Forrás: 18. Városi Ügyosztály, A bécsiek bevásárlási szokásai 1993.⁽³⁴⁾

A bevásárlások kb. kétharmadát az élelmiszerbeszerzések teszik ki

Nők végzik nagyrészt a bevásárlásokat



Legtöbbször az asszonyok végzik a napi bevásárlást — és rendszerint gyalog. A családi autó ritkán áll bevásárlásokhoz rendelkezésre. Csak a háztartások 17%-ában van egy második autó is. ⁽⁴⁵⁾

A bevásárlóutak mindössze 6%-ánál lépik át a bécsiek a város határát. Itt tehát a zöldmezős bevásárlóközpontok szerepe, el-
lentétben az általuk okozott problémákkal, elenyésző. A városon kívül a legnagyobb arányban, 27%-ban a bútorkereskedőket keresik fel. ⁽³⁴⁾

Más képet festett a vizsgálat egy Gmunden nevű kisvárosban. A megkérdezettek a napi élelmiszer-szükséglet több mint 50%-át egy új bevásárlóközpontban szerzik be, míg a belvárosi üzletekben csak a vevők 20%-a vásárol. Papíráruknál, fotócikkeknekél, ruháznál, cipőnél, sportszereknél és villamos berendezéseknél a vásárlások nagyobb része (40–60%) a belvárosban bonyolódik le, de ruházatért, cipőért a vásárlók mintegy 20%-a elmegy az olyan nagyobb városokba is, mint Wels és Linz. ⁽⁶⁷⁾

A nők a leggyakoribb vásárlók

A nemek közötti hagyományos munkamegosztás tükröződik vissza több város jelentésében — a nők végzik nagyobb arányban a bevásárlásokat.

Rendszerint a nők és a férfiak is egyedül vásárolnak (60–90%), a családi bevásárlás ritka esemény.

Bevásárlás

Mi motiválja a vevőt az üzlet kiválasztásánál?

A különböző vizsgálatok különféle következtetésekre jutnak abban, hogy mi motiválja a vevőt egy bizonyos üzlet kiválasztásában. Ennek egyik oka az, hogy a kérdéseknél ritkán tesznek különbséget az üzlet elhelyezkedése, illetve típusa között. Ahhoz, hogy egy kereskedő megértse, és ki is használja a vevők mozgatórugóit, tisztában kell lennie üzlete környékével (helyszín) és az üzlet jellegével.

Az élelmiszer-kereskedelem különböző üzletfajtáinak előnyei

A vevők élelmiszert rendszerint különböző boltokban vásárolnak, amelyeket három csoportba oszthatunk. A vásárlási döntés mennyiségi motivációi között minden csoportnál más-más indokok állnak az előtérben:

A helyi boltba (tipikus élelmiszerbolt) a vevők mindenképp a térbeli közelség miatt mennek, ennek ellenére elvárás az olcsó és viszonylag széles kínálat.

Diszkontnál a vevők igen alacsony árakat várnak el, korlátozott választékkal.

Nagypiacra a vásárló a gazdag választék miatt megy, emellett a jó autós megközelíthetőséget is megkívánja.

A választást azonban olyan minőségi elemek is befolyásolják, mint az áruk színvonala, áttekinthető áruterítés, a bolt tisztasága és a személyzet kedvessége.⁽²⁶⁾

A távolság és az elérhetőség jelentősége

Az üzletek és a lakások közötti távolság határozza meg, hogy milyen közlekedési eszközt választunk a vásárláshoz. Az üzletek kiválasztásánál szerepet játszik az, hogy a vevők gyalog vagy valamilyen közlekedési eszköz igénybevételével érhetik-e el a boltot. Salzburgban, Grazban és Nürnbergben a belvárosi vásárlás motívumaira vonatkozó felmérések hasonló eredményeket mutatnak. A vevők 76–83%-a fontosnak tartotta a gyalogos elérhetőséget, 65–86% fogadta el a tömegközlekedést, míg gépkocsival 26–49% ment szívesen vásárolni. A boltok megválasztásának 5 másik tényezőjével összehasonlítva az előnyös parkolást mindhárom esetben a legkevesebben említették. Hasonló eredményeket mutatott a felmérés Gmundenban is.^(22, 55, 56)

A felmérések szerint a parkolás biztosítása csak közepes jelentőségű a kiválasztás sokféle szempontja között. Ha hátrányt is jelent a kevés parkolóhely, az üzlet számtalan más módon megőrizheti versenyképességét.

A vevők fő szempontjai az üzletek megválasztásánál

mennyiségi

- közelség (a lakás–üzlet távolsága)
- elérhetőség
- ár
- választék

minőségi

- az áru minősége
- kiszolgálás (személyzet)
- az üzlet hangulata
- az üzlet környezete

Minden üzletfajta más szempontok alapján vonzza a vevőket

Az üzlet fajtája

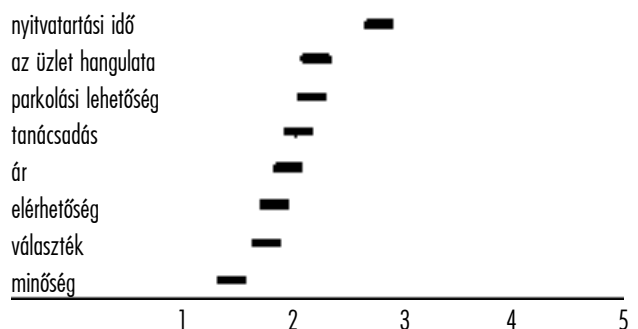
- helyi boltok
- diszkont
- nagypiac

A választás fő szempontja

- térben közelség
- ár
- választék

A bevásárlási mód kiválasztását befolyásoló tényezők

(az értékelés 1-től (lényeges) 5-ig (nem fontos) volt lehetséges)

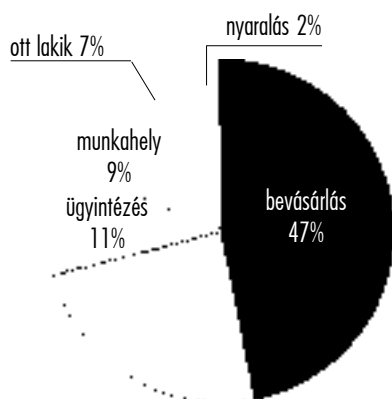


Forrás: Waidacher E., Gmundeni felmérés 1994 ⁽⁴⁷⁾

Gmundenban a minőséget és választékot keresik, de fontosnak tartják az elérhetőséget is.

Majd minden második Gmunden belvárosába tett út bevásárláshoz kapcsolódik.

A belváros felkeresésének okai



Forrás: Waidacher E., Gmundeni felmérés 1994 ⁽⁶⁷⁾ Grafika: VCÖ 1996



Nincs oka félni a bevásárlóközpontoktól azoknak a városi bevásárlónegyedeknek, amelyek természetes adottságait nem zavarja a gépjárműforgalom (Lindau, Németország).

A pusztá beszerzéstől a vásárlás élményéig

A vásárlási motivációk alapján kétféle vásárlót különböztethetünk meg:

- célszerűség alapján vásárolót
- élményt kereső vásárlót

A felmérések azt mutatják ⁽⁶⁷⁾, hogy a célszerűség alapján vásárolók jobbra az alacsonyabb jövedelmi kategóriákból kerülnek ki. Fő szempontjuk az, hogy a szükséges árukat kedvező áron megvásárolhassák. A bevásárlóközpontokban hosszabb időre elegendő, nagyobb mennyiséget, előnyös áron szereznek be az egyes áruajtákból.

Azok, akik a vásárlás örömeit keresik, általában a magasabb jövedelműek. Készek a belvárosi szaküzletekben drága, értékesebb árukat vásárolni. Olyan vásárlási élményeket keresnek, amelyekhez sokkal inkább a városban, mint a bevásárlóközpontokban juthatnak hozzá. A bevásárlásukhoz a városi környezet, a kellemes légkör, a vásárlás és más szabadidős tevékenység összekapcsolása egyaránt hozzátartozik. A belvárosi üzletnegyedek sokkal inkább alkalmasak e tökeerős vásárlóerő igényeinek ki-elégítésére, mint a bevásárlóközpontok.

Városiasság a mesterséges város helyett

A vásárlást szórakozásnak tekintő vevők az üzleti negyedekben, a növekvő városok központjaiban találják meg, amit keresnek. Nagyra értékelik például a gmundeni belváros egymáshoz közel fekvő üzleteit és a kellemes hangulatot. A látogatók mintegy negyede a belvárosba séta céljából jön.

A gépjárműforgalom zavarja a vásárlás hangulatát. Egy igazán kellemes bevásárlóközpontot csak a sétálóutcák biztosítanak.

A gépkocsiforgalomra berendezkedett bevásárlóközpontok elengedhetetlen részei a kizárólag gyalogosok céljára fenntartott területek. Esetenként szél- és esővédő építmények, sőt légkondicionálás is növeli a kényelmet. Gyakran megpróbálják az összekötő utak kiszélesítésével, terek kialakításával a városok hangulatát utánozni. Különböző hangulati elemek, növények, utcabútorok — például pihenőpadok, ivókutak, telefonfülkék — csalogatják a vevőket.

A vásárlási élmény szempontjából a bevásárlóközpontok egyes városi üzletnegyedekkel, utcákkal szemben előbbre tartanak. Sok helyen azonban a kereskedők egymással szövetkeznek (Werbegemeinschaften), hogy az utcájukat közös munkával, rendezvények szervezésével és az utcakép közös kialakításával vonzóbbá tegyék.

Azonban általában ahelyett, hogy a bevásárlóközpontok vevők által is kedvezőnek ítélt adottságait (széles, jól terített vászlaszték, gyalogosövezetek) a városi kereskedők is megpróbálnák saját területeiken kialakítani, túl hosszú ideje csak a parkolási lehetőségek szűkössége miatt ágálnak. ⁽¹⁵⁾

Bevásárlás

A kereskedelem szerkezete

A városok és falusi települések eltérő körülményei különböző kereskedelmi szerkezeteket kívánnak a lakosság optimális ellátása érdekében.

Bevásárlás a nagyobb városokban

Nagyvárosokban a napi élelmiszerektől a tartós fogyasztási cikkekig minden áruajtából a településen belül adott a teljes körű választék. A kereskedelmi vállalatok fajtája és elhelyezkedése alapján két térséget különböztethetünk meg:

- A napi szükségletek (különösen az élelmiszer-beszerezés) kielégítésére szakosodott üzletek az egész városban szét vannak szórva a lakások körzetében. A nagyobb laksűrűség miatt nagyobb eladóterületen, széles választékot tudnak nyújtani, és a vevők többsége számára gyalogosan is elérhetők.
- A nem napi, illetve tartós fogyasztási cikkek árusítása gyakran bevásárlóutcákra, illetve vásárlónegyedekre összpontosul, ahol több, hasonló cikket áruló üzlet széles választékot tud együttesen kínálni. Ezek a területek legtöbbször jól megközelíthetők tömegközlekedési eszközökkel.

Bevásárlási lehetőségek kisebb városokban és falvakban

Vidéken az áruválaszték annál kisebb, minél kevesebben laknak a területen. Két üzletípus működik:

- A napi szükségletek kielégítését szolgáló boltokat a kisebb településeken is megtaláljuk. Az élelmiszer-kereskedők ugyan jóval kisebb választékot kínálnak az egyes termékekből, ezzel szemben azonban sokkal többféle cikket (szövetek, vasáru).
- Tartósabban használatos cikket rendszerint csak kisvárosokban árulnak, és nagyobb választékot csak a térségek központjában találunk. Sok kis vidéki településről csak autóval lehet e boltokat elérni.

Zöldmezős bevásárlás

A város széli, illetve a városon kívüli (zöldmezős) bevásárlóközpontok elhelyezésükben eltérnek az integrált, belvárosi központoktól.

Az elmúlt évtizedekben ezek az üzletgyűttesek leginkább a kis- és nagyvárosokon kívül fejlődtek. E különlegesen nagy eladóterű üzletek nagy választékot kínálnak elsősorban a tartósabb fogyasztási cikkekből, de a napi szükségleteknek megfelelő árukból is. A bevásárlóközpontokat elsődlegesen autós bevásárlásra tervezték.

Nagy területű üzletek fogalom meghatározása

Meghatározás		Eladóter
Élelmiszer-áruház	nagy élelmiszer-kereskedés	400–1000 m ²
ABC-áruház	nagy önkiszolgáló bolt jelentős élelmiszerrészleggel	1000 m ² -től
Szakáruház	egyféle árucsoport nagy boltja (textil, cipő, szerszám, fa, csempe, építőanyag)	1500 m ² -től
Bevásárlóközpont	egységesen tervezett és üzemeltetett együttes, egy vagy több áruházból és sok kisebb boltból áll, nagy termékválasztékkal	1500 m ² -től kb. 100 000 m ² -ig

Forrás: Steinmann, O.: A bécsi fő kereskedelmi utcák helye és fejlődése 1986 ⁽⁵⁹⁾
Városlátogatási Intézet: Bevásárlóközpontok fejlődésének összehasonlítása 1990. ⁽²⁴⁾

A vásárlóhelyek száma (boltsűrűség) nemzetközi összehasonlításban

A 10 000 lakosra jutó 69 eladóhellyel Ausztria jóval le van maradva az EU országainak átlagától, ahol az arány 112 eladóhely 10 000 lakosra. Csak Izlandon alacsonyabb valamivel ez a szám, miközben még az Egyesült Államokban is több eladóhely áll a vásárlók rendelkezésére. Ausztrián belül Bécsben van a legtöbb eladóhely, és a tartományok közül Felső-Ausztriában a legkevesebb.

A legnagyobb szektorban, az élelmiszer-kereskedelemben minden államban csökkent az eladóhelyek száma, míg egyéb árucikkekénél nőtt. Ausztriában a növekedés az irodagépek, virágok és a sport- és játékaruk területén volt a legnagyobb. ⁽¹¹⁾

Az átlagos eladóhely-sűrűség lakosságra vetítve az élelmiszer-kereskedelemben a nagyvárosokban és vidéken nagyjából azonos — Bécsben 412 főre jut egy élelmiszerüzlet (a városrészek közötti nagyobb eltéréssel 220 és 580 között), Waidhofen an der Thaya térségében 461 (a települések közötti eltérés 230–1400).

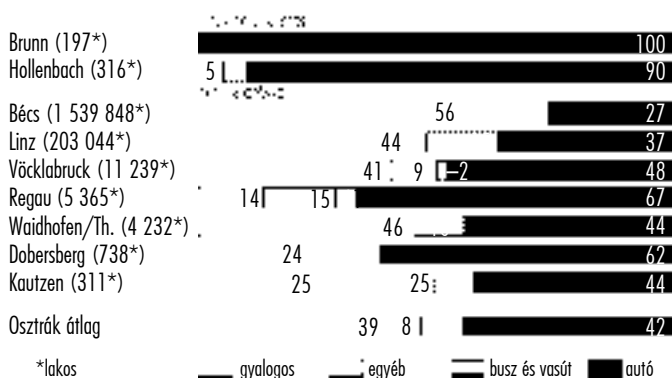
Nagy a különbség az eladóter nagyságát tekintve: Bécsben 10 bolt jut egy km²-re, Waidhofen an der Thaya térségében viszont csak 0,1. Ezáltal a vidékiek bevásárlóútjai lényegesen hosszabbak, különösen ott, ahol nincs a községben bolt.

A vásárláshoz használt közlekedési eszközök

Hogyan jut el a vevő az üzletbe?

Még mindig szó szerint gyalogosan *megyünk* vásárolni nagyon sok esetben, különösen a nagyobb városokban.

A bevásárlóutak közlekedési eszközei (adatok%-ban)



*lakos — gyalogos — egyéb — busz és vasút — autó
Forrás: VCÖ 1995 (62), Alton F., Koch H., Lummerstorfer K. 1995 ⁽²⁾

A bevásárláshoz használt közlekedési eszközök megválasztására ható tényezők

- Elérhetőség, a rendelkezésre álló közlekedési eszközök
- Áll-e a vevő rendelkezésére gépkocsi, és milyen az üzletek parkolási kínálata
- Településnagyság, lakosszám
- Laksűrűség, lakos/km²
- Eladóhely-sűrűség, az üzletre eső lakosszám
- Termékfajta, a vásárolt áru jellege
- A lakás és az üzlet közötti távolság, a helyi ellátás színvonala

Ma még igen sok esetben a bevásárolni menést szó szerint lehet érteni, mert vásárlás céljából sokkal többen gyalognak, mint más célból. Az utóbbi években azonban a gépkocsi bevásárlás növekedését és a gyalogos vásárlások csökkenését tapasztalhatjuk. Ez a változás sok kedvezőtlen hatást is jelez, mint például az ellátás színvonalának csökkenése, vagy az utcák szerepének megváltozása. A közlekedési eszközök megválasztására ható tényezők egyben támpontul szolgálhatnak ahhoz, hogy miként lehetne az autós bevásárlás növekedését megállítani.

Gyalogosok

Bécs milliós városában 56%-ban gyalog vásárolnak. Az 5000–200 000 fős településeken ez az arány kb. 40%, míg a 300–1000 fős falvakban 20–30%. A legkisebb településeken, ahol semmilyen helyi ellátás nincs, gyakorlatilag nem lehet gyalog elmenni vásárolni.

Személygépkocsi-közlekedés

Az autós bevásárlás Bécsben a legalacsonyabb, 27%. Ugyanez az 5000–200 000 fős településeken 40%, a 300–1000 fős falvakban 60%, míg ott, ahol nincsenek boltok, 100% is lehet.

Kerékpáros közlekedés

A kerékpár használata a gépkocsival ellentétes tendenciát mutat. Leggyakrabban a kisvárosok lakói mennek kerékpárral bevásárolni. Máskülönb erősen csökkent a kerékpárok használata, néhol 20%-nál nagyobb mértékben is. Átlagosan a kerékpáros bevásárlás 8% körül van.

Tömegközlekedés

Csak a 100 000 főnél nagyobb városokban van olyan színvonalon a helyi tömegközlekedés, hogy a bevásárlásoknál is említésre méltó szerepet játszhasson (kb. 15%). Kisebb településeken az autóbust és a vasutat is igénybe veszik a bevásárlásokhoz, legtöbbször akkor, amikor a településhálózat központjába mennek. E közlekedési formánál látszik a legszorosabb összefüggés a településnagysággal.

A távolság a fő befolyásoló tényező

A lakás és az üzlet közötti távolság a döntő a közlekedési eszköz megválasztásában. Választás 80%-ban az autó és a gyaloglás között van. Rövidebb utakat döntően gyalog, hosszabbakat gépkocsival tesznek meg.

Az úthossz összefügg az áruk jellegével, azzal, hogy az árut milyen gyakorisággal vásároljuk. Ritkábban vásárolt áruknál (tartósabb jellegűeknél, mint a ruházat, cipő, fotócikkek) egy nagyobb területről származó vevőkör szükséges az üzlet gazdaságos üzemeltetéséhez. Ilyen árucikkeknek csak nagyobb laksűrűség mellett rövidebbek a távolságok. A legkisebb vonzásköre a kis élelmiszerüzleteknek van, itt a legnagyobb a gyalogos vevők aránya.

Ezeket az összefüggéseket jól mutatja, hogy a nagyvárosokban, mint amilyen Bécs is, egyes sűrűn lakott negyedekben még a tartósabb fogyasztási cikkeket is nagyobb részben (50–60%-ban) gyalogosan vásárolják. Itt állnak a nagyobb választékot biztosító üzletutca is a vásárlók lakásaihoz közel a rendelkezésre. A napi élelmiszer-vásárlásnál is itt érik el a gyalogos bevásárlások a 85–95%-os csúcsot.

Rövid távolságok akkor adódnak, ha

- az üzlet a település vagy egy negyed központjában fekszik
- a településen lakók száma elég nagy ahhoz, hogy az üzlet gazdaságos üzemeltetését biztosítsa
- nagyobb laksűrűség esetén a vevők lehetőleg nagyobb része az üzlet környezetében lakik
- elegendő vásárlóhely áll rendelkezésre a különféle árucikkekkel a területen
- kicsi eladótér kis forgalom mellett is üzemeltethető

Összefoglalva tehát

- a körzet helyi ellátása jó

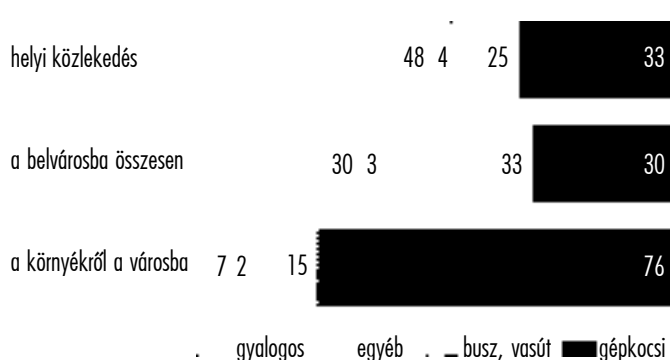
Közlekedési eszköz használata az üzlet fekvése alapján (az adatok %-ban)



Forrás: MA 18, A bécsiek vásárlási szokásai 1993.⁽³⁴⁾

A bevásárlóutak nagyobb részét Bécsben gyalogosan teszik meg. A városhatáron kívülre a nagy többség autóval megy vásárolni.⁽³⁴⁾

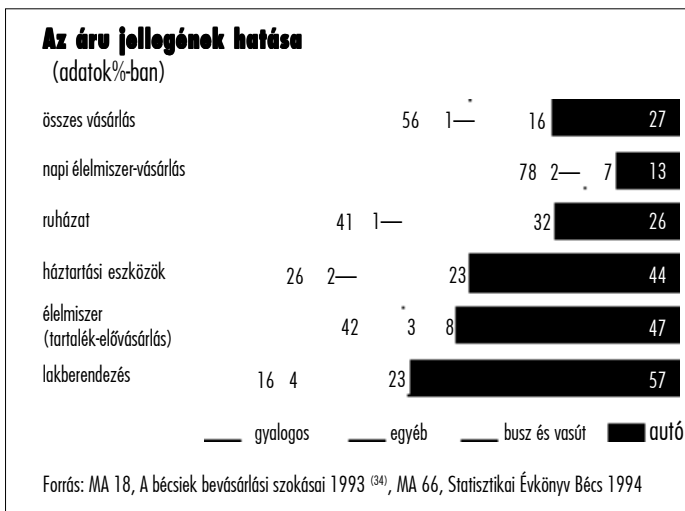
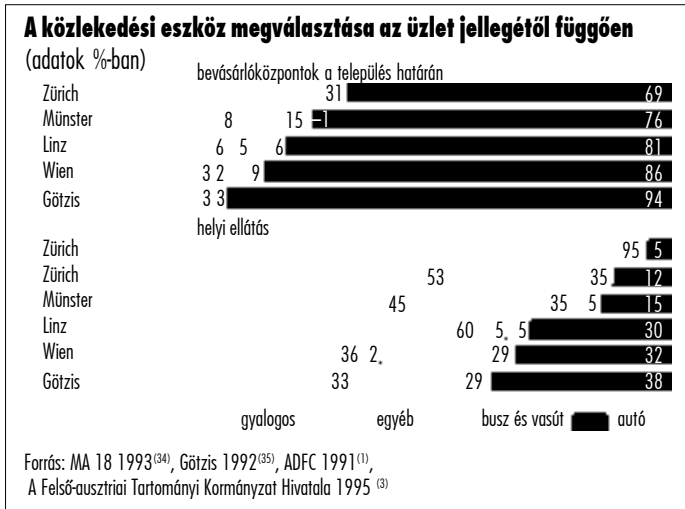
Bevásárlóközlekedés Linzben (az adatok %-ban)



Forrás: Alton F., Koch H., Lummerstorfer K. 1995.⁽²⁾

Linz példája mutatja, hogy a városon belül (helyi közlekedés) a bevásárlóutak többségét autó nélkül bonyolítják le.

A zöldmezős bevásárlóközpontok csak nagy vonzáskör mellett életképesek. Ezt az ingyenes parkolási kínálat teszi lehetővé.



Csak a lakberendezési cikkek vásárlásánál játszik döntő szerepet az autó a közlekedési eszközök megválasztásában.

Minél kisebb létszámú egy település, annál kevesebb üzletet lehet ott gazdaságosan üzemeltetni, és annál inkább kell a bevásárláshoz a településen kívülre utazni. Legrosszabb a helyzet az 500 főnél kisebb településeken, ahol gyakran egyetlen üzlet sincsen. Ott legtöbbször az autó az egyetlen eszköz, amellyel be lehet vásárolni.

