

Jeder kennt Kaufhallen. Kennt er sie wirklich?

Dr. Helmut Klammer, Direktor des RFZ Kaufhallen, Berlin, und Dr. Karl-Heinz Wolf, Bereichsdirektor am RFZ Kaufhallen, Berlin, beschreiben in den folgenden zwei Beiträgen Stand und Entwicklung des Baues und der Funktion von Kaufhallen. Die neue Einheitsserie Kaufhallen (ESK) gehört dazu.

Kaufhallen – industriell organisiert



Der VIII. Parteitag der SED hat mit der von ihm beschlossenen Hauptaufgabe ein langfristig angelegtes Programm zur weiteren Erhöhung des materiellen und kulturellen Lebensniveaus der Werktätigen angenommen. Dem Handel wurde der Auftrag erteilt, ausgehend vom Bedarf der Bevölkerung, eine stabile und kontinuierliche Versorgung zu organisieren. Eine bedarfsgerechte Versorgung erfordert: Alles, was produziert wird, muß in Menge, Sortiment, Qualität, Preis und Zeitpunkt vollständig dem Bedarf entsprechen und auf kürzestem Wege versorgungswirksam werden. Dieser Zielstellung werden für die Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs (WtB) in besonderem Maße die Kaufhallen gerecht. Das zeigt folgende Entwicklung:

1956	1 Kaufhalle
1965	171 Kaufhallen
1973	571 Kaufhallen

Kaufhallen haben gegenüber traditionellen Lebensmittel-Verkaufsstellen eine Reihe von Vorteilen:

– Komplex und mit hoher Stabilität bieten Kaufhallen gegenwärtig 2500 bis 4000 Sorten Waren an, davon etwa 1400 bis 1800 Sorten Nahrungs- und Genußmittel und 950 bis 2150 Sorten Industriewaren des täglichen Bedarfs.

In Kaufhallen wird das Sortiment von 16 bis 20 verschiedenen Fachverkaufsstellen angeboten. Im Sortiment der Kaufhalle dominieren die Frischwaren. Die zunehmende Erhöhung des Industriewarensortiments führt zu einer weiteren Komplexität des Warenangebots.

– Kaufhallen bieten dem Kunden viele Einkaufserleichterungen. So erfolgt heute der Warenverkauf bei 90 % des Sortiments in Selbstbedienung. Gute Sortimentsanordnungen gestatten dem Kunden einen schnellen Überblick über das Angebot, und die verschiedenen Warenträger ermöglichen ihm eine bequeme Entnahme der Ware.

– Kaufhallen reduzieren den Zeitaufwand für den Einkauf. Durch die Komplexität des Warenangebots spart der Kunde Zeit. Es gilt als Planungsgrundsatz, daß der Einkaufsweg zur Kaufhalle, der zu Fuß zurückgelegt wird, nicht länger als 600 m sein sollte.

Der Übergang zu großzügig ausgelegten Kundenwegen im Verkaufsraum, der Einsatz von Einkaufswagen und