

# **Konsum-Konzept Zimmerberg**

**Konzeptionelle Grundlagen im Bereich Konsum  
für die Region Zimmerberg**

**Resultate der dreitägigen Debatte vom März und April 1999**

**zusammengestellt im Mandat und zuhanden des Vorstandes  
der Zürcher Planungsgruppe Zimmerberg (ZPZ)**

**Juni 1999**

**Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU)**

**Seefeldstrasse 329**

**8008 Zürich**

**Tel. 01 / 381 36 36**

**Fax 01 / 422 34 36**

**E-Mail: [rzu@access.ch](mailto:rzu@access.ch)**

**<http://www.rzu.ch>**

**Bearbeiterin:**

**Bernadette Breitenmoser, Siedlungsplanerin HTL/BVS/BSP**

<b>Inhalt</b>	<b>Einleitung</b>	<b>5</b>
	<b>A Allgemeine Erkenntnisse</b> _____	<b>6</b>
	<b>B Konzeptionelle Inhalte</b> _____	<b>8</b>
	Grundsätze _____	<b>8</b>
	Stärkung der Ortszentren _____	<b>11</b>
	Einkaufszentren ausserhalb _____	<b>16</b>
	Weitere Themen _____	<b>21</b>
	<b>C Nächste Schritte</b> _____	<b>22</b>

## Einleitung

Die Frage, wie die künftige Konsumlandschaft aussehen soll, erhitzte in der Region Zimmerberg schon seit längerem die Gemüter. Sowohl die Einkaufszentrenprojekte als auch die Volksinitiative "keine Einkaufszentren entlang der Autobahn" lösten kontroverseste Diskussionen aus. Auch die Abstimmung über die Volksinitiative führte zu keiner Klärung. Sie erreichte zwar ein äusserst knappes Volksmehr, verfehlte aber das Gemeindemehr.

Sich der Komplexität der anstehenden Fragen, aber auch der Bedeutung von Konsum- und Freizeiteinrichtungen bewusst, wählte die Zürcher Planungsgruppe Zimmerberg auf Anregung und unter Mithilfe der RZU einen neuen Weg, um die politische Pattsituation zu lösen. Im Rahmen einer breitangelegten, dreitägigen Debatte diskutierten im März und April 1999 rund fünfzig Exponenten der öffentlichen Hand, der Wirtschaft, des Verkehrs und der Privathaushalte intensiv über die zukünftige Konsumlandschaft.

Nach dieser Debatte liegt nun eine Fülle an Detailergebnissen vor. Sie reichen von allgemeinen Erkenntnissen über Vorstellungen, wie sich die Konsumlandschaft entwickeln soll bis hin zu konkreten Vorschlägen für das weitere Vorgehen. Von der Sache her lassen sich diese Detailergebnisse in zwei Schwerpunkte fassen: Erstens die gezielte Förderung der Ortszentren und zweitens die Ermöglichung von Einkaufszentren, sofern sie bestimmte Rahmenbedingungen erfüllen; insbesondere sollen grössere Einkaufseinrichtungen das auf den täglichen Bedarf ausgerichtete Angebot in den Ortszentren nicht konkurrenzieren, sondern bloss ergänzen.

Der vorliegende Bericht fasst die inhaltlichen Ergebnisse der dreitägigen Debatte zusammen. Dabei soll transparent werden, in welchen Fragen ein Konsens erzielt werden konnte, zu welchen Fragen es unterschiedliche Positionen gibt und in welcher Bandbreite diese sich bewegen. Damit werden zwei

Ziele verfolgt. Zum einen soll der Bericht den Entscheidungsträgern der öffentlichen Hand eine erste Richtschnur für die Entwicklung lokaler Strategien und der Wirtschaft Hinweise für eine gezielte Planungs- und Investitionstätigkeit geben. Zum anderen dient er der Zürcher Planungsgruppe Zimmerberg als Grundlage für eine umfassende "richtplanerische Konzeptplanung". Diese soll aufzeigen, welche Anpassungen an den Richt- und Nutzungsplänen und welche weitergehenden Massnahmen notwendig sind. Im weiteren soll sie Auskunft darüber geben, wer für die Umsetzung verantwortlich ist und wer in welcher Form zu beteiligen ist. Diese "richtplanerische Konzeptplanung" soll bis spätestens Ende 1999 der Delegiertenversammlung vorgelegt werden.

Hintergrundinformationen über die Ausgangslage und den Erarbeitungsprozess des Konsum-Konzepts Zimmerberg sind in einem erläuternden Bericht zusammengefasst. Daneben besteht auch eine Dokumentation über die Tagungsunterlagen und das Presseecho.