Különleges helyzetűek a zöldmezős bevásárlóközpontok, amelyek hatalmas eladóterei csak igen nagy forgalom esetén működtethetők gazdaságosan, és ezért igen nagy vonzáskörzetet igényelnek. Részen ezért, részen pedig azért, mert a környékén alig vannak lakóházak, a bevásárlóutak itt a leg hosszabbak, és a vásárlásokat többségében gépkocsival bonyolítják le. Az autós megközelítést erősíti nem utolsósorban az ingyen igénybe vehető, hatalmas parkolótér, szemben a városok szűkös kínálatával.

A vevők közül hányan rendelkeznek személygépkocsival?

Bécsben az autó nélküli háztartások aránya 51%, az osztrák átlag 35%, míg a távolabbi vidéki településeken 20% (Waidhofen an der Thaya térségében). Ilyen távol eső területeken nem az a kérdés, hogy autóval menjünk-e vásárolni, hanem inkább az, hogy lehetséges-e egyáltalán autó nélkül bevásárolni. Nem elhanyagolható azoknak a családtagoknak a száma sem, akiknek a napi bevásárlásokat kell végezni, de nincs saját kocsijuk, illetve nem rendelkeznek a család autójával felett. A máig is élő munkamegosztási gyakorlat szerint e családtagok legtöbbször a nők, miközben az egyautós háztartások aránya Ausztriában 48%, az összes háztartás között.

Az áruajtából adódó különbségek

A személygépkocsit legtöbbször a lakberendezési tárgyak vásárlásánál veszik igénybe, illetve a viszonylag gyakori élelmiszer-tartalék (elő)vásárlása esetén. A napi élelmiszer-szükséglet gyakori vásárlása helyett egyre ritkábban, nagyobb mennyiséget vásárolnak egyszerre, és ez is a gépkocsihasználat növekedéséhez vezet⁽³⁴⁾.

A vásárláshoz választott közlekedési eszközök Ki a legjobb vevő?

Nemigen akad olyan kereskedő, aki azért harcolna, hogy az üzlete előtt buszsávot alakítsanak ki, és igencsak tiltakozna ellene, ha az üzlete előtti parkolóhelyek száma csökkenne. Az ő felükben az áll, hogy a gépkocsival érkező vevő hozza a legtöbb profitot.

Ki vásárol a legtöbbet?

A Salzburgban, Stuttgartban, Nürnbergben és Münchenben végzett felmérések azt mutatják, hogy a belvárosi bevásárlásoknál a gépkocsival érkező vevők valamivel ugyan nagyobb összegben, de ritkábban vásárolnak, mint a gépkocsi nélkül érkezők.^(54,57)

Ami egy adott vevőre jutó havi profitot illeti, nem az autósok, hanem a gyalogos vevők állnak az élen. Egy személyre vetítve tehát egy gyalogos vevő több hasznot jelent, mint egy gépkocsival utazó, különösen akkor, ha a forgalom 5%-át parkolási díjakra kell költeni.⁽¹⁾

A bécsi bevásárlóutcákban a gépkocsi nélküli vevőknek köszönhető átlagban a forgalom 67%-a, de ez a szám elérheti a 91%-ot is.

Salzburgban csak a vevők egyharmada megy gépkocsival a belvárosba.⁽²⁸⁾ A gyalogosok, illetve a busszal érkezők jelentik a forgalom legnagyobb részét. A közepes és kisvárosok meglevő adatai is azt mutatják, hogy ott is a gépkocsi nélküli vevők száma 50% felett van, legalábbis a napi bevásárlásoknál (35, 60). Más adatokat kapnánk valószínűleg azokban a központi funkciókat is ellátó körzetközpontokban, ahová a környező településekről járnak az emberek vásárolni. Ezek a vevők jobbra rá vannak kényszerülve a gépkocsihasználatra.

Ki szállít a legtöbbet?

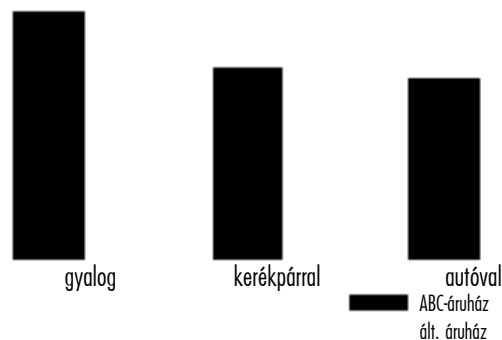
A gépkocsihasználatot a vásárlásoknál legtöbbször a nagy szállítási igénnyel magyarázzák. Grazi felmérések mutatják, hogy a belvárosban vásárlók alig 2%-a szerzett be valóban nagyobb méretű tárgyakat, és ezek közül is az autósok szállították a legkevesebbet.⁽⁵⁵⁾ Münsterben a felmérésbe kapcsolt négy üzletnél (egy áruház, egy diszkont és két élelmiszer-kereskedés) a vevők 20%-ánál legalább 2 szatyrot számoltak meg, a legtöbbet a nagy ABC-áruházaknál.

A gyalogos vevők gyakrabban mennek vásárolni, mint az autósok, és ezért ők jelentik a legnagyobb havi forgalmat.

A legjobb vevők gyalogosan érkeznek

(Forgalom személyre és hónapra vetítve az igénybe vett közlekedési eszköz szerint)

Forgalom vevőnként és havonta ATS-ben



Forrás: ADFC, Münsteri felmérés 1991⁽¹⁾

A vásárlás nagysága az igénybe vett közlekedési eszköz alapján (adatok százalékban)

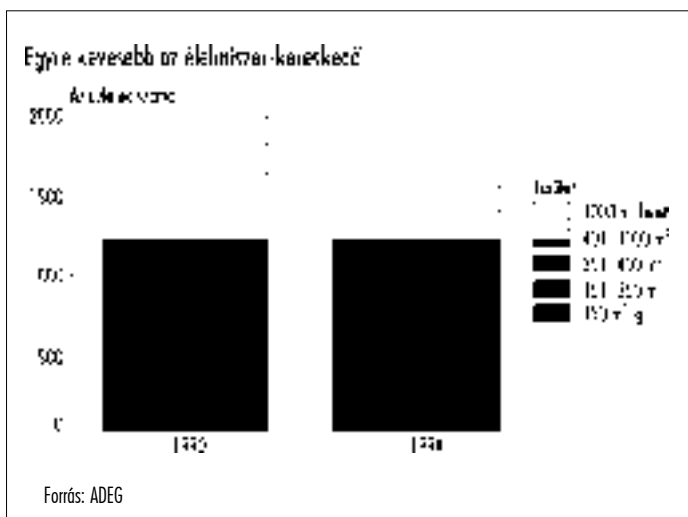
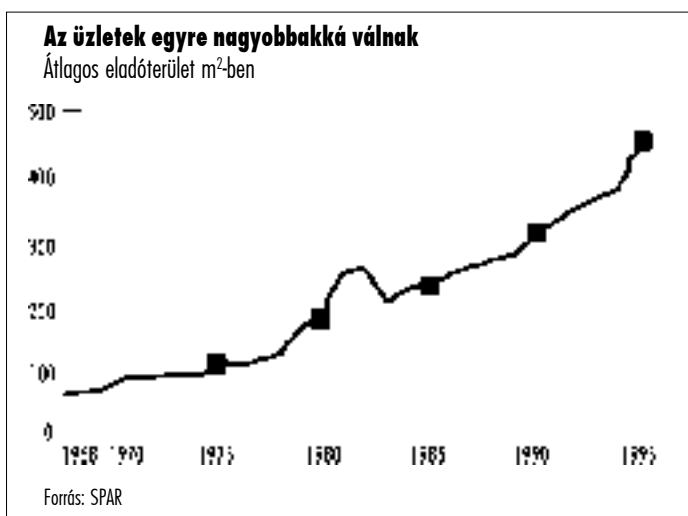
Déli Bevásárlóközpont	4	2	11	83
Zentrum Donaustadt (1,042*)	17	2	24	57
Mariahilfe utca (20,314/18,884*)	27	2	46	25
Zentrum Favorite (4,647*)	32	1	37	37
Meidling főutca (9,694*)	38	1	29	32
Thalia utca (10294*)	44	2	21	33
Reinprechtsdorfer utca (25,345*)	68		10	22
Josefstädter utca (22,014*)		82	1	8
* a terület lakosságát (lakos/km ²)				
	gyalogos	egyéb	busz és vasút	autó

Forrás: MA 18, A bécsiek bevásárlási szokásai 1993⁽³⁴⁾

Az autó nélküli vevők vásárlásának aránya a bécsi bevásárlóutcákban átlagosan 67%, de 91%-ot is elérhet.

A helyi ellátás jelentősége

Az élelmiszer-kereskedelem fejlődése



A városokban a kisboltok helyére a nagy ABC-áruházak lépnek, és a kis településeken megszűnik a helyi ellátás. Alig 4 év alatt a 150 m²-nél kisebb boltok egyharmada megszűnt, míg a 250 m²-nél nagyobb üzletek száma 8%-kal nőtt.

Az osztrák piac jelentős részén a több tartományra kiterjedő hálózattal rendelkező kereskedelmi láncok és a nagyvállalkozások osztoznak. A legtöbb önálló kereskedő egy-egy, saját lerakatokkal is rendelkező kereskedelmi lánc tagja.⁽⁴¹⁾

Nőnek a helyi ellátás „fehér foltjai”

A falvaktól a nagyvárosokig ma még mindenütt találhatunk a lakások körzetében élelmiszer-kereskedőket. E legfontosabb és leggyakrabban szükséges árucsoportnak van a legsűrűbb bolt-hálózata.

Ausztriában az eladóterek megnagyobbodása (a SPAR hálózathoz 25 év alatt 80-ról 440 m²-re) és a boltok számának csökkenése (az ADEG-nél 4 év alatt 21,5%-kal) figyelhető meg. A boltok száma azonban kizárólag a 150 m²-nél kisebb felületű eladóterek esetén csökkent, míg a 400 m²-nél nagyobb üzleteknél 1991 és 1994 között jelentős volt a növekedés. A kisboltok bezárásával a kisebb falvakból az utolsó helyi ellátó is eltűnt.

Az osztrák Gazdasági Kamara megrendelésére készült egyik tanulmány szerint 1994-ben Ausztriában már 200 településen nem volt üzlet.⁽⁶¹⁾ A Waidhofen an der Thaya kerületben a 173 telekkönyvezett településből 142-ben nem volt bolt. Ez az ott élők 45%-át érintette. Még Bécsben is kialakultak fehér foltok a helyi ellátásban — mintegy 120 000, a város szélén elszórtan élő ember 300 m-es körzetén belül nem talál élelmiszerboltot.⁽²⁰⁾

Gyakran már csak a megszűnése után ismerik fel a helyi ellátás jelentőségét.

A helyi ellátás nélküli településeken

- a napi szükségletek megvásárlásához nagyon hosszú utat kell megtenni, ami a lakosságot gépkocsifüggővé teszi
- az autó nélküli háztartások külső segítségre kényszerülnek
- hiányzik a falusi élet egyik fontos összetartó eleme: vásárolni igyekvő gyalogosok nélkül kihal a falu központja; az ott élők legfontosabb találkozhelye tűnik el.

A helyi ellátás jelentősége

Amiért a helyi ellátás veszélybe került

Az önként vállalt utazástól a kényszerből végzett utazásig

A nagyméretű kereskedelmi létesítményeknek jelentős üzemgazdasági előnyei vannak a helyi kiskereskedőkkel szemben. Kisebbségi költséggel bonyolíthatják le az áruk beszerzését és eladását, és imponáló, széles áruválasztékot kínálhatnak. Az ebből adódó növekedésnek csak az üzlet vonzáskörzetének vásárlóereje szab határt. Az átlagos vonzáskörzet nagysága azonban az elmúlt két-három évtizedben megsokszorozódott. Ennek az oka, hogy a vevők közül azok, akiknek van gépkocsija, egyre növekvő számban, és eleinte szabad akaratukból is, egyre hosszabb utakat hajlandók megtenni a csábítóbb bevásárlási lehetőségekért. Mihelyt azonban ezáltal már nincs meg a helyi boltok üzemeltetéséhez minimálisan szükséges forgalom, és a kisboltokat kénytelenek bezárni, akkor a többi vevőnek is nagyobb utat kell megtenni a vásárláshoz. Még akkor is, ha nincs saját autójuk.

A központosítás egyre nagyobb sebességre vált

A kereskedelem központosítása napjainkban — a kilencvenes évek közepén — maximális sebességgel halad. A naponta megteendő utak hossza tovább fog nőni. Az utak hosszának növekedésében a motorizáció mértéke a döntő.

Ausztriában ma még csak mintegy minden második felnőttnek van saját gépkocsija. Az asszonyoknál ez az arány jóval alacsonyabb, noha a hagyományos szereposztás következtében többségükben ma is ők végzik a bevásárlásokat. 1974-ben a háztartások 5%-ában volt két autó, míg 1993-ban ez a szám 17%-ra nőtt.

A bevásárlóközpontok a győzelmet nem csak szabadpiaci eszközökkel vívják ki maguknak

Az újabb, nagyobb üzletek, nagyobb választékkal és alacsonyabb árakkal, előnyösek a vásárlóknak. Az azonban nem engedhető meg, hogy a konkurenciaharcot a nagy bevásárlóközpontok jelentős részben a piacon kívül vívják a helyi kiskereskedelemmel szemben. Ilyen például a parkolóhelyek ezreivel létrehozott autós bevásárlóközpontok okozta gépkocsiforgalom. Az így keletkező dugókból és balesetekből adódó kiadások, a zaj és kipufogógáz ártalmak nem a bevásárlóközpontok költségeit növeli, hanem mindannyiunkét. A bevásárlóközpont üzemeltetéséből adódó költségek figyelemre méltó része nem jelenik meg a termékek piaci árában (internális költségként), hanem a piacon kívül, mint külső (externális) költség jelentkezik.

Ha a parkolók üzemeltetőinek teljes egészében viselniük kellene a gépkocsiforgalomból adódó költségeket, ...

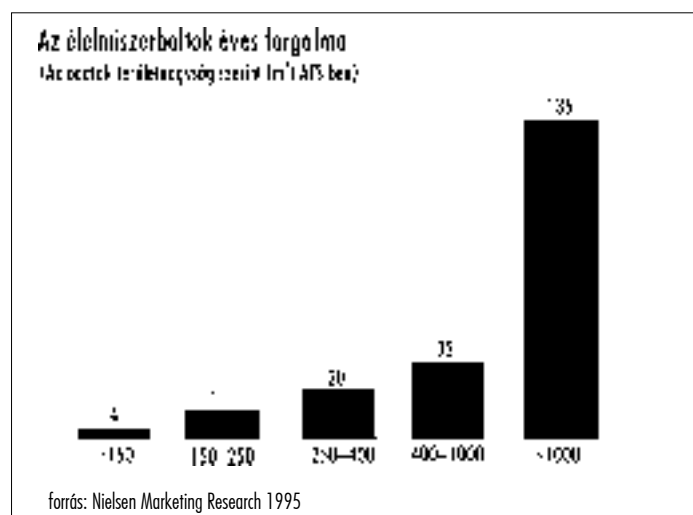
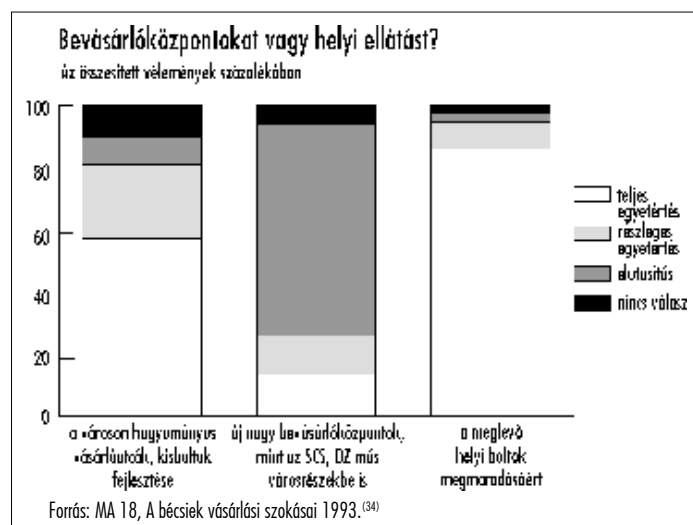


Minél gyorsabban, olcsóbban és biztonságosabban lehet a rendszeresen szükséges utakat megtenni, annál nagyobb a mozgósítás.

... akkor a kicsi, gyalog elérhető boltok áruja sokkal olcsóbb lenne, mint a város széli bevásárlóközpontoké.

A helyi ellátás jelentősége Bevásárlóközpontok

A polgárok mára már tudják, hogy mit jelent a helyi kereskedő az életminőségük megőrzésében. Az újabb bevásárlóközpontokat visszautasítják.



Egy diszkont üzemeltetéséhez legalább annyi vevő szükséges, mint amennyi 15 átlagos élelmiszerbolt forgalma (400 m² eladótér alatt).

A bevásárlóközpontok története

Az első bevásárlóközpontokat az Egyesült Államokban a harmincas, negyvenes években létesítették újonnan tervezett településeken, és ezeknek még nem voltak parkolótereik. 1945 után megindult a nagyobb vásárlóerővel rendelkező középosztály kitelepülése a belvárosokból a városok környékére. A központokban a kereskedők elvesztették legjobb vevőiket. Az elővárosok új lakótelepeire költözéssel először jellegzetes üzletsejtek alakultak ki a nagyobb forgalmú utcák mentén, azonban az egyre növekvő gépkocsiforgalomban ezek az üzletek nem tudtak jól működni. Új megoldások keresése vezetett a gépkocsiforgalomnak megfelelő bevásárlóközpontok kialakulásához.

1965-ben az Egyesült Államokban már 389 területi bevásárlóközpont volt, egyenként több mint 40 000 m² eladótérrel. 1990-ig a központok száma mintegy 2500-ra emelkedett. Ezek az üzletek a kiskereskedelemnek kb. 45%-át bonyolították le. 1994-ben Ausztriában 79 bevásárlóközpont, több mint 1 millió m² felülettel a kiskereskedelmi piac 8%-ából részesedett. Ugyanekkor nagyméretű önálló üzleteket is létesítettek 1500 m²-nél nagyobb eladótérrel. Ezek közé tartoznak a diszkontáruházak és a szakáruházak, amelyek gyakran a városok szélén bevásárlóegyütteseket képeznek.⁽⁵⁹⁾

Milyen a hatása a bevásárlóközpontoknak a helyi ellátásra?

A város széli bevásárlóközpontok és szakáruházak főleg a tartósabb szükségleti cikkek vásárlóerejét vonzzák magukhoz. Ez leginkább a városi bevásárlóutcaik szaküzleteit érinti érzékenyen.

A Bécs határába tervezett két nagyméretű (összesen 140 000 m²) bevásárlóközpontozhoz készült hatástanulmány mutatja, hogy számtalan üzletet kellett a bevásárlóutcaikban bezárni anélkül, hogy ezáltal a vásárlóknak új és jobb bevásárlási lehetőséget kínáltak volna.⁽⁵⁸⁾

Az élelmiszer-kereskedelemre is érvényes, hogy az ABC-áruházak és a diszkontok a kis üzletek forgalmának sokszorosát kell hogy magukhoz vonzzák. Ezáltal egy nagy vonzáskörzeten belül legtöbbször számos helyi boltot a bezárás veszélye fenyeget.

Különösen kedvezőtlen a vonzási hatás vidéken, ahol a diszkont gyakran a kistelepülés egyetlen kereskedőjét veszélyezteti. Ilyen körülmények között már egy szupermarket is túl nagy lehet (400–1000 m² eladótérrel).

Területszükséglet (területfoglalás) és a forgalomra gyakorolt hatás

Linzi és zürichi vizsgálatok mutatják, hogy a városon kívüli bevásárlóközpontoknál lényegesen nagyobb az autós vásárlások aránya, mint a városrészekbe szervesen beleillesztett létesítményeknél.

Ez az eredmény nem meglepő, hiszen a nem szervesen telepített központokat egyoldalúan a gépkocsiforgalomra szánják — nagyforgalmú utak közelébe, ingyenes parkolással — és nagy távolságra vannak a vevők lakhelyétől (így pl. Linzben csak a vásárlók 16%-a él 1 km-es körzeten belül).

Az autós forgalomra tervezett bevásárlóközpontok hatalmas parkolóterületeket igényelnek. Egy négyzetméter eladóterület-hez egy Linzen kívül fekvő bevásárlóközpont 2,5 m² parkolófelületet igényel, ezzel szemben a linzi belvárosban egy bevásárlóközpontra csak 0,5 m² parkolófelület jut.

A települések ellenzik a bevásárlóközpontokat

Sok település szembesül azzal a problémával, hogy nagyméretű kereskedések kívánnak a határukba települni. Néhány példán szeretnénk bemutatni, hogy milyen nehéz erre megoldást találni.

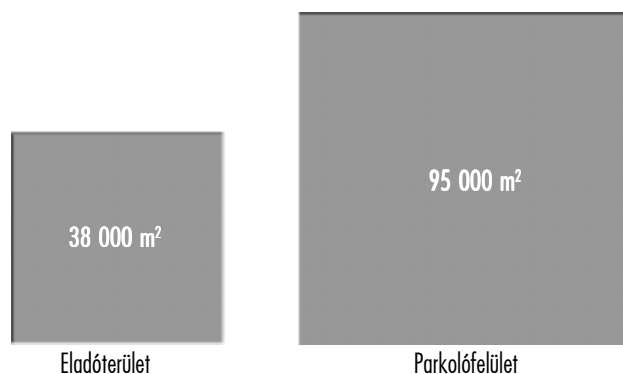
Wolfurtban a nagy nyomásgyakorlás ellenére két esetben is sikerült megakadályozni (1984-ben és 1994-ben), hogy a településen kívül, de a hozzájuk tartozó területen bevásárlóközpont létesüljön. A visszautasításhoz a lökést 1984-ben egy polgári kezdeményezés adta, amelyet akkor az önkormányzatban helyet foglaló összes párt támogatott. Ezzel azonban még nem sikerült a helyi ellátást a kívánságnak megfelelő szinten biztosítani, mert a szomszédos Bregenz és Dornbirn területén épült bevásárlóközpontok elszívják Wolfurtból a bevásárlóerő egy részét.

Hasonlóan történt Tulln városában is, ahol pedig ugyancsak meg tudták akadályozni, hogy a város szélére nagy bevásárlóközpontok települjenek. Ehelyett új üzletekkel élénkítették fel a belvárost (25 év alatt a kereskedelemben alkalmazottak száma 500-ról 1200-ra nőtt), ráadásul a leállósávok és az úttek szélességének csökkentésével több helyet teremtettek a gyalogosok és a kerékpárosok számára. Zöldfelületekkel, padokkal és kuttakkal csinosítva a területet, sikerült vonzó légkört teremteni a bevásárlásokhoz. Most azonban ezt az eredményt a szomszédos kis településen, Langenrohrban épülő hatalmas bevásárlóközpont veszélyeztetheti.

A helyi ellátás ilyen jellegű veszélyeztetésére azért kerülhet sor, mert az osztrák településrendezési törvényekben a bevásárlóközpontokra vonatkozó előírások sok tekintetben a hetvenes évek ismereteit tükrözik vissza.

A zöldmezős bevásárlóközpontokban az autók több helyet foglalnak el, mint a vevők és az áruk együttléve — a parkolóhelyek felülete nagyobb, mint az eladóterület.

Plus-City bevásárlóközpont Linzben



Forrás: Alton F., Koch H., Lummerstorfer k.²

VCÖ-ajánlás:

A területtervezési törvényeken keresztül kellene a település szerkezetébe szervesen nem illeszkedő bevásárlóközpontok árukinálatát azokra a tartós fogyasztási cikkekre korlátozni, amelyek szállításához általában is gépkocsi szükséges. Hogy még a nagy és nehéz tárgyak sem feltétlenül tartoznak ebbe a kategóriába, azt a bútorkereskedelem adatai mutatják: egy bútoráruházlánc vevőinek 80%-a a házhoz szállítást választotta, 5% bérelt kisteherautót használt, és csak 15% a saját gépkocsiját.⁽¹³⁾

A helyi ellátás jelentősége

A településen belüli bevásárlóközpontok

A kellemes környezet, igényes lakások egy integrált alközpontban



Az időjárás hatásaitól védett gyalogos-közelkedőfolyosók kötik össze több szintben az eladótereket.

Az utóbbi években a nemzetközi fejlődés irányát a városokon kívül elhelyezett, egysíkú (monofunkcionális) nagy bevásárlóközpontok helyett a településekbe szervesen illesztett, többcélú központok mutatják. E központokba már új funkciókat, vendéglátóüzemeket, szabadidős létesítményeket (mozi, sportlétesítmények), sőt esetenként irodákat és lakásokat is terveznek.⁽²⁴⁾

Az integrált központok rendszerint kisebbek, és a közelben lakó vevők aránya nagyobb (Linzben a vásárlók 38%-a egy kilométeres körzeten belül lakik). E központok elsősorban gépkocsi nélkül is szállítható, tartósabb fogyasztási cikkek árusítására rendezkednek be, és napi fogyasztási cikkeket inkább csak a környék lakóinak megfelelő mennyiségben forgalmaznak. Legelőnyösebben a még ellátatlan területek közepére vagy egy nagyváros kimagaslóan sűrűn lakott negyedébe telepíthetők ezek a kis központok. Az ilyen fekvés a városi funkciók jobb összeolvadását is szolgálja.

Az 1994-ben Salzburgban elkészült Zentrum Herrnau egyike azon kevés példáknak, ahol az említett összeolvadás már megvalósult. A részben fedett gyalogos- és kerékpárutakkal kapcsolódó létesítmény 250 főnek otthont is ad, továbbá 150 új munkahelyet is jelent. A kiegyensúlyozott termékválaszték következtében a bevásárlóközpont kb. 8000 ember helyi ellátását javítja, azokat, akik egy km-en belül laknak, és ezáltal vásárlásaik nagyobb részét gyalogosan tudják lebonyolítani.⁽⁶³⁾

Gyalogosátjárók (passzázsok) és pályaudvarok üzletei

A településekhez legszervesebben az utóbbi években újra felfedezett bevásárlófolyosók kapcsolódnak, amelyek jelentősen hozzájárulhatnak a belvárosok újjáéledéséhez.

Ugyancsak előnyös a kereskedelem összekapcsolása a tömegközlekedéssel a pályaudvarokon, ahogy ezt az Osztrák Tartományi Vasutak gyakorlatában látjuk.

VCÖ-javaslat

A kereskedelem nagyberuházásait olyan mederbe kell terelni, amely egyidejűleg gazdaságos a befektetőnek és hasznos a közösségnek.

A településen belül szervesen kapcsolódó, vonzó bevásárlási lehetőségekkel lehet a legjobban helyben tartani a vásárlóerőt, amely különben a szomszédos települések — forgalomnövekedést is okozó — bevásárlóközpontjaiba vándorolna el.

A helyi ellátás megőrzése

Tervezés, irányítás (menedzsment), piacbiztosítás (marketing)

Közös irányítású (menedzselésű) bevásárlóutcák

A bevásárlóközpontok egyik nagy előnye az egységes tervezés és irányítás. Hasonló szervezéssel meglévő létesítmények is javíthatnák a versenyképességüket, például kiegyenlítettebb kínálattal. A nagyvárosok bevásárlóutcáiban és a kisvárosi központokban az évek során általában olyan eladókör alakult ki, amely messzemenőkig megfelel a vevők igényeinek. Néhány helyen azonban bizonyos termékcsoporthoz hiányt érezni. Egy bevásárlóutca vagy egy települési központ közös irányítása nemcsak a hiányzó választékot tudná pótolni a megfelelő üzletek betelepítésével, de egységes helyi tervezési előírásokkal, az építkezések koordinálásával vonzóvá tehetné az üzletek környezetét is. A máris aktív hirdetési közösségek (Werbegemeinschaften) csak a kezdetet jelentik, a következő lépés az egységes helyi tervek készítése lehetne.

A Bazel közelében fekvő, 17 ezer lakosú Muttenszenben a főutca bevásárlóutcává alakításával sikerült egységet alkotni a régi épületek és az új beépítések között. Az üzletek eladásánál azonban nem ügyeltek arra, hogy optimális árukínálatot biztosítsanak.⁽²¹⁾

A Felső-ausztriai Lenzingben (kb. 5000 lakos) egy vállalkozói csoport piackutatás keretében feltárta az ellátás fehér foltjait, és most különféle vállalkozásokat próbálnak letelepedésre csábítani. Kiderült, hogy a szolgáltatások és a termelés területéről könnyebb vállalkozókat találni (fodrász, fénymásoló üzlet), mint a kereskedelemből. Például a textiláru-kereskedők túl nagy konkurenciát láttak a közeli kistérségi központ, Vöcklabruck széles körű árukínálatában.

Egy boltos a falu új központjában

Stájerország déli részén Wernersdorf szétszórt, 700 fős települése a területén átvezető főközlekedési út felújítását összekötötte a faluközpont újjáalakításával. Két új épülettel és a meglévő vendéglővel, illetve iskolával sikerült egy majdnem autómentes teret kialakítani. A település egyetlen kereskedőjének egy új, 160 m²-es üzletet terveztek, és az új községházán egy postát alakítottak ki. Az épületek fennmaradó területein néhány lakás kapott helyet.

A kereskedelem életképességének feltételei

Ahhoz, hogy egy települési körzetben sikerrel lehessen javítani a kínálatot, fontos tudni, hogy milyen feltételek szükségesek egy üzlet telepítéséhez.



Stájerországban, Wernersdorf falu terének újjáalakításakor egy vegyesbolt is gondoltak a helyi ellátás biztosítása érdekében.

Nagyvárosokban a vevők számát meghatározó irányszámok segíthetnek egy-egy bolttelepítési ajánlatban. A betelepülő kereskedő javíthatja a helyi ellátást.

Egy üzlet életképességének minimális feltételei

Az üzlet fajtája (árúköri)	Forgalom millió ATS	Eladóterület m ²	Vevők száma háztartás
Élelmiszer-kereskedő	10	250	400
Pékség	5	30	3000 *
Húsbolt	6	50	1800 *
Húsbolt helyi állófogasztással	6	80	1500 *
Háztartási és Illatszertbolt	5	80	1500 *
Újságárú/Dohánybolt	3	20	2400
Papírbolt	3	40	6000
Fehérneműbolt	3	60	3500
Virágbolt	2	25	3500

*Feltételezve, hogy élelmiszer-kereskedő van a közelben

Forrás: Új telepek helyi ellátása, Gazdasági Kamara Bécs 1994⁽⁴⁹⁾

Ludweis-Aigen kistérség boltjai

Település-rész	Lakosság szám	Boltok száma	Árukombinációk
Ludweis	153	4	<ul style="list-style-type: none"> ● élelmiszer, vasáru, illatszert, dohány ● textiláru, bútor ● gépek, járművek ● dohány (fodrász)
Aigen	107	2	<ul style="list-style-type: none"> ● élelmiszer, textiláru, vasáru, dohány ● mezőgazd. termék, vegyi áru
Seeb	90	1	<ul style="list-style-type: none"> ● villamos berendezések (rádió)
Blumau/Wild	218	2	<ul style="list-style-type: none"> ● dohány (vendéglő) ● dohány (vendéglő)

Forrás: Alsó-ausztriai Gazdasági Kamara, Waidhofen an der Thaya kerületi részlege

Kiseb településeken a kereskedőnek sokoldalú árukínálatot kell biztosítani, többféle árufajtaival és a kapcsolódó szolgáltatásokkal.

Bécsben olyan irányelveket dolgoztak ki az új lakótelepek helyi ellátásának tervezéséhez, amelyekben mind az ott lakók szükségleteit, mind a gazdaságos üzemeltetés szempontjait figyelembe vették. A vállalkozó számára méltányos, a befektetett tőkét és a ráfordított időt hosszabb távra fedező jövedelmet feltételezve, határozták meg különféle ellátási körülményekre a minimális forgalmat. Ebből adódtak, megbecsülve a háztartásonkénti átlagos kiadásokat és a potenciális vevőkört, a különféle árufajtákra vonatkozó irányértékek.⁽⁴⁹⁾

Ez az érték, például élelmiszer-kereskedelemben 400 háztartást számolva, jóval magasabb a becslés idején Bécsben átlagos 200 háztartás/bolt értéknél. A kiszámított 250 m² minimális eladóterület Ausztriában a valóságban az üzletek 60%-a nem éri el. Nagyvárosok új telepeinél, 3000 fő/km² sűrűséggel számolva, 300 m körzetben, azaz a gyalogos határon belül, adott a 400 háztartást jelentő potenciális vevőkör.

Vidéki térségek vegyes árukínálata

A többszörös tagság miatt a Kereskedelmi Kamara szakcsoportjainak nincsenek pontos adatai az egyes árufajták szerint az üzletek számáról, de egy település áruválasztékára mégis lehet nagyjából következtetni.

Például Waidhofen an der Thaya járásban a 15 településen legalább egy-egy tagja van a következő szakcsoportoknak: élelmiszer-kereskedelem 14 faluban, dohánybolt 13, vasáru és elektromos cikkek 11, textil- és papíráru-kereskedés 10 településen. A 435 eladóhely 62%-a Waidhofen, Gross-Siegharts és Raabs városokban található, ez papírárunál 70%, textíliáknál 75% és a cipőnél 100%.

Az is látszik, hogy kisebb településeken gyakran többféle áru-fajtát is kínálnak, különösen az élelmiszer-kereskedők. Aigenben például a falu élelmiszer-kereskedője az 50 m²-es eladóterületen a forgalma 10%-át vasáruval, 10%-át textíliákkal és 20%-át dohányáruval biztosítja. A vonzáskör sokkal nagyobb, mint a városban, viszont a laksűrűség sokkal kisebb. Aigenben és 3 km-es körzetében 6 település van, összesen 435 lakóval. Az elmúlt évek folyamatos forgalomcsökkenése következtében azonban a családi vállalkozás megszűnés előtt áll.

A vidéki területek helybeni ellátásának megszűnését ún. közösségi vagy szövetkezeti boltok létrehozása vagy a mozgó áru-dák akadályozhatják meg.

A helyi ellátás megőrzése

A helyi vegyesbolt

Mialatt a meglevő kereskedelemszerkezet nagyvárosokban — kisebb helyi változtatásokkal — hosszú távra biztosítani tudja az ellátást, addig vidéken úgy tűnik, hogy a szerkezeti változtatások elkerülhetetlenek. A lehetséges megoldások legtöbbször már régóta ismertek, és sok helyen máris sikeresen működnek.

A vevők számára legkedvezőbbben a helyi ellátást a település vegyesboltja biztosíthatja, amelyet különféle módokon lehet gazdaságossá tenni.

Többfunkciós helyi ellátási központok

Ha a település lakóinak száma nem elegendő ahhoz, hogy akár csak a legkisebb méretű élelmiszerbolt fennmaradásához szükséges forgalmat biztosítsa, a funkciók bővítésével növelheti a bolt a bevételeit⁽⁴⁸⁾:

- A kínálat kiszélesítése más árucikkkel — sok helyi hagyományos vegyesbolt kínál az élelmiszereken felül papír-, háztartási, vas-, textil- és dohányárut, erősen korlátozott választékkal.
- A választék kiegészítése szolgáltatásokkal — egy posta kialakítása, mosodai vagy fotókidolgozás átvevőhelye, összekapcsolás egy vendéglővel stb. mind jó lehetőségek a forgalom növelésére.

Egy ADEG-tag a Graz melletti Dobl községben sikeresen szélesítette ki az áruválasztékát. A 300 m²-es eladóterületen kiegészítésként iskolaszerek, elemek, fehérnemű, varróholmik stb. mellett a környék mezőgazdasági termékeit is árulja. Emellett olyan áruk beszerzését is vállalja, amelyek nem szerepelnek a termékei között.

A Nah & Frisch (Közelben és Frissen) kereskedelmi hálózat tanácsadói a tagboltoknak azt javasolják, hogy szolgáltatásokkal bővítsék a kínálatukat. Különösen gazdag a burgenlandi Stotzing kereskedőjének választéka. Egy postai és egy totó-lottó átvevőhely, valamint dohányárak mellett egy lafnitzi cég (Stájerország) „Üzlet az üzletben” modelljét is alkalmazza. Ez a speciálisan kiképzett tároló és bemutató rendszer lehetővé teszi, hogy a kereskedő a szolgáltatások széles választékát (mosoda/vegyszer-tisztítás, bőr- és szőnyegtisztítás, cipőjavítás, fotókidolgozás) és néhány árut (fotócikkek, jegyek, szemüvegek) forgalmazhasson. Kis szállítóautók 400 helyről viszik el heti két alkalommal a javítandó cipőket, tisztítandó ruházati cikkeket és a kidolgozandó filmeket, és a szolgáltatások teljesítésével egyidejűleg szállítják ki az árukat.

Faluhelyen az ellátás két fő pontja a vegyesbolt és a vendéglő, amelyek mint találkozóhelyek, fontos szerepet játszanak a falu közösségi életében. Egy parasztgazda Puchban (Waidhofen an der Thaya egyik 106 lakosú kistelepülése) egy tető alá hozta a vegyesboltot és a vendéglőt, és kiegészítésül még egy kihelyezett bankfiókot is berendezett.

Az „Autó nélküli bevásárlás” versenypályázat keretében az Osztrák Közlekedési Klub üzleteket, településeket, közlekedési vállalkozásokat és más intézményeket tüntetett ki, amelyek újszerű megoldásokat alkalmaznak Ausztriában a helyi ellátás megővése érdekében.



Az „Üzlet az üzletben” rendszer segítségével az élelmiszer-kereskedők kevés ráfordítással tudják a kínálatukat bővíteni.

Nemcsak kereskedők nyújthatnak különféle szolgáltatásokat, de megfordítva, az iparosok is árusíthatnak egyes termékeket. Így például sok olyan asztalos van, aki nemcsak a saját bútorait árulja.

A funkcióbővítést más vállalkozások is felfedezték. Benzinkutak üzleteket nyitottak, hogy a csökkenő üzemanyag-bevételeket ellensúlyozzák. Élelmiszer- és italforgalmuk jelentős évi növekedésével a helyi ellátás versenytársaivá kezdenek válni. A verseny tisztaságát veszélyezteti, hogy a benzinkutaknak nem kell alkalmazkodni a máshol szigorúan előírt nyitvatartási szabályokhoz. Németországban az egyik kőolajtröszt „számítógépes vásárlással” kínálja a benzinkútjainál a teljes ABC-áruházi választékot. Az árukat a számítógép képernyőjéről kiválasztva, a megrendelést egy élelmiszer-nagykereskedőhöz továbbítják, majd a benzinkúthoz szállított, becsomagolt árukat a vevő elviheti. Ha a napi szükségletet az élelmiszerbolt helyett a benzinkútnál vásárolják meg, egy gyalogutat rendszerint egy autót vált fel.

Kíváncsú lenne, ha a helyi boltok gyalogosan könnyebben elérhető helyeken, például a központi megállóhelyek közvetlen közelében lennének.

Kis lerakatok (fiókházak)

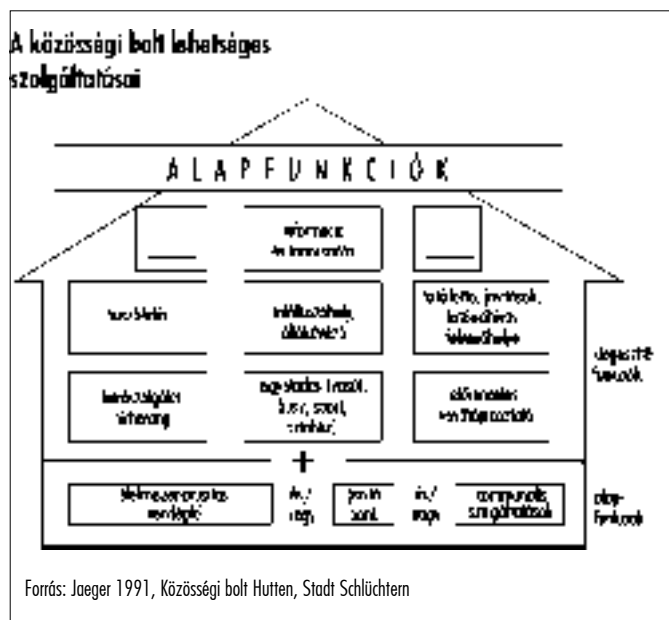
A szomszédos település vállalkozásának fiókházai is lehetőséget nyújthat egy ellátatlan kisközségnek a helyi árubeszerezésre. A felső-ausztriai Lenzing péksége már 5 darab, egyenként 50–70m² eladóterű minilerakatot épített ki 10 km-es körzetben a különféle kistelepüléseken. A saját áruik mellett e helyeken tejtermékeket és italokat is árulnak.

Közösségi (szomszédsági) boltok

Nehéz helyzet alakulhat ki azokban a kisebb falvakban, ahol az utolsó helyi boltos is bezár. Ilyenkor egy közösségi bolt létesítése nyújthat megoldást. A közösségi boltokra a következők jellemzők:

- A kezdeményezés a helység lakóitól indul ki, akik anyagilag is beszállnak a vállalkozásba valamilyen szervezeti formában (önsegélyező egyesület, polgári jogok társasága, szövetkezet).
- A közösségi bolt, mint a helyi ellátás egyetlen szereplője, a mindenkori helyi feltételekhez alkalmazkodva, több funkciót is ellát, és biztosítja az alapellátáshoz szükséges legfontosabb árukat és szolgáltatásokat.

A vevők bevonásával a működési kockázat megoszlik, és a vevők jobban azonosulnak a saját boltjukkal. Ez biztosítja, hogy az új üzletet valóban látogassák, és ezáltal az életképessége megmaradjon.



Egy közösségi bolt, mint egy többcélú miniközpont, egész kicsiny településeken is meg tudja oldani a helyi ellátást.

Sikeresen működő közösségi boltokra már Ausztria-szerte akadnak példák.

Voralbergben, Sulzberg járás (Gemeinde) Thal nevű 350 fős településén egy önszerveződő egyesület megszerezte a bezárt bolt és vendéglő épületét. Társadalmi munkában a tagok rendbe hozták a házat, és egy bérlő 1989 óta ismét sikeresen üzemelteti mindkét létesítményt.

Kaerntenben, Dellach járás St. Daniel nevű 350 fős közösségében a lakosok a környék parasztgazdáival összefogva egy segélyegyletet és egy kft.-t alapítottak a bezárt élelmiszerüzlet megnyitására (1992) és üzemeltetésére. Az életképesség fokozott biztosítására „Szent Dániel boltjában” („St. Danieler G'schaeft”), 85 m² eladóterületen az alapvető cikkek kivül a környék parasztjainak élelmiszereit és Kaernten iparművészeti termékeit is árusítják.

Nagyon széles választékú közösségi boltot alakítottak ki 1991-ben a németországi Hessen tartományban, a Schlüchtern városhoz kapcsolt Huttenben (kb. 860 lakos). Úgynevezett falufelújítás keretében a régi falusi iskolában 95 m² eladóterületen élelmiszereket, újságot, iskolaszereket és ajándéktárgyakat árulnak. Emellett van egy totó-lottó felvevőhely, egy állókávézó és egy információs pult, közösségi és turisztikai tájékoztatással. A „Mi boltunk”-at egy 80 helyi lakosból álló polgári jogi társaság üzemelteti. Az eladási, megrendelési és tisztítási munkákat négy tag végzi 10 DM órábérben.^(25,19)

A közösségi boltok sikeréhez a községek és tartományok anyagi támogatással járultak hozzá.

A községek (önkormányzatok) szerepe a helyi boltok fenntartásában

A községek támogatása jelentősen hozzájárulhat a helyi boltok fennmaradásához. A voralbergi Wolfurtban megszavazták, hogy a település „Rickenbacher Laedele”-nek elnevezett boltja bérleti és áramszolgáltatási díját közpénzből fedezzék, így már találtak egy új bérlőt a bezárással fenyegetett létesítmény üzemeltetésére.

Felső-Ausztriában Ohlsdorf lakóinak sikerült az áruházukat újra megnyitni azáltal, hogy indulósegélyként két évig visszatértették a kommunális és az italok után fizetendő adót, és kiépítették az épülethez vezető járdát. (Előzetesen megbízást adtak egy helyi hatáselemzésre.)

Vöcklabruck város néhány új lakótelepén végzett kérdőíves felméréséből azt állapította meg, hogy a legtöbben (40–60%) a helyi ellátás biztosítását kívánják. Most megpróbálnak jelentkezőket találni helyi boltok betelepítésére.

Thalban, ez a helyi lakosok által rendbehozott ház ad helyet egy kereskedőnek és a vendéglőnek.



A helyi ellátás biztosítására teendő intézkedések

Mozgó boltok

Sok pék a furgonján viszi az áruját a környező településekre. Nagyobb kényelmet nyújt egy speciális felépítésű kisteherautó.



A mozgó boltok őse Svájcban — Migros-elárúsítókocsi 1925-ből.

A legkisebb településeken, ahol egy helyi bolt nem lehet életképes, a mozgó bolt jelenti a megoldást. A közeli központokban működő kereskedések legtöbbször kisteherautókkal keresik fel az ilyen falvakat. Megállnak a helybeliek által már ismert pontokon, és a legfontosabb élelmiszerekből összeállított választékot kínálják.

Az ilyen megoldásnak már nagy hagyományai vannak a pékek és a hentesek körében. Waidhofen an der Thaya kerületben 12 község mind a 17 pékje elviszi az áruját a környező településekre. Waidhofen város egyik pékje naponta 3–4 órát van úton, és ezalatt 4–6 községben átlagosan 50 vevőt szolgál ki. A péksüteményeket és tejtermékeket összesen 22 településen (26-tól 316 lakos), heti egy-két alkalommal árulják, és a lakosok mintegy 10%-a vásárol be ilyen módon.

Salzburgban az egyik pék egy kisteherautót külön erre a célra alakított át guruló bolttá, és ezzel kétszer egy héten, meghatározott menetrend szerint St. Johann környékén 5 kistelepülést keres fel.

Élelmiszer-kereskedők is elmennek a vevőikhez mozgó boltjaikkal, mint például az Alsó-Ausztria északi részén fekvő Hagenberg (217 lakos) egyik családi vállalkozása, amely háromszor egy héten Friebritzet (45 lakos) és Altmannt (115 lakos) is ellátja. A lakosok nagy része ki is használja ezt a kedvező bevásárlási lehetőséget — Friebritzben 15-20-an, Altmanntban kb. 30-an vásárolnak egy-egy alkalommal.

A svájci Migros az előkép

A legnagyobb svájci vállalkozások egyike 1925-ben 5 teherautó guruló bolttá alakításával kezdte, Henry Ford Egyesült Államokbeli példájára. Gottlieb Duttweiler a Migros alapításával akart a túlzott svájci élelmiszerárak csökkentéséhez hozzájárulni azzal, hogy Zürichben a teherautóiból egy szűk választékot (rizs, tésztafélék, cukor, kávé, kókuszszír, szappan) sokkal olcsóbban kínált, mint a boltok. Csak azután, hogy egy év alatt a kocsijainak száma 12-re és a kínálat 36-féle árura nőtt, nyitotta meg az első üzletét. 1960-ban 131 mozgó boltja és már 383 üzlete volt, míg 1994-re a kocsik száma 80-ra csökkent. A fióküzlet-hálózat ki-szélesítésével megváltozott a mozgó boltok szerepe. A zürichi kezdet után ma már csak a rosszul ellátott térségeket és a városokon kívül eső területeket keresik fel. Ott kínálják a végigjárható, önkiszolgáló rendszerre berendezett járművekben (amelyek kb. 700 000 svájci frankba kerülnek) a hosszú évek tapasztalatai alapján optimalizált, a helyi ellátásnak megfelelő áruválasztékot. 1994-ben a forgalmuk 93 millió frank volt.⁽⁵⁰⁾

A mozgó boltok áruválasztéka ma mintegy 800-féle, a napi szükségletek körébe tartozó cikkből áll. A St. Gallen területén működő Migros szövetkezet ma 9 kocsival, heti egy vagy két alkalommal 440 állomást keres fel, amelyek részben magánterületen, részben közterületen fekszenek. Ez utóbbiakhoz hatósági hozzájárulás szükséges. Egy-egy menetben 7 óra 30-tól 16 óra 30-ig mintegy 100 km-t tesznek meg, mialatt az elárúsító kocsi 6–9 településen, kb. 20 megállóban, 20–20 percig áll a vevők rendelkezésére. A legtöbb településen 100–500 háztartás van, ritka az 1000 fölötti létszám.