## A Allgemeine Erkenntnisse

Im Laufe der Diskussion entstanden unter den Beteiligten gemeinsame Erkenntnisse, die einen Rahmen für die konzeptionellen Inhalte des Konsum-Konzepts Zimmerberg bilden. Diese gemeinsamen Erkenntnisse wurden parallel mit den Inhalten des Konsum-Konzepts in Gruppen diskutiert und überarbeitet. Sie lauten:

- Nichts machen heisst nicht, dass nichts geschieht.

*Diese Aussage tönt banal. Eine Gruppe schlug denn auch vor, sie wegzulassen.*

*Für eine andere Gruppe enthielt sie aber den Ansporn zum bewussten Mitgestalten. Klar ist: Will man mitbestimmen, wie die künftige Konsumlandschaft aussehen soll, muss man eine Vision haben und darf nicht passiv bleiben.*

- Durch "nichts machen" verpasst man eine Chance und überlässt die Entwicklung dem Markt oder auch dem Zufall.
- Attraktiv gestaltete Ortszentren mit breitem Konsumangebot leisten einen Beitrag zur Grundversorgung aller, steigern die Lebensqualität und führen zu mehr Identifikation mit dem Wohnort. Sie bieten eine Chance für eine nachhaltige Entwicklung.
- Die Kaufkraft soll nicht aus der Region abfliessen. Das in der Region vorhandene Marktpotential ist besser auszuschöpfen.  
*Die Aussage "die Kaufkraft soll nicht aus der Region abfliessen" blieb nicht unumstritten. Eine Gruppe möchte den ersten Satz ersetzen durch "Die Kaufkraft in der Region erhalten, bringt den Vorteil geringerer Mobilität und höherer Standortattraktivität". Unklar war dabei, von welcher Kaufkraft die Rede ist. Gehören dazu auch spezielle Konsumartikel wie Möbel, Haute-Couture-Kleider, Schmuck, usw., für die auch in der Stadt Zürich die meisten bereit sind einen weiten Weg auf sich zu nehmen, um ihr "Spezial"geschäft aufzusuchen? Ebenso fragwürdig ist, ob die Mobilität wirklich geringer wird, wenn alle Konsumartikel in der Region erhältlich sind oder ob einfach regionsintern mehr Fahrten entstehen.*
- Eine gute Versorgung erhöht die lokale und regionale Standortattraktivität.

- Grossflächige Konsumeinrichtungen (ausserhalb der Ortszentren) die Food und Nearfood (nicht essbare Güter des täglichen Bedarfs) anbieten, ziehen eher Kaufkraft aus den Ortszentren ab als Konsumeinrichtungen mit reinem Non-foodangebot.
- Raumplanerische und finanzielle (Bodenpreise) Sachzwänge, nicht strategische Überlegungen bewegen Investoren, Einkaufszentren auf der "grünen Wiese" zu bauen.

- Bei einem grossen kombinierten Konsum- und Freizeitzentrum kann eher "etwas Rechtes" entstehen.

*Dabei entstand die Frage, was denn "etwas Rechtes" sei. Dies kann, wie eine Gruppe präziserte, heissen: Wenn ein kombiniertes Konsum- und Freizeitzentrum gross ist, kann es eher überleben (anpassungsfähig, konkurrenzfähig).*

*"Etwas Rechtes" kann aber auch heissen: Das Konsum- und Freizeitzentrum kann mit privatem und öffentlichem Verkehr gezielter erschlossen werden, durch die Grösse entstehen mehr planerische und gestalterische Spielräume oder in der Energieversorgung lässt sich der Einsatz ressourcen- und umweltschonender Technologien eher bewerkstelligen.*

- Die Erschliessung mit dem öffentlichen Verkehr ist in den grösseren Ortszentren heute mehrheitlich gewährleistet.
- Die Stärkung der Ortszentren bedingt eine Verkehrsplanung, insbesondere eine Planung der Parkplätze und des öffentlichen Verkehrs. Dabei gilt: soviel öffentlicher Verkehr wie möglich, soviel Parkplätze wie nötig.

- Bei Einkaufszentren "ausserhalb" ist die Einrichtung und der Betrieb des öffentlichen Verkehrs mit zusätzlichen finanziellen Aufwendungen verbunden.

*Eine Gruppe präziserte, dass die Aufwendungen der öffentlichen Hand anfallen, wobei eventuell eine Kostenteilung angestrebt werden sollte.*

- Bei mehreren kleineren, dispers verteilten Zentren ist der öffentliche Verkehr defizitärer als bei einem grossen Zentrum.