A guruló áruház

Az eladókocsi egyik olcsó változata volt a felső-ausztriai Vöcklabruckban, 1995-ben üzembe helyezett, korábban menetrendszerű buszként üzemelt jármű. Polcok és hűtőpultok beszerelésével járható „guruló áruházzá” alakították át. A busz két különböző vonalon járt, és a napi szükséglet legfontosabb áruit — élelmiszereket (pékáru, vaj, tej, liszt, só, friss zöldség és gyümölcs) és különféle háztartási cikkeket — kétszer egy héten mintegy 30 ellátatlan faluba és kistelepülésre (50–300 háztartás) szállította. 8-tól 17 óráig a busz 50–70 km-t tett meg. A helyi újságokban elhelyezett hirdetések is segítettek a tisztes forgalom elérésében. Naponta 150–200 vevő fordult meg a guruló áruházban. Ennek ellenére a vállalkozást megszüntették, mert az egyik partner kiválásával megszűntek a működés jogi keretei.

Jogi háttér

Az iparűzési törvényben a mozgó boltokra vonatkozó rendelkezéseket a vándorló árusítás (Feilbieten im Umherziehen) cím alatt szabályozzák⁽¹⁶⁾:

53a paragrafus⁽¹⁾: Pékek, mészárosok, hentesek és élelmiszer-kereskedők — amennyiben a működési engedélyükben az áruk eladása szerepel — településről településre, illetve házról házra járhatnak a termékeikkel, eladás céljából.

⁽²⁾Az (1) bekezdés szerint az eladást csak azok az iparűzők végezhetik, akiknek az igazgatási körzetben, illetve a szomszédos körzetek egyikében az eladásra szánt cikkeknek megfelelő telephelye (gyártóüzeme) működik; mindemellett csak azokat az árukat kínálhatják eladásra, amelyeket az üzemükben is árusítanak.

Migros-elárúsító kocsi 1969



Felső-Ausztriában egy régi buszt alakítottak át „guruló áruházzá”.

A helyi ellátás biztosítására teendő intézkedések

Kézbesítő szolgálat — házhoz szállítás

A házhoz szállítás alkalmazási területei

- idős vagy egészségügyi problémákkal küszködő emberek számára, akik maguk nem képesek bevásárolni, illetve azoknak, akiknek a közelében nincs megfelelő bevásárlási lehetőség.
- a napi szükségleti cikkek nagyobb mennyiségben történő elővásárlásánál vagy ritkábban vett nagy alakú, nehéz termékek (bútorok, villamos berendezések) vásárlásánál.

A kereskedőtől a vevőhöz szállítás megfelelő szervezésével is lehet autótutat megtakarítani, ha egy kisteherautóval több vevő megvásárolt, illetve megrendelt áruját egyidejűleg hazaszállítják.

Házhoz szállítás a cég saját szállítójárművével

Az élelmiszer-kereskedők gyakran kínálnak házhoz szállítást ingyenesen vagy formális összegért (kb. 20 schillingért), különösen kisebb településeken.

Jó példa erre Alsó-Ausztria Herzogenburg városának (kb. 7700 lakos) SPAR-boltja. A 315 m² eladóterű üzlet heti három alkalommal ingyen szállítja házhoz a megrendelt árut, amelyet a vevők 60%-a a helyszínen választ ki, a többiek pedig telefonon rendelnek meg. Az egy napra eső 20–40, harmadrészen idősebb vevő kiszolgálásához egy kisteherautót kb. háromszor kell megtölteni, és a megtett út kb. 29 km naponta. A házhoz szállítás munkaerő-szükséglete heti 35 óra.

Az, hogy a házhoz szállítást gyalog is lehet végezni, egy bécsi vegyesbolt bizonyítja, ahonnan az árut az eladó kézikocsin viszi haza az idősebb vevőknek.

Bécsben és környékén azoknak a biotermék-vásárlóknak, akiknek a közelében nincsenek bioboltok, az egyik vállalkozás megszervezte a házhoz szállítást. A megrendelést telefonon vagy faxon lehet leadni. Minden munkanapon 48 schillingért más-más negyedbe szállítanak árukat. Az útvonalat a gépkocsi vezetője állítja össze a megrendelések alapján.

Nagy és nehéz termékeket, mint amilyenek a bútorok vagy elektromos berendezések, nagyjából a kereskedés maga, vagy az általuk megbízott szállítási vállalkozás juttatja el a vásárlókhoz.



(Házhoz szállítás ingyenes, azonnali házhoz szállítást és telefonon történő megrendelést ajánlunk vevőinknek. SPAR Markt Schitter
A legrövidebb út a frissességhez.)

Így tájékoztatja vevőit egy élelmiszer-kereskedő a salzburgi Altenmarktban a házhoz szállításról.

Vállalkozói példák a házhoz szállítási szolgálatra

Ha a házhoz szállítással több kereskedés bíz meg egy szállító-vállalatot, akkor a szállítási utak optimalizálhatók.

Mivel a taxivállalatoknak megvan a megfelelő infrastruktúrájuk, a házhoz szállítással jól ki tudják a kínálatukat egészíteni. Így például Grazban a 878-as rádiótaxi-központ saját társaságot alapított, amely egy kisteherautóval vállalja az áruk hazaszállítását pl. akármelyik áruházból. Feldkirch közös hirdetésre alakult vállalkozói egyesülése (Werbegemeinschaft) egy taxivállalkozóval kötött házhoz szállítási szerződést, amelyhez máris több kereskedő csatlakozott. Az árukat nemcsak a városon belül, de a környező településekre is elviszik (pl. Rankweilbe és Nenzingbe), a távolságtól függő díjazásért.

1995-ben, próbaképpen a karácsonyi bevásárlásokhoz, Hamburgban a Der Kurier futárszolgálat a kiskereskedők országos szövetségével közösen egy „Shop & go” (Ugorj be vásárolni, majd folytasd az utad!) elnevezésű szolgálatot kínált a vevőknek. 10 márkaért több mint 800 üzletből lehetett a megvásárolt árut hazahozatni. A kezdeti sikerek után ezt a szolgáltatást tovább kívánják fejleszteni.

Bevásárlószolgálat kerékpár-utánfutóval

Néhány éve a kerékpáros futárszolgálatok sikerrel állják meg a helyüket, mindenekelőtt a levél- és csomagküldésben. 1994. áprilisában a voralbergi Dornbirn RAD-EXPRESS nevű cége élelmiszer-kereskedőkkel együttműködve hozott létre egy házhoz szállítási szolgálatot. Heti egy alkalommal a vevők három élelmiszer-kereskedőtől és egy péktől utánfutós kerékpáron hazaszállíthatják a megvásárolt árukat. Az új ajánlatot szórólapokon, sajtóban, tv-ben és a részt vevő boltokban reklámozták. Összesen mintegy 30 vevő veszi igénybe hetente a szolgáltatást. Egy kosárért vagy dobozért 15 schillinget számítanak fel.

Egy német futárszolgálat sikeres hamburgi kísérlet után szélesebb körben kívánja a házhoz szállítást bevezetni.

(Cipelni? Köszönöm, nem! Ugorj be vásárolni, majd folytasd az utad! A futár hazaviszi.)



Úton a kerékpáros küldönc.

Dortmund belváros üzleteinek több mint fele vállalja a házhoz szállítást.

Kézbesítést vállaló kereskedők



Forrás: Inst. f. Landes- und Stadtentwicklungsforschung Nordrhein-Westfalen⁽²³⁾

Milyen gyakran veszik igénybe a kézbesítő szolgáltatást?



Forrás: Inst. f. Landes- und Stadtentwicklungsforschung Nordrhein-Westfalen⁽²³⁾

Felmérték, hogy Dortmundban mennyire terjedt el a kézbesítő szolgálat a belvárosban. A vizsgálatba bevonták az összes jellemző áruajtát (élelmiszer, illatszer, textiláru, cipő, háztartási eszközök, elektromos berendezések, óra, ékszer stb.).

Házhozállítás Észak-Rajna-Westfáliában

A Tartományi és Városfejlesztési Kutató Intézet egyik felmérésénél a Dortmund üzleti negyedében levő boltokat és az áruházak szakosodott részlegeit megkérdezték, hogy megoldották-e a házhoz szállítást, és ha igen, milyen feltételekkel.⁽²⁹⁾

A megkérdezettek 62%-a kívánságra hazaszállítja az árut. „Nincs rá igény” a leggyakoribb indok, amiért nem ajánlják fel a hazaszállítási lehetőséget. E körbe főleg azok az üzletek tartoznak, amelyek könnyen szállítható, kis értékű árukat adnak el. Az üzletek 26%-ánál igénylik rendszeresebben a vevők a házhoz szállítást. A viszonylag alacsony keresletet az is magyarázza, hogy csak a vállalkozók 13%-a ajánlkozik házhoz szállításra. A szállítások 92%-át a postával vagy saját maguk bonyolítják le, a maradékot taxival vagy futárszolgálattal. A kereskedők 57%-a az árut felár nélkül szállítja. A belvároson kívül a bútorkereskedéseknél (a közvetlenül eladó üzleteket kivéve), építőanyag- és barkácsboltoknál, galériáknál, gyógyszertáraknál és virágüzleteknél általános a házhozállítás. Élelmiszer- és italárudáknál ez kivételnek számít.

A házhozállítás mint termék

A kereskedelemben a kézbesítés gyakran elkerülhetetlen, és elsődlegesen költségnövelő tényezőnek számít. A házhoz szállítást előnyként kihasználni egyet jelent azzal, hogy ezt a szolgáltatást vonzó terméknek állítjuk be, és így próbáljuk eladni. Törekedni kell a kereskedők együttműködésére, mert csak így lehet differenciált, vevőközpontú, és mégis költségkímélő szállítást szervezni.

A vevő számára egyik döntő tényező a szállítási határidő. Lakóépületeknél is elképzelhető célszerű helyiségek vagy berendezések (szekrények, ládák) kialakítása, hogy a szállításra akkor is sor kerülhessen, amikor senki sincs odahaza.

A „leaszfaltozott mezővel” (zöldmezős bevásárlóközponttal) folytatott versenyben a városi kereskedő a környezetéből adódó minőségi jellemzőkön kívül (vonzóbb árukínálat összekötve kulturális kínálattal és vendéglátással) a kézbesítéssel is felhívhatja a figyelmet a nagyobb fokú vásárlási kényelemre. Előny lehet például, ha ezáltal felesleges utakat takarítunk meg a vevőknek, vagy még inkább az, hogy elkerülhetjük, hogy a vevőnk esetleg más üzletben próbálkozzon, ha beszerezzük számára azt az árut, amely éppen nincs raktáron, vagy elvégezzük a kívánt változtatásokat.

Ha szétválak az utazás (személyszállítás) az áruszállítástól, akkor a gépkocsihasználat „lelki” kényszere is csökken, és nő a legmegfelelőbb közlekedési eszköz megválasztásának esélye.

Összességében az árukézbesítés egyes esetekben jó megoldás, de a legjobb mégis az, ha megfelelő a helyi ellátás, és gyalog mehetünk vásárolni.

Vásárlóközterek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

A forgalomfeltárással szembeni követelmények

Elérhetőség

Egy üzlet akkor fekszik forgalmi szempontból kedvező helyen, ha a vevők nagy része rövid idő alatt oda tud jutni. A településen kívül fekvő területeket rendszerint csak gépkocsival lehet elérni. Ilyen helyszínekből a potenciális vevők több mint a fele ki van rekesztve, mivel nem rendelkezik autóval. Forgalmi szempontból a településen belüli helyszínek a legkedvezőbbek, mert rövid úton, autó nélkül is elérhetőek.

Több kényelem és biztonság a gyalogosoknak

A legtöbb bevásárlást gyalog végzik. A gyalogosok azonban a környezetükkel szemben műszaki és esztétikai igényeket támasztanak. Elsősorban kerülők és várakozások nélkül, biztonságosan és kényelmesen kívánják megtenni az utat.

A gyalogosbarát úthálózat követelményei a VCÖ szerint

- A kereszteződések a gyalogosok szempontjai szerint alakítsák át (emelt kereszteződési sáv, védőutak, átláthatóság a járdák előrehúzásával).
- Megszakítások nélküli, megfelelő szélességű gyalogutak és járdák legyenek. Az akadályokat, kerülőutakat levágásokkal, gyaloghidakkal és aluljárókkal szüntessék meg.
- A pályaudvarokat és megállókat kerülőutak nélkül, biztonságosan és kényelmesen lehessen gyalog elérni. A buszokból és villamosokból biztonsággal és kényelmesen lehessen kiszállni.
- A járdák legyenek 2,5 m szélességben egyenesek és teljesen szabadok,

„kacatmentesek” (nem lehetnek olyan akadályok, mint szemétkosár, parkoló autók, kerékpárok, közlekedési táblák oszlopai, tűzcsapok és hasonlók).

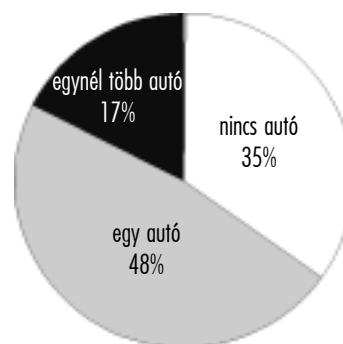
- A gyalogosok biztonsága nagyobb, és több a helyük a gyalogosövezetekben, forgalomcsillapítás esetén és 30 km-es sebességkorlátozásnál.

- Gyalogosbarát város- és területtervezés biztosítsa az üzletekhez, megállókhöz, állomásokhoz, iskolákhoz, hivatalokhoz és munkahelyekhez vezető legrövidebb utakat.

- A gyaloglás és az ott-tartózkodás minősége a terek és utcák vonzó kialakításával növelhető.

Öt háztartásból négyben legfeljebb egy autó van. Mivel ezt rendszerint a munkába járáshoz használják, csak ritkán áll a vásárlásokhoz rendelkezésre.

Az autók száma az osztrák háztartásokban



Forrás: ÖSTAT, Mikrocenzus 1993



A gyalogosövezeteket gyalog is biztonságosan és kényelmesen el lehet érni. Csak ez esetben érdemes gyalogosan menni vásárolni. (Eisenstadt, Ausztria)

A főközpontok szépen kialakított üzletsorán komoly gyaloglásokra is hajlandóak az emberek. Átlagban 1000 m-nél lényegesen többet tesznek meg az oda látogatók.



Gyalogostávolságok

Üzleti területek, vásárlónegyedek kialakításánál nemcsak a boltok száma döntő, hanem az utak hossza is, amelyet a vevők adott esetben még hajlandóak megtenni. Az úthosszat leginkább a belváros felkeresésének célja (séta vagy gyors bevásárlás) és a környezet színvonala befolyásolja. A megtett út hossza függ a gyalogos szubjektív érzéseitől; érdekes, mutatós utakat rövidebbnek érzünk, mint azonos hosszúságú csupasz, unalmas szakaszokat. A központok szépen kialakított bevásárlóterületein egész komoly gyaloglásra is hajlandóak az emberek. Átlagban a vevők jóval több mint 1000 m-t is hajlandóak megtenni.⁽⁶³⁾

A nagy gyalogos távolságok mutatják, hogy a nagyvonalúan kialakított üzletek környéke mennyire csábítja a vevőket. Ez a tény is segíthet a nagyobb gyalogosövezetek kialakításával kapcsolatos aggodalmak elosztatásában. A vevők által kitöltött kérdőívek is megerősítik, hogy igény van a meglevő gyalogosövezetek bővítésére; ha van rá mód, az egész központot ilyenné kívánatos alakítani.⁽³⁹⁾

A belvárosi központokkal szemben az alközpontokban csak rövidebb gyalogutak alakítandók ki. A látogatók nagyobb része ide csak néhány dolog elintézése céljából megy.

A gyalogosok helyszükséglete

A kellemes vásárlás előfeltétele, hogy kényelmesen tudjunk haladni, azaz mások ne akadályozzanak, ne szoruljunk be kényserből egy gyalogosáradatba. A kényelmes haladás mellett azonban a bevásárlóvezetekben a szociális kapcsolat is fontos szerepet játszik. A vásárlók érezni akarják, hogy más vásárlók is körülveszik őket. A vásárlónegyedek kialakításánál tehát meg kell találni a középutat a túl kevés és a túl sok gyalogos között.

Minél szűkebb az út, és minél több a gyalogos, annál nagyobb annak a valószínűsége, hogy a gyalogosok egymást zavarják a találkozásukkor és előzéseknél. ⁽⁶⁵⁾ Ez az akadályozási valószínűség lehet a mérték a gyalogút minőségénél.

A gyaloglás minősége a gyalogosforgalom sűrűségétől függően
(megengedhető gyalogosforgalom óránként és irányonként)

Keresztmetszet	nagyon kényelmes	kényelmes	elviselhető
2,0 m	300	600	1200
2,5 m	600	1200	2000
3,0 m	1200	2000	kb. 2500
4,0 m	1900	kb. 2500	kb. 3500
5,0 m	kb. 2500	kb. 3500	kb. 5000

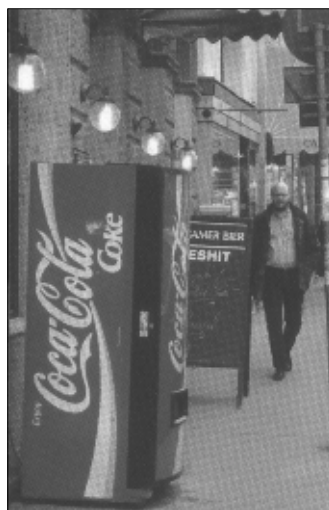
A bevásárlókörzetekben törekedjünk a „kényelmes” kategória alapján kialakítani az útszélességet. Ennél a sűrűségnél még nem vesznek el a járókelők a térben, de nem is akadályozzák egymást túl gyakran. Kényelmetlen körülményeket csak rövid szakaszokon, ahol semmiképp sincs nagyobb hely, illetve csak rövid időre, átmeneti torlódásoknál engedhetünk meg. Üzletutcákban, hosszabb szakaszokon a kényelmetlen gyalogosközlekedés nem fogadható el.

Különleges vevőcsoportok (pl. mozgáskorlátozottak) támasztotta követelmények

Sok vevő korlátozott a mozgásában. A gyerekkocsival közlekedők, illetve a mozgáskorlátozottak további kívánalmakat támasztanak az utcák kialakításával és az üzletek bejárataival szemben.

Egy — a gyerekkocsik és tolószékek számára kényelmet jelentő — rámpa vakoknak kellemetlenebb. A vakok biztonságosabban közlekednek a szabályos lépcsőkön. Ez esetben a szintváltást a burkolat változtatásával is jelezzük előre. Legcélszerűbb a kombinált megoldás, amely a sokféle igény kielégítését egyidejűleg szolgálja, például rámpa és lépcső együttes kialakítása. ⁽²⁷⁾

Szűk, ráadásul mindenféle „kacatokkal” telerakott járdák nem csábítanak vásárlásra. (Bécs)



A járókelők nem zavarhatják egymást a megállásban, előzésben vagy találkozásuknál. (Bécs)



Nem minden vásárló tud a lépcsőn közlekedni. (Dombim, Ausztria)

A tömegközlekedési eszközök alig zavarják a vásárlás élvezetét. Ha itt minden villamos helyett száz autó haladna el, akkor vége lenne a kellemes városi környezetnek. (Graz, Ausztria)



Ingyenes jegy a salzburgi belváros vásárlóinak. (Felirat: Minden átváltás után még két hónapig érvényes, vagy a jegyeladási helyeken ráfizetéssel visszaváltható. Mi többet kínálunk... Köszönjük a vásárlást.)

Vásárlás busszal és villamossal

A kereskedelemnek állna leginkább érdekében, hogy a városi üzletnegyedektől távolabb lakó vásárlók gyorsan és kényelmesen elérhessék e területeket. A szűk utcákban a buszok és a villamosok lényegesen hatékonyabbak, mint az autók. Aki autó helyett busszal jár, az autóshoz képest csak ötödrészen járul hozzá a városok forgalmi dugóinak kialakulásához.⁽³¹⁾ A tömegközlekedési eszközök alig befolyásolják a bevásárlóterek hangulatát. Különösen igaz ez a villamosokra és a gázüzemű buszokra.

A kereskedelem, az önkormányzatok és a közlekedési vállalatok együttműködése

A tömegközlekedés és a kereskedelem azonos feladatok előtt áll: mindkettőnek a lehető legjobban el kell adni a szolgáltatását. Közös eladási stratégiából (marketing) kölcsönös előnyeik származhatnak. Sikeres példák Ausztriában is voltak és vannak. A Salzburgi Közlekedési Vállalat a buszain hirdette a belvárosi bevásárlást. Cserébe a vásárlók a belvárosi üzletekben a használt buszjegyeiket újra cserélhették. A Linzi Közlekedési Vállalat a linzi kereskedőkkel együttműködve karácsonykor különlegesen olcsó „karácsonyi jegyet” ajánl. Nem utolsósorban ennek a kezdeményezésnek köszönhető, hogy a belváros szűkös parkolófelülete szabadon marad azok számára, akik tényleg nehéz dolgokat visznek haza a karácsonyi bevásárlás során. Ott, ahol a tömegközlekedés kínálata nem megfelelő, az önkormányzatok és a kereskedők közösen kezdeményezik a bevásárlóbuszok beállítását. Gars am Kampban például az önkormányzat a kereskedőkkel közösen vezette be a bevásárlóbuszt. A „Garsi busz” heti két alkalommal jut el 3 útvonalon a környék kistelepüléseire. Schwanenstadt a szomszédos önkormányzatokkal összefogva hét útvonalon szállítja a vevőket heti két alkalommal.

Vásárlás a pályaudvaron

Forgalmas pályaudvarok tömegközlekedési kapcsolatai általában a legjobbak, és ezáltal az üzletek ideális helyszínei lehetnek. Bécsben a Westbahnhof használaton kívüli helyiségeinek üzlettelé alakításával mára széles lett a választék. Megtalálható az élelmiszerbolttól kezdve az illatszer-, könyvesbolt, fénymásoló és vendéglőn keresztül sokféle szolgáltatás. Villachban egy aluljárót építenek, amely nemcsak a vágányokhoz vezet, hanem a vasút által kettészelt városrészeket is összeköti. Az alagút két oldalán kisebb üzlethelyiségeket alakítanak ki (könyvek, újságok, pékáru, fényképészeti szakbolt).

A kerékpáros vásárlás kíváncsi

Ma Ausztriában a bevásárlóutak 8%-át teszik meg kerékpárral.⁽⁵¹⁾ A gyalogosközlekedéssel szemben a kerékpározásnak sok előnye van.

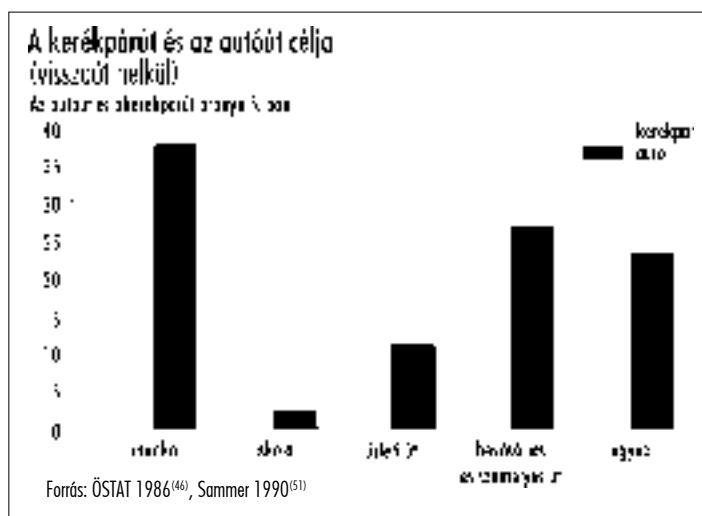
- A kerékpározás négyszer gyorsabb a gyaloglásnál.
- A megtett úthoz képest a súlyos balesetek kockázata kisebb, mint gyalogosan.⁽⁵²⁾
- Kerékpárral könnyebben és kényelmesebben tudunk szállítani, mint gyalog.

A kerékpározás előnyeit meg kell őrizni, illetve a lehetőségek kiépítésével biztosítani kell, hogy továbbra is vonzó partner lehessen a vásárlásoknál. Mindenekelőtt legyenek a célpontok könnyedén és közvetlenül elérhetők.

A biztonságot illetően sokféle félreértést és előítéletet kell megszüntetni. Például a kerékpárosok az útesten lényegesen nagyobb biztonságban vannak, mint a járdán kijelölt ideiglenes, vagy más szakszerűtlenül épített kerékpárúton.

A kerékpározás messzemenőig hagyomány és hozzáállás kérdése. A tájékoztatásnak, tudatformálásnak így nagy jelentősége van.

Ausztriában a kerékpárutak nagyobb hányadát fordítják bevásárlásra, mint az autótutakét.



A kerékpárút bevásárlás követelményei

- A kerékpárhatalmat közönségkapcsolati eszközökkel is terjeszték az önkormányzatok és a kereskedők.
- A kerékpár-közlekedés szabályai általában összhangban legyenek a motorizált közlekedés szabályaival (helyes besorolás balra kanyarodásnál, a szembejövő forgalom szétválasztása a kerékpárutakon).
- Az autók elől általában elzárt vásárlóterületeket a kerékpárosok használhassák.
- A településeken belül a kerékpárosok ne közlekedhessenek a járdán, és a járdák szélességéből kerékpárút céljára ne lehessen elvenni.

- A kerékpár-kereskedők a teherbíró kerékpárokat és a tartós, jól átgondolt kiegészítő felszereléseket terjesztik (például az időjárásálló, rendszeres használatra készült kerékpártáskát).
- Az üzletek és hivatalos épületek elé felállított kerékpártárolók jelezzék, hogy a kerékpáros tiszteltben álló ügyfél, kíváncsi vásárló a számukra.
- A csak a motorizáció miatt bevezetett korlátozások (egyirányú utca, kanyarodási tilalmak, behajtási tilalmak) lehetőleg ne vonatkozzanak a kerékpárosokra.
- A kerékpáros kerülek nélkül használhatja az egész utcahálózatot.



Hollandiában kevés kerékpárt látni hatalmas, ügyes táskák nélkül.



A voralbergi „Fahr Rad!” akció példa a kereskedőkkel együtt végzett tudatformálásra.

Egyes területeken egyedül a forgalmi sávban lehetséges a rakodás. Bécs hetedik kerületében 1992-ben például a rakodások kétharmadát a belső sávban végezték, míg további 14%-ot a parkolási és megállni tilos sávokban.⁽³³⁾



A VCÖ javaslata

Hogy a városok ismét vonzóvá váljanak a kereskedelem és az iparüzés számára, a VCÖ javasolja a szükséges rakodási területek törvényben előírt mértékű biztosítását:

Lakott területen minden útszakaszon a kereszteződések között (két háziömb) legalább a parkolóhelyek 20%-át (minden 5. parkolóhelyet) rakodás táblával jelöljenek. Ezáltal házanként, illetve telkenként egy „szolgálati parkolóhely” biztosítható.

A szolgálati parkolóhelyek a személyszállítás, megkülönböztetett járművek (rendőrség, tűzoltók, mentők) és a szociális szolgáltatások (pl. ételhordás) rendelkezésére is állnak.

Szállítás

Régen csak rakodás céljából lehetett a járművekkel az utcán várakozni. Mióta a magángépkocsikkal szinte korlátlanul lehet az utcákon parkolni, alig marad hely a rakodásokhoz. Ezért gyakran kényszerülnek a szállítók szabálytalan megállásra — a belső sávban, kereszteződésekben, járdán.

Az üzletek működésének, növekedésének biztosítására gondoskodni kell a zavartalan szállításról és rakodásról. Ennek érdekében kell a rakodási területeket kijelölni. Gyalogosövezetekben kielégítő szállítási időhosszakot kell meghatározni.

Német vizsgálatok szerint⁽⁶⁵⁾ munkanapokon 9 és 12 óra között van a fő szállítási időszak. Este 18-tól reggel 6 óráig és szombatonként nemigen szállítanak.

Az árucikkektől és az üzletnagyságtól függ a szállítások gyakorisága.⁽¹⁷⁾

Az üzlet jellege

Élelmiszer-kereskedő

Pékség

Hentes-mészáros

Háztartási/illatszerbolt

Újságos/dohánybolt

Papírbolt

Fehérneműbolt

Virágbolt

Szállítás gyakorisága

2–3 tehergk. nappal, 1 tkg. éjjel

2–5 furgon naponta

1–2 tkg. vagy furgon naponta

1–2 furgon naponta

5–7 furgon hetente

6–7 furgon hetente

1–2 furgon hetente

1–2 furgon hetente

5–7 furgon hetente

Forrás: Gazdasági Kamara, Bécs 1994.⁽⁴⁹⁾

Mivel a városok fő- és alközpontjaiban és a községek központjaiban főleg közepesen tartós és tartós fogyasztási cikkeket áruló üzletek vannak, nem szabadna, hogy az autómentes övezetekben aállítás nehézségekbe ütközzön. Annak a néhány üzletnek vagy egyéb vállalkozásnak, amelyek sűrűbb szállítást igényelnek, külön is ki lehet alakítani behajtási utakat a zónán kívül. Az egész gyalogsterület vagy annak részei forgalomcsillapítással is védhetők („lakóutca” táblákkal jelölve). A forgalomcsillapított területeken időben nem korlátozott a behajtás (célforgalom). A „lakóutca” táblát „behajtani csak állítás céljából engedélyezett” kiegészítő táblával javasoljuk ellátni, hogy a vásárlást az egyéb célú gépkocsiforgalom ne zavarja.

A rakodási területek meghatározásánál nemcsak az időpontok és a állítások száma mérvadó, hanem a rakodás időtartama is. A legtöbb állítónak a ki- és berakodáshoz alig 10 perc van szüksége. Csak a állítók egyötöde rakodik 20 percnél tovább.⁽⁶⁵⁾

Az autós vásárlók igényei

Az autós vásárlók parkolási igényei a belvárosokban csak fizetett parkolók üzemeltetésével oldhatók meg. Magasabb parkolási díjak rövidebb parkolásra ösztönöznek, és ezáltal a helyek jobban kihasználhatók. Ha a parkolás túl olcsó, akkor a kereslet meghaladja a kínálatot. Az a pénz, amit a vásárló az olcsó parkolóhellyel megtakarítana, elvesz a parkolóhely keresésénél.

Az autós vásárlás jelentősen hozzájárul ahhoz, hogy a városokban az élet és a vásárlás egyre kellemetlenebbé váljon. Aki egy központközeli garázsban vagy bevásárlóutcában parkolóhelyet kínál, naponta és férőhelyenként 15 autótutat „állít elő”.⁽⁵³⁾ Ezt az összefüggést is figyelembe kell venni, amikor parkolóhelyek kialakítását tervezik.

A parkolóhelyek gazdaságossága

Egy parkolóhely költsége ritkán lakott területeken a forgalom mintegy 0,5%-át jelenti (autós vevőre eső árumennyiség/parkolóhely). E költség az építéssel, karbantartással és a telekkel kapcsolatos kiadásokat tartalmazza. Ugyanez a belvárosokban 3 és 5% között van, azaz egy nagyságrenddel nagyobb.⁽¹⁸⁾ A közvetlen költségekhez járulnak még a parkolóhely által előidézett gépkocsiforgalom okozta költségek. Ezek a hatások is érintik a kereskedelmet. Meggondolandó tehát, hogy a városokban vevőparkolók helyett a tőkét nem érdemesebb-e másba fektetni (például közös hirdetésekbe vagy a terület egységesebb kialakításába, marketingbe).

P + R

Nagy-Britannia számtalan helyén a belvárosba igyekvő autós látogatóknak a város határában parkolókat létesítettek, ahonnan busszal lehet a központba utazni. Egy ilyen rendszer átvételénél érdemes lenne megvizsgálni, hogy az autóból a tömegközlekedésre váltást nem még távolabb a várostól, például a vasúti állomások környékén kellene-e megoldani.

VCÖ-javaslat

Egy élénk város, a gyalogosokat hívogató utcákkal és terekkel, jól működő üzletekkel, kávézókkal, vendéglőkkel és szabadidős kínálatokkal a tipikus autós vevő számára is csábítóbb, mint az autópályák mellett álló bevásárlóközpontok előregyártott csarnokai. Az, aki a városok kellemes adottságait feláldozza az autóközlekedés oltárán, kijátssza a belvárosi kereskedelem aduait. Aki ezzel szemben gondoskodik arról, hogy az üzleti negyedek autó nélkül, biztonságosan és kényelmesen legyenek elérhetőek, felértékeli a várost mint lakóterületet és mint a kereskedelem és iparűzés természetes szálláshelyeit.

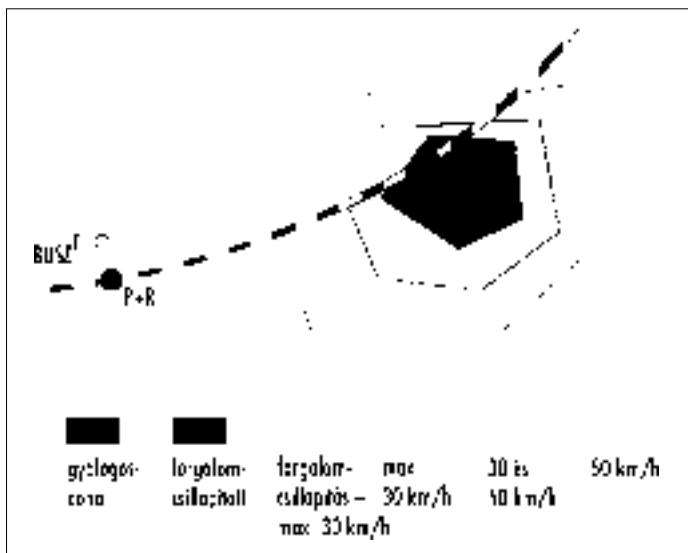
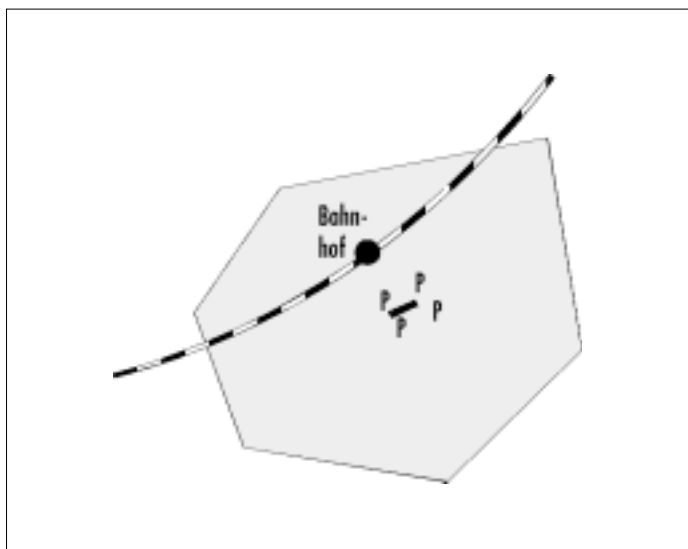


Az autóból nem a város határára kellene tömegközlekedési eszközre (P + R) átszállni, hanem még előbb. (Oxford, Nagy-Britannia)

Vásárlóközpontok közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

Amire a településközpontok forgalomfeltárásánál törekedjünk

Hagyományos, differenciálatlanul autócentrikus forgalomszervezés



A hagymahéj modellnél egy lépcső (gyalogosövezet) helyett legalább négy lépcsős, gyalogoscentrikus forgalomfeltárást alakítanak ki.

A gépkocsival megközelített mérföldes üzletsoroktól ...

Az elmúlt években még úgy tartották, hogy a központi gyalogosövezetekben vásárláskor mérföldeket kell gyalogolni az üzletsorok mentén. Ezek a gyalogosövezetek azonban sok esetben csak rövid utcaszakaszokra szorítkoztak. Egynegyedük még a 150 m-t sem érte el. Csak negyedrészüik volt 1 km-nél hosszabb.⁽³⁷⁾

A gyalogosövezetek beszűkülésének legfőbb oka az a feltételezés volt, hogy a vásárlók nagy része autóval érkezik. Korlátozó tényező volt tehát az elegendő parkolóhely kialakításának kényszere. A gyalogosövezet növelésével együtt járó látogatószám-növekedés a gépkocsira koncentráló forgalomszervezés esetén partalan növekedéshez vezetett volna; további parkolókat kellett volna építeni, és ennek következtében az utcákat is tovább kellett volna bővíteni. Ezáltal a gyalogosövezetek környezetében tovább nőtték volna a feszültségek.

... a hagymahéj modellig

A bevásárlóközpontok szerkezetét — utcák és parkolók tengerében úszó, őrzött vásárlósziget — nem lehet a belvárosokra alkalmazni.

Az ún. hagymahéj modellnél egy homogén tömb (gyalogosövezet) helyett legalább egy négylépcsős, a gyalogosok igényeire szervezett forgalmi rendet alakítanak ki: (belülről kifelé)

- gyalogosövezet;
- forgalomcsillapított övezet;
- sebességhatárolás (30 km/h vagy annál kisebb) zónája;
- eltérő előírt sebességű külső övezet (pl. 50 km/h a főúton, 30 km/h a mellékutakban).

Egy ilyen lépcsőzött rendszer központja tiszta gyalogosövezetből és forgalomcsillapított területekből áll. A terület többi részén gyalogosbarát forgalomszervezés van érvényben. Ezt a modellt nemcsak egy város központjára, hanem alközpontokra is lehet alkalmazni. Ilyen alközpontokká alakíthatók egyes településrészek fejlődő bevásárlóutcái és új telepek tervezett vásárlómagjai is.

A hagymahéj modell alapján szervezett forgalom célja egyrészt az, hogy a város fő funkcióit kellemesebbé tegyék. A lakható város — lakóhely, a kereskedelem és az iparűzés központja, munkahely. További cél az, hogy a vásárlók minél nagyobb számban gyalog, kerékpáron vagy tömegközlekedési eszközt igénybe véve keressék fel a települések központjait. Ezáltal a gépkocsiparkolók számát a legszükségesebb minimumra lehet szorítani. Hogy az így kialakított kevés parkoló valóban azoknak álljon a rendelkezésére, akik nehéz tárgyakat szállítanak, korlátozni kell a parkolási időt, és magasan kell a parkolás díját megállapítani.

Vásárlóközrzetek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

Gyalogosövezetek

A gyalogosövezet képezi a magját egy település gyalogosbarát forgalomfeltárásának. A gyalogosövezet olyan utcahálózat, amelyet csak gyalogosforgalomra irányoznak elő. Megkülönböztetett jelzésű gépkocsik bármikor, szállítójárművek csak korlátozásokkal mehetnek be a területre.

A szállítások lebonyolítása

A szállítóforgalom időben általában behatárolt. A szállítási időket az üzletekkel és a helyi iparüzőkkel egyeztetve kell megállapítani. Tapasztalatok szerint a szállításokra elegendőek a reggeli és délelőtti órák, mivel a legtöbb szállítást 9 és 12 óra között bonyolítják le. Falvakban és kisvárosokban még utánfutós teherautókkal is be lehet hajtani, megfelelő korlátozó feltételek mellett. Nagyobb városokban ez nem ésszerű, mert az utánfutós teherautók ki- és behajtásai túllépnék a gyalogosövezetekben még elviselhető forgalmi terhelést.

Gyalogosövezetek kialakítása

A gyalogosövezeteknél a forgalom mellett az utcák kialakítását is a gyalogosok szempontjai szerint kell módosítani. Egyik fontos lépés az, hogy az utca szintjét teljes szélességben egy síkba hozzuk. Ameddig megmarad a járda illetve a járdaszegély, a gyalogosok többsége továbbra is a járdákon szorong. Csak ezek eltávolítása után veszik az utcát teljes szélességében birtokukba. Az arra haladók száma az útfelület átalakításával érezhetően emelkedik.

Egy élénk átmenő forgalmú útból...



... vonzó vásárlónegyedet alakítottak ki (Eisenstadt, Ausztria).

A gépkocsiforgalom okozta gondok kiküszöbölésére szükség van egyes utcák gyalogosövezettké alakítására. Kerékpárok, helyi buszjáratok és villamosok számára ezek az utcák rendszerint továbbra is rendelkezésre állnak (Graz, Ausztria).



A bevásárlópasszázs gondolata — egy fedett, gyalogosok számára kiépült összekötő utca — visszanyúl a 19. századba (Milánó, Olaszország).

Kerékpárforgalom és tömegközlekedés a gyalogosövezetekben

Minden esetben külön mérlegelendő, hogy megengedhető-e a gyalogosövezeten belül a kerékpározás. A következő feltételeknek kell ehhez teljesülni:

- elegendő szélesség és jól belátható terek,
- ritkább gyalogosforgalom (pl. a kerékpározás csak a csúcsforgalmi időkhöz kívül engedélyezett),
- rövid útszakaszok a gyalogosövezet területén,
- a kétféle közlekedésmód egyenrangúvá tétele,
- lépésben haladás.

Minden esetben, ha a gyalogosövezet viszonylag hosszan elnyúlik, lehetővé kell tenni, hogy néhány helyen a zónát kerékpárokkal keresztben át lehessen szelni. A tömegközlekedési eszközök jelenlétét a kerékpárokéhoz hasonlóan a helyi adottságok döntenek el. Legtöbbször arra a megállapításra jutnak, hogy a járművek okozta kisebb kellemetlenségeket ellensúlyozza az, hogy a terület jó tömegközlekedéssel könnyebben elérhetővé válik.

Bevásárlópasszázsok (gyalogosátjárók)

Az utóbbi években újra felfedezett bevásárlópasszázsok jelentősen hozzájárulhatnak a belvárosok újjáélesztéséhez. Védelmet nyújtanak az időjárás kellemetlenségeitől, és kellemes hangulatukkal hívogatnak egy bevásárlósétára. További előnyük, hogy rövidebb összeköttetéseket tesznek lehetővé a bevásárlóutcák között. A hamburgi belvárosban 1979 óta egy egész sor átjárót építettek ki, egyenként 10–50 üzlettel, 1500–7500 m² eladóterülettel és néhány vendéglátóegységgel.

A legtöbb passzázst közösen irányítják, és igyekeznek az árukínálatot is egymáshoz igazítani.⁽²⁴⁾

Vásárlóközetek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

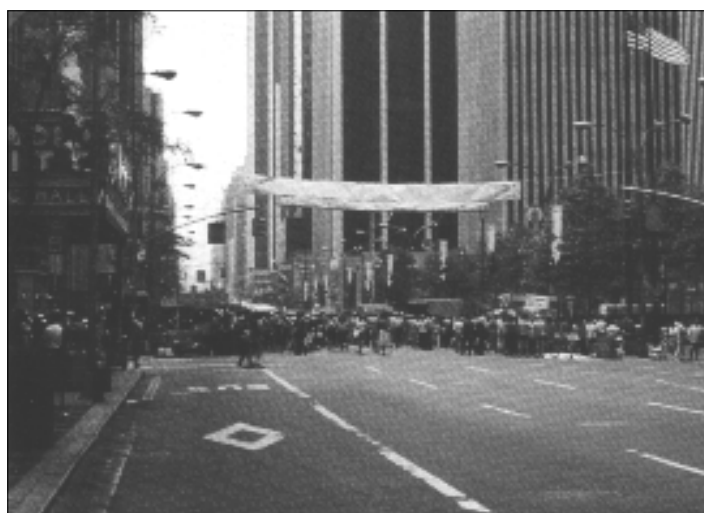
Időszakos gyalogosövezetek

A gyalogosok kizárólagosságát csak időkorlátok között biztosító övezet kialakítása leginkább akkor ésszerű, ha az nagy felületen, szinte egy egész városnegyedre magában foglal. Ilyen esetekben teljesíthető a helyi vállalkozók jogos igénye, hogy napközben elég idejük legyen a teherkocsis forgalmuk lebonyolítására. Este a vendéglők, színházak és mozik üzemeltetői kívánják meg, hogy az autóval érkezők is behajthassanak (különösen akkor, ha rossz az esti tömegközlekedés színvonala). Az angliai York óvárosa mintegy egy km² területével 11 és 16 óra között gyalogosövezet. A parkolóhelyek megszüntetésével hatékonyan csökkentették a gépkocsiforgalmat ezen időn kívül is, és a forgalomcsillapítással elviselhető szintre sikerült leszorítani a közlekedés okozta kellemetlenségeket.

Megfigyelések szerint a forgalom péntek délután és szombaton kétszer akkora, mint hétköznapiakon. Érdekes megoldás lehetne néhány utcát a hétvégi bevásárláshoz gyalogosövezetként alakítani. Ezt különösen olyan helyeken lenne érdemes kipróbálni, ahol munkaidőben elkerülhetetlen az ipari üzemek miatti erős gépkocsiforgalom. Japánban a fő bevásárlási napon, vasárnap váltak be a gyalogosövezetek.⁽⁶⁴⁾

Félszívvel tett intézkedések nem szoktak sikerülni. Például annak alig van értelme, ha egy egyébként sem nagy kiterjedésű gyalogosövezetben a behajtást csak időszakosan tiltjuk. Német vizsgálatok igazolják, hogy ilyen esetekben is csak minden második autós használja ki, hogy behajthat a gyalogosövezetbe. A sétálók ezzel szemben sokkal jobban örülnének, ha a gépkocsiforgalmat teljesen kizárnák.⁽⁴⁶⁾

Az angliai York egy négyzetkilométernyi óvárosa naponta 11 és 16 óra között gyalogosövezet.



Japánban és az Egyesült Államok néhány városában beváltak a heti egy napra lezárt, ideiglenes gyalogosövezetek.

Vásárlóközrtek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

Forgalomcsillapítás

Forgalomcsillapítás után: Az egész utca egy felszabadult bevásárlóközrre vár. Mindenkinél lépésben kell haladni. Rakodás céljából a be- és kihajtás megengedett. Átmenő fogalom és parkolás tilos. (Tulln, Ausztria)



VCÖ-ajánlás: Sok falusi és városi bevásárlóutcánál, ha az ott levő üzemek igénylik az egész napos rakodást, optimális megoldás lehet a forgalomcsillapítás (lakóutak kialakítása). A forgalomcsillapítást jelző lakóutca elnevezés a közlekedési táblán és a táblára festett gyerekek nem állnak ellentmondásban a vásárlóutca funkciójával. Egy élénk, vonzó vásárlóterületen a gyerekek számára is kell hogy legyen hely. A VCÖ azért is fellép, hogy a gyalogosövezetekben a gyerekek játszását egységesen engedélyezzék.

A forgalomcsillapított utcákban általánosan érvényes a lépésben haladás. A vezetők és a gyalogosok egyenrangúak, a gyalogosok az utca bármely részén járkálhatnak és megállhatnak. Forgalomcsillapított övezetekben csak a célforgalom megengedett. Általános parkolási tilalom van érvényben. Ez alól csak a jelzett parkolóhelyek kivételek. A forgalomcsillapított övezetek különösen értékesek abból a szempontból, hogy egy új közlekedési kultúrát képviselnek, amelyben a gyalogosokat már nem szorítják ki a pálya szélére, hanem egyenrangú félként vesznek részt a forgalomban.

Forgalomcsillapított övezetek mint bevásárlóterületek

Holland és német tapasztalatok mutatják, hogy a vásárlónegyedekben a lakóutakat leginkább két esetben alkalmazzák. Egyik esetben a hagyományok modell szerint a forgalomcsillapított gyűrt gyalogosövezetet egészíti ki. A másik esetben — különösen kisvárosokban és falvakban — a politikailag nehezen keresztülvihető gyalogosövezeteket helyettesítik, és ezáltal a vásárlóknak a korábbinál jobb körülményeket biztosítanak. Ideálisan alkalmazható a forgalomcsillapítás az óvárosok szűk utcáiban és az olyan bevásárlóutakban, ahol az üzleteken kívül termelő üzemek is vannak, amelyeket egész nap el kell tudni látni.

A forgalomcsillapított vásárlóterületek ötlete Hollandiából származik. Ausztriában a forgalomcsillapított övezetek (ún. lakóutak) üzletnegyedekben még szokatlanok.

Forgalomcsillapított területek kialakítása

A forgalomcsillapított utcák építészeti kialakításánál a sétálóutcahoz hasonló megoldásokat alkalmazzák. Meg kell szüntetni a járda és úttest közötti szinteltérést, különben a gyalogosok továbbra is a járdákon szoronganak, és az autók nagyobb sebességre váltva, ismét uralják az úttestet. Legfőbb követelmény, hogy az intézkedésekkel erősítsük a gyalogosok öntudatát. Tovább csökkenthető az autók sebessége küszöbökkel és a sávok szűkítésével, illetve áthelyezésével. Különböző burkolatokkal és betétekkel lehet az útfelületet tagolni. Megvan a lehetőség a rakodóterületek külön jelzésére. A kijelölt parkolókat és rakodósávokat lehetőleg az utca szélére helyezzük, hogy a gyalogosok inkább a középső szakaszokat foglalják el.

Vásárlóközrtek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

Járdák

Járdaszélesség

A járdákat tervezzük nagyvonalúan, hogy a gyalogosok nagyobb akadályoztatások nélkül mozoghassanak. A járdaszélesség meghatározásánál a várható gyalogosszám és a helyi adottságok mérvadóak. Vásárlóutcáknál a következő járdaszélességek az ajánlott értékek:

- Kirakatokkal szegélyezett vásárlóutca: legalább 3,5 m, lehetőleg 4,75 m.
- Kirakatokkal és vitrinekkel szegélyezett vásárlóutca: legalább 3,70 m, ha lehet, 5,05 m.

A széles járdák kialakítását gyakran lehetetlenné teszik a helyi adottságok. Ilyen esetekben ne a ma még szokásos megoldást, a keskenyebb járdát alkalmazzuk, hanem vizsgáljuk a különféle lehetőségeket a teljes utcaszélesség figyelembevételével. Ajánlható például a vegyes használatú felületkialakítás, vagy az úttest lekeskenyítése kitérőkkel egy sávra, vagy az úttest közepén szakaszonként kialakított gyalogosszigetek a gépjárművek között.

A túloldalra áthaladást, útkeresztezést segítő eszközök

Az úttesten kényelmesen és biztonságosan kell tudni áthaladni, és ehhez elégséges mennyiségű átjárást kell biztosítani. Az áthaladás segítésére a következő eszközök állnak rendelkezésünkre:

- A zebracsíkozás (védett útszakasz) a legegyszerűbb segítség, amely legalábbis a gyalogos jogi státusát védi.
- A járda szintjére felemelhetjük az átjárószakaszt. Így a gyalogosok akadálytalanul haladhatnak, és a gépkocsikat a szintváltás is fékezésre kényszeríti. A jogi felelősség szempontjából itt is jelezni kell az átjárást zebracsíkokkal.
- Gyalogosszigetekkel az úttestet két részre oszthatjuk. Ezáltal a gyalogos jobban áttekintheti az útszakaszokat, és egy-egy rövidebb szakaszt kell megtennie. A szigetek legkisebb szélessége 2 m.
- Az úttest közepén végighúzódnó sáv megkönnyíti a gyalogosoknak, hogy tetszőleges helyen mehessenek át az úttest másik oldalára. Kisebb járdaszigetekkel, akadályokkal (50 m-ként) elkerülhető, hogy a sietős autós a középén levő sávon haladjon. A sávot megkülönböztetésül más burkolattal is célszerű ellátni.
- A járdák helyenkénti előrehúzásával (kiszélesítésével) könnyebbé válik a gyalogos és autós egymásra pillantása, ami növeli a biztonságot.
- Lámpás kereszteződés egyértelműen szabályozza, hogy mikor szabad a gyalogosnak áthaladni. Hátrány a magasabb költségek mellett az autósok és gyalogosok felesleges megvárakoztatása. Ideális megoldás a sárgán villogó lámpa. A védett átjáró nincs előre szabályozva (a lámpák sárgán villognak), és a gyalogos azonnal az úttestre léphet. A gyalogos nagyobb védelmet élvez, ha egy gombnyomással a lámpát zöldre váltja.

Hatásos sebességkorlátozás átmenő forgalom esetén is lehetséges. Mützigben (Franciaország) két 0,6 m magas hullám korlátozza az áthaladó autók sebességét.



Egy végigmenő, kőburkolatos középső sáv minden ponton megkönnyíti az áthaladást. Ezen a vásárlóutcán naponta mintegy 10 000 autó halad át (Hennef, Németország).

Így lehet a rakodósávokat hatásosan szabadon tartani. Ausztriában is lehetséges lenne ez a megoldás, ha az önkormányzatok az utcák egyes részeit mint magánterületet az üzleteknek és üzemeknek bérbe adnák (Amszterdam, Hollandia).



Meghatározott időben a járdák egy része rakodósáv. Ezen kívüli időben az egész járdaszélesség ismét a gyalogosok rendelkezésére állhat (Bécs).

Gépjárművek okozta forgalomterhelés

A gyalogosok biztonságos közlekedése érdekében a gépkocsi-forgalmat nagyságában és sebességében korlátozni szükséges. Legfeljebb 30 km/h sebességre és a csúcsidőszakban 200 gk/h forgalomra törekedjünk, bár a vizsgálatok szerint a csúcsidei 380 gk/h maximális forgalom átmenetileg még nem veszélyezteti a biztonságot.⁽³⁶⁾

A teherforgalom szervezése

Ma a teherforgalom éppen azokban az utcákban jelent nagy gondot, ahol korlátlanul lehet parkolni. A szállítójárművek ezért rendszerint a belső sávban kényszerülnek megállni.

Szigorú parkolásgazdálkodás mellett más eszközökkel is létrehozhatók rakodási területek. A következő adottságok mellett célszerű ezek alkalmazása:⁽¹⁴⁾

- üzleti szempontok alapján működő szigorú területgazdálkodás
- a teherforgalom-feltárás hiánya
- nagy parkolási igény.

Általában a leállósávban kialakított parkolóhelyek közül a szükséges mennyiségben kijelölik a rakodósávokat: „Megállni tilos, kivéve teherszállítást (rakodást)”. Szükség esetén a rakodást időben korlátozhatják: „Megállni tilos ettől ... eddig, kivéve rakodást”.

Ha az utca keresztmetszete túl keskeny ahhoz, hogy mind a parkoláshoz, mind a forgalmi sávoknak és a járdáknak elegendő hely jusson, akkor a rakodási sávokat esetleg a járdán kell kialakítani. Egy rakodódósávos járda lehetőleg 5 m széles legyen (legalább 4 m, keskeny járművek esetén 3,6 m). A rakodási időn kívül az egész járda a gyalogosok rendelkezésére áll („Megállni tilos, kivéve rakodást ettől ... eddig”).

Németországban, ahol nagy volt a tartós parkolási igény a széles utcákban, kipróbálták a rakodás engedélyezését a belső sávban.⁽⁷⁾ Erre legalkalmasabbak a ferdén parkoló autók és a forgalmi sáv között kialakuló beállási sávok. A rakodófelületeket legjobb eltérő burkolattal jelölni.

Vásárlóközrtek közlekedési kapcsolatai, forgalomfeltárás és -kialakítás

Tervezés — kialakítás

Alapelvek

Egy vásárlóközrtek vonzásában a forgalomszervezés mellett az utcakép kialakításának is nagy jelentősége van. A gyalogosok a kis sebesség következtében sokkal jobban érzékelik a környezetüket, mint más közlekedők. Egy sétához, elidőzéshez hívogató térkialakítás a vásárlókat is odacsábítja.

Azzal, hogy egy bevásárlóutcat szépen kell kialakítani, lassan tapasztalatból is nagyjából mindenki egyetért. Csak a hogyanról térnek el a vélemények. Ennek az az oka, hogy nincsenek erre sémák. Van ugyan néhány alapszabálya a tervezésnek, a tényleges kialakítást azonban minden esetben helyileg kell eldönteni. Gyakran archív felvételek a gépkocsiforgalom hódítása előtti időkből (1965 előtről) adnak hasznos kiindulást a tervezéshez: hol voltak kutak, fák, milyen volt a burkolat, hogyan osztották meg az utat keresztmetszetében, hol volt egy kapu vagy egy útszűkület.

A vásárlóterületek átalakításánál az utcat egy lakáshoz hasonlóan kell kezelnünk. Semmiről sem felejtkezhetünk el, ami feltétlenül szükséges, mindennek legyen meg a maga helye, és az egész egységet alkosson, amelynek rendje, stílusa és egyéni hangulata van.⁽⁶⁾ Csakúgy, mint egy lakásberendezéshez, az utcákhoz és terekhez is egy sor elem tartozik.

Útburkolat

Minden átalakítás alapköve a burkolat. A burkolatok anyaga, színe és mintázata alapvetően befolyásolja a terek hangulatát, és segít a tereket funkcionálisan tagolni. A burkolatok megválasztásánál azonban nemcsak azt kell figyelembe venni, hogy azok jól jelzik-e a térfelosztást és esztétikailag összhangban vannak-e, hanem azt is, hogy kényelmesen járhatók-e. A burkolat legyen rugalmas, hogy a lábakat ne fárasssa ki túlságosan, csúszásmentes a biztosabb járás kedvéért, és vízáteresztő, hogy ne képződjének tócsák.

Az átalakításhoz sokféle térburkolat áll rendelkezésre, amelyek közül a legelterjedtebbeket említjük:

- Kockakő- és lapburkolatok: Nagy előnye az ilyenfajta burkolatoknak a formagazdagság; a térburkolás szinte korlátlan lehetőségeit jelentik.
- Aszfaltburkolat: A formai lehetőségek kötöttek. Előnye a kedvező ár és a gyors kivitel.
- Betonburkolat: Itt is korlátozottak a lehetőségek. A beton a legtartósabb és a legjobban terhelhető burkolat.

Inkább legyen üres, mint túlzsúfolt! Itt igény szerint heti piacot és népiünnepélyeket tartanak. A tér sokoldalúságát biztosítja, hogy nincsenek benne rögzített utcabútorok (Dornbirn, Ausztria).



Minden átalakítás alapköve a térburkolat. A burkolatok anyaga, színe és mintázata döntően befolyásolja a terek alaphangulatát, és segítenek a funkcionális tagolásban (Tulln, Ausztria).

Fedett járdák növelik a vásárlóutcák eleganciáját. A szerkezetnek összhangban kell állnia a hely képével. (Duisburg, Németország)



A bevásárlópasszázs nyújtja a legjobb védelmet a rossz idő ellen (Linz, Ausztria).

Időjárás elleni védelem

Rossz idő, de adott esetben a túlzott napsütés is akadálya lehet annak, hogy gyalog menjünk vásárolni. Azok az eszközök, amelyek a rossz időtől védenek, csökkenthetik a kellemetlenségeket, és rossz idő esetén is növelhetik azt az időt, amelyet a gyalogosok a vásárlóutcákban töltenek. Csapadék ellen az árkádok, fedett átjárók vagy előtetők nyújthatnak védelmet. A terület teljes lefedése építészeti szempontból csak különleges esetben indokolt.

Nemcsak az esőtől, hanem a felfröcsköléstől is meg kell védeni a gyalogosokat. Lehetőségként kínálkozik az úttest közepére helyezett vízelvezetés, vagy a járda és az úttest közé helyezett különféle védelem. További probléma a szél. A védelmet már a tervezés elején szem előtt kell tartanunk; új utakat nyissunk szélárnyékos irányokba. A túlzott napsütés ellen leginkább a fák védenek.

Ülőalkalmatosságok

Az ülőalkalmatosságok kialakításánál a használat módja a döntő. Akik a pihenést, a nyugalmat keresik, a kissé kieső helyen álló, kényelmes padokat értékelik. A nézelődők, bámeszkodók szintén a kényelmet keresik, de az eseményeket szeretnék lehetőleg közelről szemlélteni. Ahhoz, hogy rövid időre a látogatók kifújják magukat, elegendőek a boltok közelében elhelyezett, háttámla nélküli padok. A szomjazók kedvéért jó, ha az ülőhelyek egy része kávéházakhoz kapcsolódik utcai kiszolgálással. Az ülőalkalmatosságokat, ahogy a példák is mutatják, annyiféleképpen ki lehet használni, hogy szinte soha sincs elegendő belőlük.

Mivel az ülőbútorok leltár szerint általában az utcához tartoznak, feltétlenül a környezethez kell hogy illjenek. Alapvetően egyszerűek és stabilak, szolidak, csoportosíthatók, kombinálhatók, kevés karbantartást igénylőek, tére helytakarékosan raktározhatók, vagy időjárásállóak legyenek.⁽⁶⁾

Nyilvános illemhelyek

A vásárlóterületek fontos része a nyilvános illemhely. Az asszonyok e helyeket feltűnően gyakrabban igénylik, mint a férfiak. Ezzel szemben a férfi tervezők sokszor elfelejtkeznek erről. Az üzleti negyedeknek a vásárlóközpontokkal szembeni konkurenciában figyelembe kell ezt venni. Az utóbbiaknál ez a probléma rendszerint példásan megoldott.

A víz mint hangulati elem

A víz a bevásárlóterületek élénkítésének egyik legfontosabb építőköve. Ezt mutatják a szinte minden bevásárlóközpontban elhelyezett kutak és azokhoz hasonló berendezések. A városokban és a falvakban a víz mindenkor jelentős szerepet játszott. A központok átalakításánál jelenjen meg a víz a helyi sajátosságoknak megfelelően; lehetséges megoldások a kutak, nyitott csatornák, medencék, parti sétányok (Dornbirn, Ausztria).

A kutak tervezésénél nemcsak a szépséget, hanem a használhatóságot is tartsuk szem előtt. Alakítsuk ki a kút szélét úgy, hogy oda le lehessen ülni. A kilövési, illetve esési magasságot úgy határozzuk meg a medencenagyság függvényében, hogy a víz a pihenőket ne spriccelje le. Az emberek nemcsak ülni szeretnek a víz mellett, de gyümölcsöt vagy a kezüket megmosni, inni, pancsolni is. Különösen a gyerekek szeretnek a vízben vagy akörül játszani.

Eligazító táblák

Aki belép egy nagy bevásárlóközpontba, rögtön megtudja a térképekből, útjelzőkből és a kezébe nyomott prospektusokból, hogy mit hol tud megvásárolni. A városi bevásárlóutcákban a gyenge szervezés és a versenytársaktól való félelem miatt a vásárló általában nem kap kényelmes, áttekinthető képet az üzletek választékáról. Egységesen kialakított útjelzők és térképek itt sem hiányozhatnak.

Világítás

A világítás erősségét és színét a mindenkori követelményekhez kell igazítani. Gyalogosok a meleg, természetes színeknek kedvelik, ahol a tárgyak színe nem torzul. Az egyenletes kivilágítás-hoz 4–5 m magasan elhelyezett fénypontok a megfelelőek. A bevásárlóutcák világítótestjeit a hely hangulatához igazítsuk, mert fontos és feltűnő utcabútorok.

Vitrinek

A vitrin teszi lehetővé, hogy a termékeket az üzleten kívül is be lehessen mutatni. Ilyen módon azok az üzletek is fel tudják magukra hívni a figyelmet, amelyek egy kissé kieső helyen állnak.

A vitrinek elhelyezésükkel ne zavarják a gyalogosforgalmat, és vigyázzunk, hogy ne zsúfoljuk velük tele az utcaképet.

A vizet sokféleképpen hozhatjuk be a vásárlónegyedekbe; lehetséges megoldások a kutak, nyitott csatornák, medencék, parti sétányok (Dornbirn, Ausztria).



Fontos, hogy az utcai világítótestek alkalmazkodjanak a környezethez, hiszen azok az utca bútorozásának feltűnő elemei. (Dornbirn, Österreich)



Így néz ki egy jó gyalogos-útba-igazító rendszer. Nincs akadálya, hogy hasonló táblák a bevásárlóutca teljes áruválasztékáról is tájékoztassanak. (Bázel, Svájc)

Nagyobb városokban a vásárlóterületen stabil kerékpártárolókat kell építeni, amelyekhez a kerékpárokat biztonságosan hozzá lehet erősíteni (Innsbruck, Ausztria).



Dicséretes kivétel: Nemcsak a bevásárlóközpontokban, hanem ebben a bevásárlóutcában is van játszótér (Graz, Ausztria).

Növényzet

A helyhez igazodó növényzet élénkíti a környéket, jelzi az évszakok változását, belopja a természet egy darabját a házak közé, és javítja a mikroklimát. A fák nyáron jóleső árnyékot adnak, védnek a könnyű esőktől, és megkötik a port. Télen pedig alig akadályozzák, hogy a kevés nap besüthessen.

Ökológiai szempontok mellett a növényzet fontos térformáló eszköz. Fel lehet velük a tereket osztani, segíthetik vagy helyettesíthetik az építészeti elemeket a forgalomszabályozásnál.

A növényeket a klimatikus tényezők és a terek, épületek elhelyezkedése alapján válasszuk ki. Sok faluban korábban a főtéren állt egy fa, facsoport vagy fasor, amely megadta a falu sajátos hangulatát.

Fontos, mindenképp figyelembe veendő szempont a használhatóság. Különösen ügyeljünk, hogy a gyalogosútvonalakat ne zavarják. A rossz helyre tett virágágyak akadályozzák a gyalogosokat, és ezért gyakran tönkreteszik azokat.

Autók és kerékpárok berendezései

A parkolóórák ne zavarják a gyalogosokat. A parkolójegy-kiadó automaták kevésbé zavaróak, mert kevesebb van belőlük, és könnyebb számukra megfelelő helyet kijelölni.

A házakhoz, padokhoz és fákhoz támasztott kerékpárok zavarják az összképet, és részben a gyalogosokat is. Emiatt és a kerékpárforgalom elősegítésére a helyhez illő kerékpártárolókat kell kialakítani.

Játszóterek

Sok család szombati bevásárlási rituáléjában a játszótér mint állandó program szerepel. A városi bevásárlóutcákban nemigen találunk játszótereket, mert senki sem érzi magát az ügyben illetékesnek. Ez is egyike azoknak az előnyöknek, amelyeket a bevásárlóközpontok a rosszul szervezett városi konkurenciával szemben hatékonyan kihasználnak.

Falusi és városi településgazdálkodás

Tudatformálás és településmarketing a községekben

A településmarketing tudatformálási folyamat, amely segíti a települést adottságai megismerésében és kihasználásában. A településmarketing azt jelenti, hogy egy terület kapcsolatát a partnerekkel és különféle célcsoportokkal (kereskedelem, ipar, kultúra, idegenforgalom) tervszerűen fejlesztjük.

A településmarketinghez tartoznak

- elemzések (imázsvizsgálat, forgalmi, kereskedelmi és térségi-gazdasági vizsgálatok),
- arculatkialakítás (milyennek látjuk magunkat, hogyan mutatkozunk be a különféle célcsoportokkal szemben, mik a jó tulajdonságaink, mire törekszünk),
- társadalmi részvétel (az arculatot a polgárok a képviselőkkel közösen dolgozzák ki és valósítják meg).

Az arculathoz hozzátartozik, hogy a település egy önálló, összetéveszthetetlen profilt fejlesszen ki. Ez a profil többek között kulturális sajátosságokon, gondolkodásmódon, szokásokon, ünnepélyeken alapszik.

A településmarketing folyamatában lehetséges partnerek: lakosság, kereskedelem, szolgáltatók, iparosok, üzemek, tömegközlekedési vállalatok, hatóságok (útfelügyelet, építési osztályok), iskolák, egyesületek, helyi média (sajtó, kábeltelevízió, helyi rádió), önkormányzati testület (képviselők, pártok).

Aki elvárja, hogy a polgárok teljes szívvel dolgozzanak az arculat kialakításán, maga is világosan és érthetően kell hogy fogalmazzon és cselekedjen. Steinbach an der Steyr községben például a képviselő-testület tagjai felesküdnének arra, hogy a község közösen meghatározott arculatát szolgálják.

A településmarketing haszna

Mérhető anyagi előnyök lehetnek:

- több vendégéjszaka, magasabb kereskedelmi forgalom,
- új üzemek betelepődése, magasabb jövedelmek, több munkahely, kevesebb szociális segélyre szoruló,
- nagyobb adóbevétel és ezáltal nagyobb költségvetés, több lehetőség az arculat továbbfejlesztésére.

A közlekedés területén elérhető sikerek:

- az ingázásból adódó terhelések csökkenése,
- kevesebb utazás — több szabad idő,
- kiegyenlítettebb utasszám, a buszok és a vasút jobb kihasználása, költségfedezet.

Nem mérhető, de mégis fontos eredmények:

- jobb életminőség,
- pozitív életérzés, öntudatosabb polgárok,
- az ott lakók büszkéek a településükre.

A településmarketing tudatformálási folyamat, amely segíti a településeket a lehetőségeik megismerésében és kihasználásában.



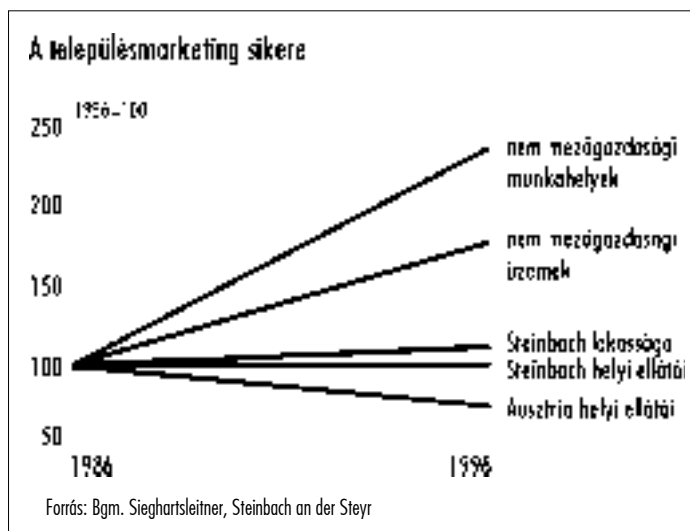
(„A helyi ellátásért” koncepciója: A vásárlók tudatformálása nem egy lehetséges, hanem az egyedüli út a település életminőségének fenntartható (hosszú távú) biztosításában!

Világméretben, hosszú távra gondolkodjunk, és helyi felelősségtudattal cselekedjünk. A helyi ellátás életminőség)

Az érzékeny helyi foglalkoztatás (ipari háttér) sok településen veszélybe került.



(Az az igazság ... hogy ez egy ördögi kör. Nincs munka — nincsenek fiatalok — nincsenek vásárlók — nincs pénz — nincs infrastruktúra. A leggyorsabb út egy szellemvároshoz. A helyi ellátás életfontosságú a túléléshez!)



Steinbach an der Steyr (2100 lakos) 1986 óta tudatformálást végez, hogy erősítse a helyi közösségi érzést és a helyi gazdasági potenciált.

Mi köze a településgazdálkodásnak a helyi ellátáshoz?

A helyi ellátás sokkal több, mint egy bolt a sarkon. Minden falunak és minden városnak meg kell hogy legyen a saját gazdasági vérkeringése. A szereplők egymástól függenek: a szolgáltatók és a kereskedők (bankfiókok, vendéglők, tisztítók, élelmiszer-kereskedők és szakboltok) vásárlókat igényelnek. Vásárló azonban csak az lehet, akinek biztos munkahelye van. Munkát a szolgáltatók mellett az üzemek, a kisipar jelent.

Az érzékeny helyi ipart sok helyen veszély fenyegeti. Linzbe például naponta 74 ezren utaznak be, hogy esténként visszatérjenek az „alvófalvakba”. Lungauból az ingázók Salzburgig mennek, vagy a stájerországi Mürtalból egészen Bécsig. Minél több munkaerőnek kell ingázni, annál inkább elfolyik a vásárlóerő a kisebb településekről. Ezáltal további üzemek zárnak be vagy költöznek el. Az emberek a munka után mennek. Elvész a közösség, az összetartozás érzése. A helyi ellátók kénytelenek bezárni. Növekszik a helyi lakosok között az elégedetlenség. A viszonylagos jólét ellenére növekszik a jövőtől való félelem.

A veszendőbe ment struktúrák következményei:

- Csökken az adóbevétel. A hiányzó anyagiak függőséghez vezetnek.
- A szükséges infrastruktúrát nem lehet anyagiak hiányában megépíteni. A település iránt nem érdeklődnek a befektetők.
- Az építmények és a telkek a hiányzó infrastruktúra miatt értéküket veszítik.
- A polgárok elvesztik az érdeklődésüket az önkormányzat képviselő-testületi vagy más szervezeten belüli munka iránt, elvesz a közösségi felelősségérzet.
- A fiatal munkaerő elvándorol a településről, követi a munka-lehetőségeket.

Sok oka van annak, hogy a kisebb településekről a központokba folyik a gazdasági potenciál. A lényeges okok között van a közlekedéspolitikai, amelyben átmenetileg nem várható alapvető változás. Pillanatnyilag a települések elsősorban csak magukra hagyatkozhatnak. Hogy ebben a látszólag reménytelen helyzetben is van kiút, azt néhány település máris bebizonyította.

Falusi és városi településgazdálkodás

Példa: „A helyi ellátásért” mozgalom

„A helyi ellátásért” (Ausztriában „Pro Nahversorgung” mozgalom az azonos nevű munkacsoport irányításával) egy olyan kezdeményezés, amellyel az önkormányzatok és a település lakói közösen munkálkodnak, hogy a közelség (a helyben hozzáférhetőség) gazdaságosságát növeljék, és mindenkit megnyerjenek ahhoz, hogy megőrizzék az életminőséget a közvetlen környezetükben. (A települések megtartóképességét fokozzák.) Ez a koncepció az életminőségért, értünk emberekért, a mi településeinkért van.

Ez nem egyoldalúan az iparosok, vállalkozók támogatását jelenti egy településen belül, hanem az életminőség összes szereplőjét és minden helyi lakost. Ez egy hosszú távú, fenntartható koncepció azzal a céllal, hogy az összefüggéseket megvilágítsa, és tudatformáláson keresztül a cselekedeteinkben a közelségnek (rövid távolságoknak) előnyt biztosítson.

Ezt a felismerést közvetíti a „Familie Klug” (Okosék), a mozgalom hirdetéseinek állandó főszereplője. „Okos család” felismerte, hogy az életminőségért saját maga felelős.

Így működik „A helyi ellátásért” mozgalom

A csapat összeállítása után az első lépés kinyomozni, hogy mik a település „életminőség-hordozói”. Közös választják ki, hogy mi minden van a községben, mi a jó, mire lehetnek büszkék az ott lakók. Azt is felderítik, hogy mi van veszélyben.

Az erősségek elemzése, felismerése mozgósítja az egész lakosságot a részvételre. Fontos szerepet játszanak a munka során a tájékoztató rendezvények (falugyűlések), amelyekre nagyvonalú meghívásokat küldenek. Minden lakóban fel kell kelteni az „ott a helyem” érzést.

A tudatformálási folyamat irányítására egy részletes ütemterv készül. Az események megjelennek a sok településen már meglévő rendezvénytárban. Különféle médiákat használnak a tudatformáláshoz. Ide tartoznak az óvodai és iskolai rajzok, posztterek, diaképek, írásvetítők, sörslátétek.

Következő célpontokra irányulhatnak az események: óvoda, iskola, egyesületek nyilvános szereplésekkel, egyházak, orvosi rendelők és ügyfélfogadó irodák, vendéglők, polgármesteri körlevél, kereskedelem, ipar, helyi, körzeti, országos média, munkaadók, kamarák, alkalmazottak stb.

A „Pro Nahversorgung” logója mindazoknak, akik részt vesznek a programban.



(Helyi ellátás —
Életminőség)



Csak egy kis lépés választja el a szabadságot a függőségtől. Idézet egy polgártól: „Korábban *akartunk* (a falu határán átjutni), ma *kénytelenek vagyunk*.”

(Az az igazság ... hogy a regionális ellátás a távolságoktól való függőséget is jelenti. A helyi pék, hentes, iparos és üzemek minden szempontból közelebb állnak hozzám. A helyi ellátás a közvetlen környezetből történő biztonságos ellátást jelenti!)

Egy schilling a településen vagy a térségben elkölthetve többet ér, mintha a távolba folya el.



(Az az igazság... hogy nem tudtam, mennyit fizetnek az üzemek az önkormányzati kasszába. Közvetve számomra is van ott pénz. Mi lenne a községünkben a vállalkozások nélkül? A helyi ellátás biztos pénzügyi háttérrel jelent a településnek!)

Néhány település tapasztalatai

Felső-Ausztria négy településén — Andorf, Baumgartenberg, Bad Goisern, Kirchdorf/Krems — már majdnem egyéves tapasztalatokkal rendelkezik „A helyi ellátásért” mozgalomról.

Mind a négy település először egy hálózatot épített ki, amelyben helyet kaptak a vállalkozók képviselői, a tanárok, a különféle szervezetek vezetői, mint például a tűzoltóság, sportegyesületek, nyugdíjasok, egészen a pártfrakciók politikusaiig.

● Baumgartenberg: a helyieké az elsőbbség

A „helyieké az elsőbbség” alapgondolattal próbálják a település vérkeringését javítani. Ennek szellemében dolgozik a munkacsoport széles rétegek tudatformálásán.

A cél egy modern lakóközösség létrehozása munkahelyekkel és szabadidős létesítményekkel. A baumgartenbergiek azonban a faluhatáron kívülre is pillantanak. A szomszédos földeket művelő településekkel közösen regionális fejlesztést terveznek.

● Andorf: első az életminőség

Fokozottan ügyelnek a helyi munkahelyekre, a jó orvosi ellátásra (szakorvosokra is) és a virágzó mezőgazdaságra. A szó legszorosabb értelmében egyengetik az útját a helyi ellátásnak — gyalogos- és kerékpárutak kiépítésével. A helyi kereskedőkkel való kapcsolattartás javítása is az intézkedési tervükben szerepel.

● Bad Goisern meg akarja őrizni az értékeit és az ebből fakadó életminőségét

Bad Goisern a vásárlóereje elszívása ellen harcol. A mintegy 366 millió schillinges vásárlóerejéből 138 millió elvándorol. A vonzás ezzel szemben csak 29 millió schilling. „A helyi ellátásért” mozgalommal többek között a vásárlóerő elszívását kívánják csökkenteni, és újabb munkahelyeket kívánnak teremteni.

Finanszírozás

„A helyi ellátásért” program több megvalósítási ütemből áll, és ezáltal a politikai döntéshozók igen széles alapokra helyezhetik. A felső-ausztriai tartományi kormány és a Kereskedelmi Kamara fejlesztési alapjai segítik a program finanszírozását. Mindezen kívül a kezdeményezés a szponzorok számára is vonzó. Időközben más tartományok is elkülönítettek hasonló alapokat az érdekelt településeiknek. Az I-es és II-es célterületeken EU-támogatásokra is számíthatnak.

Falusi és városi településgazdálkodás

Ötletek a városmarketinghez

Példa: a gmundeni reklámegyesülés

Két próbálkozás is elhamvadt rövid idő alatt, amelyekkel Gmunden belvárosának kereskedőit megpróbálták közös cselekvésre bírni. A résztvevők száma több mint 50, illetve kb. 30 fővel viszonylag magas volt, az együttműködési készség azonban csekély.

Ennek ellenére az 1992-ben alapított „Kauftreff Gmunden Innenstadt” (kb. „Találkozzunk Gmunden Belváros Boltjai-ban”) 14 taggal időközben sikeres tevékenységre tud visszatekinteni. Az érdekközösség feladatának megfelelően közös reklámanyagokat (matricák, reklámszatyrok stb.) állítottak elő, újságokban közös cikkeket jelentettek meg, egy sor rendezvényt szerveztek stb. Három munkacsoport felelős a reklámért, a tagságért és oktatásért, valamint a közlekedési kérdésekért (ennek a munkacsoportnak az egyik tagja tanácsadó az önkormányzat közlekedési bizottságánál). Az a cél, hogy a belváros vonzóvá alakításával kellemes vásárlási élményt kínáljanak.

Egy vásárlóterület profiljából nem hiányozhat a tömegközlekedés. Az önkormányzattal ehhez szükséges együttműködés csak lassan alakult ki. De különösen a közlekedés területén tett néhány intézkedés javította az együttműködést.

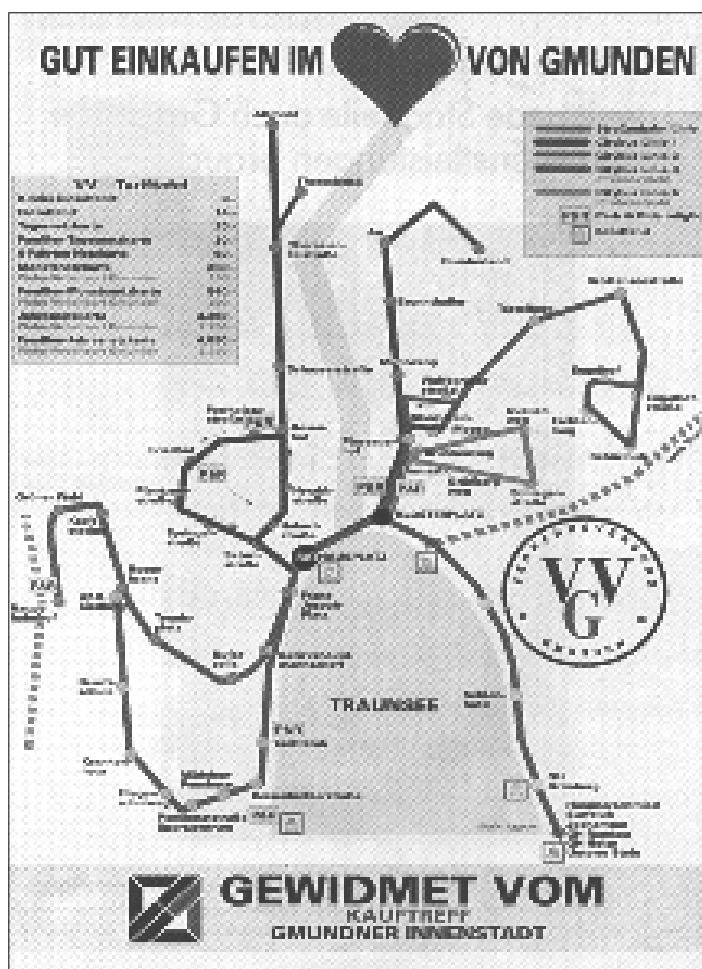
A „Kauftreff Gmunden Innenstadt” ajánlására az önkormányzat egy 5 schillinget érő közlekedési érmét vezetett be, amelyet a kereskedők 4 schillingért igényelhetnek. A belvárosi üzletekben a vevők vásárláskor kapnak egy ilyen érmét, amellyel a parkolásnál vagy a gmundeni közlekedési szövetség járművein fizethetnek. Ez ösztönözheti a vevőket arra, hogy ismét a központba jöjjenek vásárolni.

Az új city-busz vonalakkal és a hagyományos villamossal a közlekedési szövetség jól kiszolgálja az egész várost. Az érdekegyesület eközben továbbra is szorosan együtt dolgozik az önkormányzattal, hogy a vevőket a tömegközlekedés igénybevétele ösztönözze.

A „Több életet Gmunden óvárosában” című 1995-ben kiadott tanulmányban javaslatok szerepelnek a belváros megközelítésének javítására (menetrend szerinti járatok alacsony platójú buszokkal a távolsági közlekedésben, új kerékpárutak, parkolási rendszer) és az ott-tartózkodás minőségére (a gyalogosövezet kiszélesítése, átjárók létesítése az utak megrövidítésére, ülőbútorok kihelyezése a tereken).

Még nem próbálkoztak egy olyan városgazdálkodási szervezet felállításával, amelyben minden érdekelt csoport részt venne.

A gmundeni belváros kereskedői azt reklámozzák, hogy a vevők busszal, villamossal vagy vasúton jöjjenek be vásárolni.



A helyi ellátási ügyosztály arról gondoskodik, hogy lehetőleg már a beköltözéskor a fontosabb üzletek és szolgáltatások gyalogos távolságon belül rendelkezésre álljanak.

... weil neue Stadtteile auch Geschäfte und Dienstleistungen brauchen:

Das Nahversorgungsmanagement des Wiener Bodenbenutzungs- und Stadtentwicklungsamtes informiert über Geschäftsmöglichkeiten und Förderungsmaßnahmen in Neubaugebieten. Telefon: 4000 / 8200 (7x).

(A mi városunk a lakhatásért.

... mert minden új városrész üzleteket és szolgáltatásokat is igényel:

A Bécsi Terület-előkészítési és Városfelújítási Alapítvány tájékoztat az új telepeken épülő üzlethelyiségekről és az igénybe vehető támogatásokról. Telefon: 4000/8200.)

Példa: A helyi ellátás szervezése Bécsben

Ahhoz, hogy a tervezett új telepek jól működő, kis távolságok megtételét igénylő városrészekké válhassanak, Bécsben a lakások mellett a megfelelő műszaki és szociális infrastruktúrát is párhuzamosan kiépítik. A Bécsi Terület-előkészítési és Városfelújítási Alapítvány (WBSF), a Bécsi Gazdaságfejlesztési Alapítvány és a Bécsi Gazdasági Kamara által felállított helyi ellátási ügyosztálynak (Nahversorgungsmanagement) kell gondoskodni arról, hogy lehetőleg már a beköltözéskor a fontosabb üzletek és szolgáltatások gyalogos távolságon belül rendelkezésre álljanak. Ehhez helyszíni elemzések alapján megállapítják az ellátási fehér foltokat, a szükséges üzleteket a területfelhasználási tervek készítésekor bejelölik, és megkezdik a tervezett üzlethelyiségekbe a betelepülni szándékozó vállalkozók megkeresését (koordinált létesítmény-felügyelet). Az ellátási ügyosztály tehát közvetít a vásárlók, építők és kereskedők között.

Egyenlő esélyt a helyi ellátóknak és a bevásárlóközpontoknak

Egyenlőtlen versenyfeltételek

Eltérő bérleti díjak és telekárak

A településközpontokban a közelség előnyeit lerontják a magas bérleti díjak és telekárak. A kereskedelmi tőke a zöld mezők felé áramlik, mert ott a telekárak alacsonyok. Az olcsó telekár az oka annak, hogy a városhatárokon kívüli telephelyek a legjövedelmezőbbek az autós bevásárlóközpontok számára. Ez csak azért van így, mert a gépkocsiforgalom által okozott költségek jelentős részét nem érzik közvetlenül sem a bevásárlóközpontok üzemeltetői, sem pedig a vásárlók.

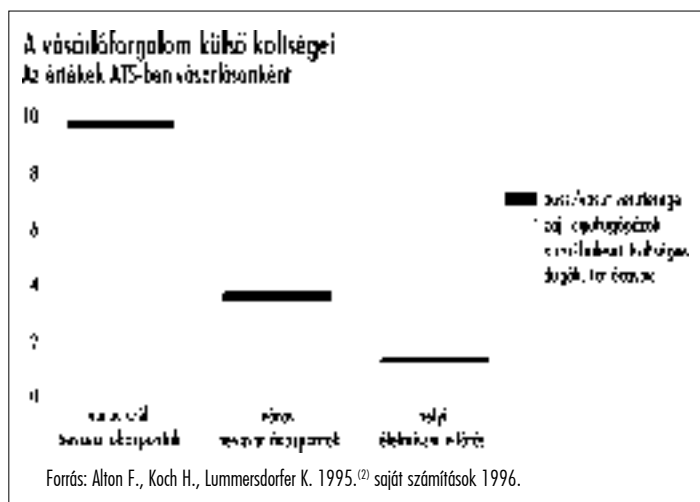
A vásárlóforgalom külső költségei

A versenyfeltételek torzulnak a nagy parkolóval rendelkező autós bevásárlóközpontok javára azáltal, hogy a gépkocsiforgalom költségeinek számottevő részét nem az okozók viselik. Minden egyes parkolóhely napi 15 autó érkezését teszi lehetővé.⁽⁵³⁾ Az autóforgalomból származó járulékos költségeket részben vagy teljesen harmadik személyek viselik. Ezek az ún. külső (externális) költségek elsősorban az alábbi elemekből tevődnek össze:

- a forgalmi torlódások költségei,
- a balesetek költségei,
- a környezeti költségek (zaj és légszennyezés),
- a megnövekedett forgalomból eredő ingatlan-értékcsökkenések.

Svájci körzetekben a napközben keletkező többlet-torlódás költségeket 1,9 schillingig terjedő összeggel számolják autós kilométerenként.⁽⁴⁰⁾ A balesetekből származó olyan kiadásokat, amelyeket az összes adó- és járulékfizetőtől beszedett társadalombiztosítási alapból finanszíroznak, az EU Bizottság 0,55 schilling/autókm-ben állapítja meg.⁽¹²⁾ A környezeti kiadások sem légből kapottak. Például a házak és telkek a növekvő közlekedési zajártalom okozta értékcsökkenését tartalmazzák.

A vásárlóforgalom külső költségei egy vásárlásra számítva a zöldmezős bevásárlóközpontoknál a városi üzletek vásárlásainak a többszörösei.



VCÖ-javaslat

Aki parkolóhelyeket kínál, autóforgalmat idéz elő. Aki autóforgalmat idéz elő, fizetse meg az összes káros következményből származó olyan költséget is, amelyet jelenleg harmadik személy fizet (külső költségek). A parkolóhelyek után fizetendő forgalomkiszárazási díj (Verkehrserregerabgabe) fedezhetné ezeket a költségeket. Ez egy lépés lenne a hatalmas parkolófelületű bevásárlóközpontok és a parkolóhelyet kínálni nem tudó helyi boltok közötti esélyegyenlőség helyreállítása felé.

A tisztességtelen versenyt előidéző kétféle mérték

A tisztességtelen piaci versenyről szóló törvény szerint az ellenszolgáltatás nélkül adott előnyöket kínáló kereskedőknél mulasztást állapíthatnak meg, és kártérítésre kötelezhetik őket. Amennyire ismert, a vevőknek biztosított ingyenes parkolóhelyekért még egyetlen esetben sem emeltek kifogást. Ha a belvárosi kereskedők, akik nem tudnak vagy nem akarnak a vevőknek ingyenes parkolóhelyet felkínálni, helyette egyenértékű ajándékokat osztogatnának, bármikor számolhatnának azzal, hogy egy versenytárs bepereli őket.



Ezért az ajánlatért a helyi kiskereskedőt bíróság elé állíthatnák. A zöld mezőn épült konkurencia naponta több tonna almának megfelelő értékű ingyenes parkolót bocsát a vevői rendelkezésére (megrendezett felvétel). (Mi díjazzuk a környezet védelmét. Jöjjön autó nélkül hozzánk! Akkor minden 100 schilling feletti vásárlás esetén egy kg almát kap ajándékba.)

VCÖ-javaslat

A versenyjogból következően az esélyegyenlőség egyik alapfeltétele lenne a helyi boltok és az autós bevásárlóközpontok között, ha betiltanák a vásárlók ingyenes parkolását. A tilalom egy meghatározott, jelentéktelen számú parkolóhely felett lenne érvényes.

Egyenlőtlen elérhetőség (a városi boltok rakodási problémái)

A városi helyi boltokat sokkal nehezebb ellátni, mint a bevásárlóközpontokat. A legtöbb városban a rakodási területeket igen erősen korlátozzák. A meglévő szakaszokat is gyakran engedély nélkül parkoló autók foglalják el. Gyakran annyira meg vannak telve az utcák, hogy lehetetlen egy átlagos, 2,5 m széles teherautóval áthaladni.^(42,66, 68) Az Osztrák Közlekedési Klub több olyan intézkedést javasol, amelyekkel a városok a kereskedelem és az ipar vonzó telephelyei maradhatnak:

- Az utcákban legalább a parkolóhelyek 20%-át törvényileg kell rakodóterületként kijelölni.
- A megállást és parkolást úgy kell szabályozni, hogy a parkoló járművek között a teherautóforgalom számára is elegendő áthaladási sáv szélesség maradjon.
- A Gazdasági Kamaránál létrehozandó jogsegélyalap segítené a kamarai tagokat a bíróságon az utcákat és rakodósávokat elzáró autósok ellen indított eljárásokban.

VCÖ-javaslat

Az osztrák bírósági gyakorlatban alig akad olyan parkolási tilalom, amelynek érvényességét ügyes ügyvédek ne tudnák megtámadni. Itt feltétlenül szükség lenne a Gazdasági Kamara támogatására.

A kijáratok és rakodósávok szabadon hagyásával kapcsolatos bírósági eljárásokhoz kellene egy jogsegélylapot létrehozni. Az ügyvédek legyenek kötelesek minden eszközzel a kamarai tagok érdekeit védeni.

Menekülés a városokból

Míg a városi belső boltok vásárlóköre csökken, nő az autóra tervezett város környéki telepek lakóinak és vásárlóerejének nagysága. A városból menekülés egyik fő oka a növekvő autóforgalomból származó életminőség-csökkenés.

A nagyméretű kereskedelmi vállalatok természetes versenyelőnye

A különleges és nagyméretű szerveződéseknek a kiskereskedelemben és a nagykereskedelemben is jelentős üzemgazdasági előnyei vannak az integrált helyi kiskereskedelemmel szemben. Rendszerint a vevők igényeinek megfelelő széles választékot kínálnak, lehetőségük van az áru beszerzését költségkímélő módon szervezni, és csökkentik a beszállítók és kiskereskedők eladási költségeit is.

Egyenlő esélyt a helyi ellátóknak és a bevásárlóközpontoknak

Területrendezés

Miért kell a törvényhozónak beavatkozni?

Ha a nagy kereskedelmi vállalkozások a természetes versenyelőnyük mellett még olyan tisztességtelen versenyelőnyökhöz is jutnak, mint a fedezetlen externális költségek vagy az ingyenes parkolóhelyek, akkor a helyi ellátók esélytelenekké válnak a versenyben. A településrendezési törvények jelenlegi feltételei a legfontosabb lehetőségek, amelyekkel a helyi ellátás bizonyos mértékig védhető.

Meghatározás

A területrendezés a „tér” előretekinthető, tervszerű kialakítása. A társadalom érdekében az életérhető legjobb fenntartható felhasználására és biztosítására törekszik, és eközben figyelembe veszi a lakosság felbecsülhető gazdasági, szociális és kulturális igényeit és a természetes környezet védelmét mint emberi életfeltételt.

tására törekszik, és eközben figyelembe veszi a lakosság felbecsülhető gazdasági, szociális és kulturális igényeit és a természetes környezet védelmét mint emberi életfeltételt.

A területrendezés eredendő feladata a nagy alapterületű kereskedelmi létesítmények területi hatásainak szabályozása. A tartományok ezért a hetvenes évek közepétől úgy próbálják a területrendezési törvényeket alkalmazni, hogy a település és forgalom fejlődésének az új típusú kereskedelmi szerveződések-től megzavart vezérlése újból működhessen.

Bevásárlóközpontok a versenyszabadság és a területrendezés ütközéspontján

Az Alkotmánybíróság felmentést adhat a törvények alól, ha azok — véleménye szerint — a tartományoknak olyan jogokat adnak, amelyek a szövetségi alkotmány szerint szövetségi hatáskörbe tartoznak. Ez több alkalommal előfordult a 80-as években a területrendezési törvényekkel. Az Alkotmánybíróság Felső-Ausztria, Stájerország és Voralberg tartományok területrendezési törvényeinek — a bevásárlóközpontok hely kijelölésére vonatkozó — előírásai alól felmentést adva, azt az állásponthoz képviselte, hogy a vonatkozó szabályozások zavarják a szövetségi iparüzési illetékességre vonatkozó jogokat.⁽⁴³⁾ Ezeknek a törvényeknek az volt a célja, hogy az iparüzési jog szellemében (50) szabályozza a szükségletek kielégítését, amely jog a területrendezési célokat kiszorítja. Tirol és Karintia vonatkozó előírásai kiállták az Alkotmánybíróság próbáját: „A lakosság ellátása a napi szükségletet kielégítő javakkal és szolgáltatásokkal”, mint egy célrendszer alapvetően egyirányú és egyenrangú céljait, az Alkotmánybíróság alkotmányjogilag megcáfолhatatlannak ítélte.

Ezekkel a végzésekkel⁽¹⁰⁾ az Alkotmánybíróság egyértelművé tette, hogy mik a valós területrendezési célok a bevásárlóközpontok hely kijelölésénél. A területrendezést megszabadított-

ta az idegen céloktól: „A tér célszerű rendezésének szellemében sajátos módon kell a földhasználatot” kezelni, és emiatt a települési és közlekedéspolitikai szempontokból elfogadhatatlan megaszerkezeteket megakadályozni. Nem arról van azonban szó, hogy a meglevő kiskereskedőket az új versenytárstól, általában a versenytől védjék.

Az osztrák területrendezési konferencia ajánlásai

Az osztrák területrendezési konferencia (ÖROK) 32. ajánlásában már 1991-ben tartotta magát ahhoz, hogy a területrendezési megállapításokban gondoljanak a bevásárlóközpontokra, és a kereskedelmi és szolgáltató vállalatok telephelyeinek kiválasztásánál a következő döntési kritériumokat vegyék figyelembe:

- A központi építmény rögzített, állandó jellegű.
- A berendezések a kívánatos településszerkezetet szolgálják.
- Kielégítő és célszerű forgalomfeltárást kell végezni.
- A szomszédságokat csak csekély mértékű jogsérelem érheti.

Regionális területtervezés

A települések általában szívesen fogadják a befektetőket. A regionális településrendezésnek azonban szabályozni kell, hogy mely települések jöhetnek szóba mint bevásárlóközpontok. Az ÖROK-ajánlás a következőket is figyelembe veszi:

- Az (ágazati) fejlesztési programokban rögzíteni kell, hogy mely településeken hol lehet a bevásárlóközpontok helyét kijelölni. Ha a vonzáskörök a tartományi határokon túlérnek, csatlolni kell az érintett tartományok beleegyezését.
- Ezekben a fejlesztési programokban meg kell határozni a központ kapcsolatát a településsel, a településszerkezetet, a bevásárlóközpont mindenkor megengedett nagyságát és funkcióját, mint a (helyi) településtervezés alapját, és azt is, hogy milyen vizsgálatok szükségesek a részletes tervekhez (területi hatásvizsgálat).
- A bevásárlóközpont helyszínét a következő szempontok alapján kell minden esetben meghatározni: a bevásárlóközpont funkciója és nagysága, a fogadó település nagysága, a vonzáskör nagysága és az elérhetőség, a földhasználat, a várható forgalmi hatások, a természetes környezet egyensúlyára és a tájképre gyakorolt hatások és az infrastruktúrák teljesítőképessége.
- A bevásárlóközpontokra vonatkozó helyi területrendezési megállapítások a regionális határozatok alapját képezik.

Ajánlások a helyi településtervezéshez

Az ÖROK ajánlásai a bevásárlóközpontok helyszínének meghatározásához az önkormányzat szintjén:

- A bevásárlóközpontnak bele kell illeni a helyi fejlesztési koncepcióba.
- A helyszínt mint különleges célú területet kell az építési övezetben jelölni.
- Csak akkor van értelme egy új helyszínnek, ha van elegendő nagyságú vonzáskör, és az új beruházás nem rombolná szét a meglévő helyi, illetve regionális központokat.
- Rendelkezésre állnak a megfelelő kapacitású tömegközlekedés és az egyéni közlekedés feltételei.
- Megvannak az előzetes beépítési tervek (tervvázlatok).
- A települési és tájképi, a természetes és épített környezeti hatásokat, az infrastruktúrát (víz, csatorna, hulladék stb.) egy környezeti hatásvizsgálat alapján pozitívan értékelték.
- A hatásvizsgálat eredményeit a iparűzési engedélyezés keretében figyelembe kell venni.

Tartományi területrendezési törvények

1991 óta több tartomány módosította a területrendezési törvényeit, és a bevásárlóközpontok létesítésével kapcsolatos előírásokat újrafogalmazta.

Burgenlandban a létesítés csak regionális alközpontokban, 2000-nél több lakosú településeken és a tartományi kormányzat által külön kijelölt területeken lehetséges. Minden bevásárlóközponthoz a tartományi kormányzat külön engedélye szükséges. Engedély csak akkor adható, ha a különféle szerkezeti felteteleket teljesítik.

Karintiában a tartományi fejlesztési programban kijelölték a lehetséges helyszínek településeit, és tervezik a különleges területek földhasználatával kapcsolatos kötelezettségek kidolgozását.

Alsó-Ausztriában a bevásárlóközpontok helyszínét csak központi településeken lehet kijelölni. A korlátozás nem vonatkozik azokra a nagyfelületű bevásárlóközpontokra, amelyek nem árusítanak élelmiszert.

Felső-Ausztriában a kereskedelmi célú területek kijelölését a tartományi kormányzat egyik rendelete a kereskedelmi területre vonatkozó megegyezéshez köti.

Stájerország rendeletben készítette el az ellátási infrastruktúra fejlesztési programját, amely rögzíti, hogy mely településekre milyen jellegű bevásárlóközpontok engedélyezhetők.

Tirolnak van egy bevásárlóközpontokra vonatkozó fejlesztési

programja, amely a különleges célú területek, a bevásárlóközpontok helyszínének kijelöléséhez kötelező alapul szolgál.

Voralberg akkor engedélyezi a helykijelölést, ha az érintett település területrendezési terve ezt lehetőnek nyilvánítja.

Ezen kívül Bécs, Alsó-Ausztria és Burgenland kötött egy egyezséget a bevásárlóközpontok helykijelöléséhez szükséges hatásvizsgálatokról, amely bő feltételsort és kölcsönös tájékoztatási kötelezettséget ír elő.

Le kell szögezni, hogy a területrendezés lehetőségei meglehetősen korlátozottak. Segíthetne az ÖROK javaslata, hogy a területi hatásvizsgálatok eredményeit a ipargyakorlási engedélyezési eljárásoknál figyelembe kell venni. A területrendezés eszköztárának hatékonyságát fokozhatná, ha a tartományi törvényekben előírányzott regionális tervezési lépéseket szigorúan ellenőriznék.

Megkülönböztetés az áruk szállíthatósága alapján

A szükségletek időbeni elkülönítése mellett (napi szükséglet, ritkábban vásárolt áruk) fontos az is, hogy az áru elszállításához tipikusan van-e szükség gépjárműre. Ennek alapján három áruféleséget különböztethetünk meg. Hogy a nagy területű kereskedelmi létesítményeket a területrendezés szakszerűen megkülönböztethesse, rögzíteni kell áruajták szerint (szállíthatóság alapján is) a különböző létesítmények meghatározását a területrendezési törvényekben. A centrum- (városon belül árusítandó) és az autóáru megkülönböztetését csak a tiroli területrendezési törvényben találjuk.

A napi szükségletek termékei (1. típus)

A többségében napi szükségletre kapcsolódó, különösképpen az élelmiszert árusító kereskedelemhez gyalogos körzeten belül kell a vevőkört biztosítani. E típus helyszínét települési súlypontokban (lakó- és vegyes körzetek) és településmagokban kell kijelölni. A hasznos eladóterületet a gyalogos vonzáskörön belüli lakosság alapján (0,3 m²/lakos) kell meghatározni. A parkolóhelyeket igen kis számban szabad csak engedélyezni. (1 leállóhely/500 m² hasznos terület). Minden hasznos 50 m² területre legalább 1 kerékpár-tárolóhely jusson.

Kézben is hazavihető, tartósabb termékek (2. típus)

Azok a nagy üzletek, ahol többségében olyan tartósabb cikkeket árusítanak, amelyeket gépkocsi nélkül is el lehet vinni (cipő, ruházat, könyvek), a városba való. Ezért a helyszíneket településeken belül kell kijelölni. Gyalog, kerékpáron és tömegközlekedési eszközökkel jól elérhetőeknek kell lenniük. A parkolók korlátozásával (1 hely/250 m² hasznos terület) kell megakadályozni a felesleges autósforgalmat. Minden 50 m² hasznos eladóterületre egy kerékpártárolót kell számítani.

Autósáruk (3. típus)

A harmadik csoportba az építőanyagokat, kertészeti cikkeket, lakberendezéseket árusító nagy alapterületű kereskedelmi létesítmények tartoznak, amelyekben többségben tartós használati cikkeket tartanak. Ezek elszállításához jellemzően gépkocsi szükséges. Az üzemeltető szemszögéből a 2. csoporttal összehasonlítva a 3. csoport könnyítéseket tartalmaz: több parkolóhely létesíthető (1 hely/80 m² hasznos eladóterület), és olcsó, a központoktól távol eső területek is kijelölhetők.

Ezek a könnyítések arra csábítanak, hogy az ipari területeken más árucsoportba tartozó kereskedelmi üzemeket is létesítsenek — mondván, hogy a szállításhoz gépkocsira van szükség —, vagy később az árukínálatot más csoportba tartozó árukkal kibővítsék. Ezért a gépkocsis szállítás szükségességének megállapítását szigorúan szabályozzák, nehogy az árucsoportokon belül felhígulás következzen be.

Bevásárlóközpontok beépítési kategóriái

Hogy a néhány, távol eső óriási bevásárlóközpont helyett az ellátandó területek súlypontjából jól megközelíthető, működő hálózatok alakuljanak ki, minden nagyobb tervezett kereskedelmi létesítménynél a vonzáskör településszerkezte alapján kell a hasznos területet meghatározni. A bevásárlóközpontok területeit árucsoportok szerint építési területi kategóriákhoz (övezeti besoroláshoz) kell kötni. Az a megoldás, amelyet a legtöbb területrendezési törvény alkalmaz, hogy a nagy alapterületű kereskedelmi létesítmények számára külön (kivételes) beépítési kategóriákat engedélyez, a bevásárlóközpontok helyének önkényes kijelöléséhez vezet (például ipari területekre).

Parkolóhely-kínálat

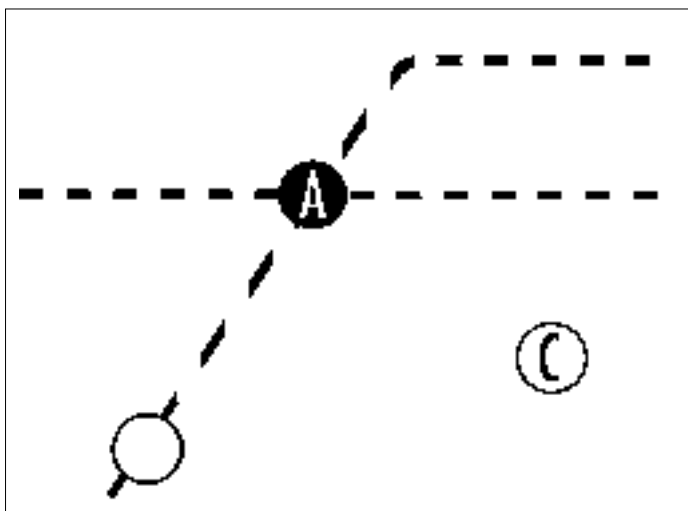
Akinek autója van, az rendszerint rövidebb utakra is azt használja, ha megfelelő parkolási lehetőség várja. A parkolóhelyek száma ezáltal meghatározó lehet abban, hogy a kereskedelmi egységek terhelése elviselhető-e a térség számára, és központi szabályozó az autóforgalom alakulásában. A forgalom csökkentése érdekében a parkolóhelyek számát — árucsoportoktól függően — korlátozni kell. Az a gyakran hangoztatott érv, hogy a hiányzó parkolóhelyek következtében a vásárlók az utcákat fogják parkolásra igénybe venni, a közlekedési szabályok ellenőrzésével, valamint építészeti eszközökkel könnyen kivédhetők. Egy túlméretezett magánparkoló által előidézett forgalomnövekedést ezzel szemben utólag nem nagyon lehet csökkenteni.

VCÖ-javaslat a nagy alapterületű kereskedelmi létesítmények előírásaira

Az Osztrák Közlekedési Klub területrendezési törvényekhez készített modellje a nagy alapterületű kereskedelmi üzemek (bevásárlóközpontok) előírásaihoz, a meglévő bel- és külföldi jogi előírások továbbfejlesztése, és a következőkből indul ki:

- Minél sűrűbb egy adott áru beszerzési hálózata, annál jobb ez az igénylők ellátása és a megleendő utak csökkentése szempontjából.
- A napi szükségletekhez tartozó árukat és szolgáltatásokat térben a felhasználóhoz legközelebb — azaz gyalogos távolságra — kell telepíteni.
- Ritkábban keresett cikkeknél (közepes és tartós használatra) nagyobb távolságokkal is lehet számolni. A nagyobb távolságokból eredő hátrányt az üzletközpontok nagyobb választéka ellensúlyozza.

Így határozzák meg az elérhetőséget a holland AB- rendszerben. A C területeken, amelyek csak autóval érhetők el könnyen, tilos bevásárlóközpontokat létesíteni.



Parkolóhely-korlátozás Mammersmithben és Fulhamben (London)

Maximálisan megengedhető parkolóhelyek száma 1000 m² szintterületre

Tömegközlekedéssel elérhetőség	A forgalom terhelésével szembeni érzékenység					nagy
	A	B	C	D	E	F
1 (nagyon jó)	29,0	10,0	6,3	4,4	3,5	2,9
2	17,0	6,3	3,8	2,7	2,1	1,7
3	13,0	4,4	2,7	1,9	1,5	1,2
4	10,0	3,4	2,1	1,5	1,2	1,0
5	8,0	2,8	1,7	1,2	1,0	0,8
6 (rossz)	6,7	2,4	1,4	1,0	0,8	0,7

Forrás: Berge, T. 1994 (8)

A beépítési kategória és a parkolóhely-kínálat összekapcsolása

Ausztriában meg kellene határozni a parkolóhelyek törvényes felső határát az adott területi kategóriákra. Vannak erre külföldön példák⁽⁸⁾.

Néhány londoni városrészben tömegközlekedési eszközökkel való elérhetőségük alapján minden területet 6 osztályba sorolnak. Ott vezetik be a legszigorúbb korlátozásokat a parkolóhely-kínálatban, ahol a tömegközlekedés a legjobban ki van építve, és amelyek a leginkább érzékenyek további gépkocsiterhelésre.

Hollandia ABC-rendszerében is elérhetőségük alapján sorolják be a területeket. Az A területeket tömegközlekedéssel könnyen el lehet érni. A B területeket autóval és tömegközlekedési eszközökkel egyaránt könnyű elérni. A C területek csak autóval közelíthetők meg egyszerűen. Az üzleteket és irodákat az A vagy a B területekre kell helyezni, és eközben a parkolók és garázsok építését korlátozni szükséges. A C területre költöztetik azokat az üzemekeket, amelyek különösen sok teherforgalmat vonzanak. Bevásárlóközpontokat C területre tilos építeni. Nagy bevásárlóközpontokat például a pályaudvarok közelébe építenek (Utrecht).

Parkolóhelyek és az építési jog

A területtel való takarékoság és a település képének védelmére csak mélygarázsokat és többszintes parkolókat szabadna építeni. (Ezek az előírások Tirolban már élnek.) Vonzó kerékpár-tárolási lehetőségekkel kell a kerékpáros vásárlást elősegíteni (fedett, megvilágított, esetleg őrzött tárolók, B + R rendszer).



A Levegő Munkacsoport

1988-ban alakult. Tagjai közé jelenleg 57 civil környezetvédő szervezet tartozik.

Melyek tevékenységünk legfontosabb céljai?

- A legfontosabb emberi jognak a jelen és a jövő nemzedékeknek **az élethez és az egészséghez való jogát** tartjuk. Valljuk, hogy minden egyéb jog érvényesítése csak ezen jogok tiszteletben tartásával történhet. (Az ENSZ Egészségügyi Világszervezetének meghatározása szerint az egészség a teljes testi, lelki, szellemi és szociális jólét állapota.)
- Álláspontunk szerint az emberi tevékenységeket csak addig a szintig szabad megengedni, ameddig azok a **természet teherbíró képességének határain belül** maradnak, hiszen e határok túllépése súlyosan veszélyezteti a lakosságot.
- Elsőrendűen fontosnak tartjuk a **humán erőforrások fejlesztését**, amihez az oktatás, a nevelés, a művelődés, a művészetek, az egészségügy, a tudományos kutatások és az emberi kapcsolatok javulását eredményező tevékenységek kiemelt támogatása szükséges.

Milyen feltételek szükségesek e célok eléréséhez?

- Az egészség megőrzése és a társadalom fejlődése szempontjából egyaránt elengedhetetlennek tartjuk, hogy az **emberi munkaerő foglalkoztatottsága** a lehető legszélesebb körű legyen, azaz a munkanélküliség szintje minél alacsonyabb szinten maradjon. Ennek érdekében jelentősen **mérsékelni kell az emberi munkát terhelő adókat** (a tb-járulékot és a személyi jövedelemadót).
- Az államháztartás bevételeinek szintentartása, és ugyanakkor a súlyosan környezetszennyező, nagy energia- és nyersanyagigényű tevékenységek visszaszorítása érdekében a szükségesnek tartjuk ezen tevékenységek növekvő megadóztatását. Fokozatosan el kell érni, hogy a környezet, a természet használatát és a benne okozott károkat, azok megelőzésének, illetve felszámolásának költségeit teljes egészében a használók, illetve **okozók fizessék meg**.
- Rendkívül fontosnak tartjuk az **állampolgári részvétel** lehetőségeinek bővítését. El kell érni, hogy az állampolgárok a lehető legteljesebb mértékben részt vehessenek az életükre döntések meghozatalában. Ehhez biztosítani kell a megfelelő tájékoztatást.

● A környezetvédő mozgalmak szerte a világon a **tudományos-műszaki fejlődés egyik hajtóerejévé** váltak. Mi is kiemelten támogatjuk a kor követelményeinek megfelelő, energia- és nyersanyagtakarékos, a környezetet kímélő megoldások kifejlesztését és bevezetését. Különösen szorgalmazzuk a **tudásipar és az információtechnika fejlesztését**.

● A fenti céloknak megfelelő tevékenységünket elsősorban a **gazdaságpolitika** (ezen belül az állami költségvetés és adórendszer), a **településpolitika**, a **közlekedéspolitika és az energia-politika területén** fejtjük ki.

Hogyan valósítjuk meg céljainkat?

Civil szervezetként nincs közvetlen lehetőségünk arra, hogy intézkedéseket hozzunk, jogszabályokat módosítsunk. Széles körű tevékenységünkkel azonban bizonyítható módon képesek vagyunk hatást gyakorolni a döntéshozókra.

Tevékenységünk főbb területei a következők:

- felvilágosító, tájékoztató munkát végzünk mind a lakosság, mind a döntéshozók körében;
- gyűjtjük, rendszerezzük, feldolgozzuk és nyilvánosságra hozzuk a környezet állapotával kapcsolatos információkat;
- tanácskozásokat, konferenciákat, társadalmi megmozdulásokat szervezünk;
- tudományos kutatásokat végzünk, tanulmányokat készítünk;
- folyamatos kapcsolatot tartunk a kormányzati és önkormányzati szervekkel, intézményekkel, s javaslatokat készítünk a döntéshozatal elősegítésére;
- szorosan együttműködünk a hazai és külföldi környezetvédő mozgalmakkal, közösen fellépve a környezeti gondok megoldása érdekében;
- részt veszünk környezeti nevelési programokban;
- konkrét ügyekben tanácsadással és egyéb módon is segítséget nyújtunk a lakosságnak.

Néhány fontosabb eredményünk

- Komoly szerepünk volt abban, hogy — amint azt a közvéleménykutatások eredményei is bizonyítják — a lakosság és a döntéshozók tudatában is egyre fontosabb helyet foglalnak el a környezetvédelmi kérdések.
- Jelentős szerepet játszottunk számos jogszabály előkészítésében és elfogadtatásában (a gépjárművek légszennyezésének



csökkentéséről szóló kormányhatározat, a környezetvédelmi termékdíjakról szóló törvény, a környezeti hatásvizsgálatról szóló rendelet, a kamionok hétféle forgalomkorlátozásáról szóló rendelet, stb.).

- Egyik meghatározó kezdeményezője és szervezője vagyunk annak a mozgalomnak, amely eddig sikeresen védte meg a vasúti mellékvonalakat a felszámolástól.

- Sikeresen dolgozunk azért, hogy növekedjen a lakossági részvétel a döntés-előkészítésben: ennek egyik példája a Budapesti Közlekedési Fórum létrehozása és működése.

- Sok munkát végeztünk a súlyos környezeti károkat okozó városi forgalom csillapítása érdekében, ami elősegítette a kamionforgalom kitiltását egyes területekről, a 30 km/órás sebességkorlátozású övezetekről szóló rendelet meghozatalát és fővárosi parkolásszabályozási rendelet elfogadását.

Milyen szolgáltatásokat nyújtunk tagjainknak?

- Havonta eljuttatjuk Lélegzet című lapunkat, amely rendszeres tájékoztatást ad a környezetvédelemmel kapcsolatos fontosabb eseményekről, tevékenységünkről, állásfoglalásainkról, döntéseinkről.

- Kérés esetén információkat, adatokat bocsátunk rendelkezésre.

- Konkrét ügyekben tanácsokat adunk, segítséget nyújtunk.

- Lehetőséget adunk a birtokunkban lévő — általunk vagy mások által készített — tanulmányok és egyéb dokumentumok megtekintésére, elolvasására, illetve önköltségi áron történő lemásolására.

- Kéthetenkénti üléseinken és egyéb rendezvényeinken részvételi és hozzászólási lehetőséget biztosítunk.

- Gazdag tapasztalatainkat felhasználva segítünk megszervezni és lebonyolítani a legkülönbözőbb rendezvényeket (pl. tudományos konferenciákat, szakmai tanácskozásokat, sajtótájékoztatókat, vagy akár utcai tüntetéseket is).

- Segítünk tudományos kutatómunkák megszervezésében, tanulmányok elkészítésében.

- Közreműködünk környezeti nevelési, felvilágosítási programok elindításában, lebonyolításában.

- Képviseljük tagjaink érdekeit a különböző államigazgatási és egyéb szerveknél, pl. az országgyűlésnél, minisztériumoknál, önkormányzatoknál.

- Széles nemzetközi kapcsolataink révén lehetőséget nyújtunk a külföldi környezetvédő szervezetekkel történő együttműködésre.

Hogyan válhat Ön a Levegő Munkacsoport tagjává?

- A Levegő Munkacsoportnak környezetvédő szervezetek a **teljes jogú** tagjai.

- A Levegő Munkacsoport **pártoló tagjai** egyaránt lehetnek magánszemélyek és jogi személyek, valamint jogi személyiséggel nem rendelkező szerveződések (pl. klubok, baráti körök).

- A Levegő Munkacsoport **Szakértői Testületének tagjai** olyan köztisztviselőben álló személyek, akik szaktudásukkal és tevékenységükkel jelentős mértékben segítik szervezetünket céljai elérésében.

A belépéshez szükséges formanyomtatványok a Levegő Munkacsoport címén kérhetők. A teljes jogú tagok és a pártoló tagok éves tagsági díjának legkisebb összege 900 Ft. (Diákok és nyugdíjasok részére 450 Ft.) Esetenként a Levegő Munkacsoport számára végzett közösségi munka is beszámítható tagdíjként.

A Szakértői Testület tagsága díjmentes. Tagjairól a Levegő Munkacsoport ülése dönt a beérkezett javaslatok alapján.

Reméljük, hogy céljaink és tevékenységünk megnyerték tetszését. Bízunk abban, hogy hamarosan az Ön támogatása, együttműködése is hozzájárul az egészséges környezetért végzett munkánk sikeréhez.

Budapest, 1997. április

dr. Radó Dezső
a Szakértői Testület
elnöke

Lukács András
a Levegő Munkacsoport
országos titkára

Levegő Munkacsoport

Postacím: 2041 Budaörs, Pf. 102.

Telefon: 206-5598, 206-5599, 140-6097. Fax: 165-0438.

Drótposta: levego@levego.zpok.hu

Bevásárlóközlekedés — A helyi ellátást javítsuk vagy újabb bevásárlóközpontok épüljenek?

A vevő széles, áttekinthetően és ötletesen tálalt, minőségi árukínálatot és tanácsadást keres. Mindezt egy kellemes, változatos környezetbe kell ágyazni, úgy, hogy a vásárlás élmény lehessen — terekkel, ahol látni és láttatni lehet, vendéglátással, szabadidős létesítményekkel. Hol találhatja meg a vásárló, amit keres — a település magjában vagy a bevásárlóközpont csarnokában? Legyen a válasz világos. A belvárosok és településközpontok olyan értékeket hordoznak, amelyeket egy bevásárlóközpont csak rendkívül nagy anyagi erőfeszítések árán tud megteremteni.

Miért sáfárkodnak mégis a települések olyan rosszul az értékeikkel?

Miért vándorolnak el évről évre a vásárlóerő milliárdjai a zöld mezőn létrehozott bevásárlóközpontokhoz, egyre több szaküzletet és helyi boltot a bezárásra kényszerítve?

Ezek a kérdések szorosan összefüggnek a forgalom- és településfejlesztésekkel. A „Bevásárlóközlekedés — A helyi ellátást javítsuk vagy újabb bevásárlóközpontok épüljenek?” c. tanulmány azt mutatja meg, hogy mennyire fenyegetett a helyi ellátásunk és ezáltal életminőségünk egyik fontos alkotórésze, milyen törvényi kereteknek kellene lenni, amelyek tisztességes versenyt biztosítanak a helyi ellátók és az autós bevásárlóközpontok között, hogyan tudnak az előnytelen keretfeltételek ellenére a helyi ellátók ötletességgel újra és újra bizonyítani, hogyan maradnak a belvárosok és települési központok elérhetőek az indokolt gépkocsiforgalom számára, egyidejűleg egy kellemes bevásárlóhanglejtést kínálva, és hogyan tudják a települések a polgárok, a döntéshozók és a vállalkozók közös erőfeszítéseivel a vásárlóerő elvándorlását megállítani és a helyi ellátást biztosítani.