*Eine Gruppe schlug vor, diesen Satz zu streichen.*

## **B Konzeptionelle Inhalte**

### **Grundsätze**

Aufbauend auf gemeinsamen Grundlagen, gemeinsamem Wissen und gemeinsamen Erkenntnissen hat das fünfzigköpfige Gremium Vorstellungen entwickelt, wie die künftige Konsumlandschaft in der Region Zimmerberg aussehen soll und was es braucht, um die Entwicklung in die gewünschte Richtung zu lenken.

Die Fülle an Detailergebnissen und Einsichten lassen sich in folgende Schwerpunkte fassen:

#### **1. Förderung der Ortszentren**

Die Ortszentren aller Gemeinden sind individuell und umfassend durch koordinierte Massnahmen der Gemeinden und der privaten Grundeigentümer sowie des Gewerbes zu fördern. Dadurch soll die Attraktivität für Handel und Dienstleistungen gestärkt werden und die Grundlage für ein aktives gesellschaftliches sowie kulturelles Leben geschaffen werden. Dieser Schwerpunkt fand uneingeschränkte Zustimmung; in einigen Gemeinden sind Massnahmen dazu bereits geplant und vereinzelt auch umgesetzt worden.

#### **2. Einkaufszentren sind möglich**

Zur Ergänzung des auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Angebotes der Ortszentren sind Einkaufszentren möglich, sofern sie bestimmte Rahmenbedingungen erfüllen. Diese Rahmenbedingungen sollen neben der Beschränkung des Angebotes auch die Grenzen der räumlichen und ökologischen Auswirkungen zum Inhalt haben.

Dieser Schwerpunkt fand überwiegende Zustimmung; der Spielraum der gewünschten Entwicklung ist nicht genau definiert, genügt indessen als Grundlage für die bevorstehenden regionalen und kommunalen Planungsschritte.



**Ziele allein genügen nicht,  
es muss nun auch  
gehandelt werden,  
und zwar unverzüglich**

Will man die Ortszentren fördern und Einkaufszentren nur unter bestimmten Rahmenbedingungen ermöglichen, entsteht sofortiger Handlungsbedarf. Man darf nicht mehr zuwarten und die Entwicklung sich selbst überlassen, sondern muss aktiv werden, und zwar möglichst schnell. Das heisst: Auf Gemeindestufe sollte man sich über die Leistungsfähigkeit der Ortszentren bewusst werden und Vorstellungen entwickeln, wie diese zu stärken sind. Parallel dazu sind Visionen zu suchen über mögliche, die Ortszentren ergänzende multifunktionale Konsum- und Freizeiteinrichtungen, die die erwähnten Rahmenbedingungen sowohl bezüglich Angebot als auch Grenzen der räumlichen und ökologischen Auswirkungen erfüllen. Der frühzeitige Einbezug der Akteure und Interessensvertreter soll für die notwendige Abstützung sorgen.

## Stärkung der Ortszentren

### **Konsens in der Sache**

Der Stärkung der Ortszentren kommt erste Priorität zu. Von der Sache her war man sich dabei in folgenden Punkten einig.

**Ortszentren sind als Marktplätze und als Orte der Begegnung und der Kultur zu fördern**

Die Ortszentren von Adliswil, Horgen, Richterswil, Thalwil und Wädenswil bieten heute ein vielfältiges Laden- und Warenangebot. Sie dienen als Marktplätze und sind Orte der Begegnung und der Kultur. Diese Funktion sollen sie nicht nur bewahren, sondern noch verstärkt wahrnehmen. Sie sind als Einkaufs- und Freizeitorte zu fördern. In ihnen sollen den allgemeinen Trends folgend Konsum, Freizeitaktivitäten und Erholung zusammengeführt werden.

**Es braucht gemeinsame Anstrengungen für eine gute Gestaltung und mehr Einkaufskomfort**

Durch Kooperation zwischen Privaten und öffentlicher Hand sollen die Ortszentren gestalterisch aufgewertet werden und an Attraktivität gewinnen. Der Einkaufskomfort zum Beispiel könnte durch gedeckte Zugänge, verkehrsfreie Zonen und niveaufreie Übergänge enorm gesteigert werden. Strassencafés, Freizeiteinrichtungen und eine attraktive See- oder Flussufergestaltung würden einen Beitrag zum Zusammengehen von Konsum, Freizeitaktivitäten und Erholung leisten. Zentral ist dabei, dass der Entwicklung die notwendigen Spielräume eingeräumt werden. Neugestaltungen, die der Stärkung der Ortszentren dienen, sind daher nicht nur zuzulassen, sondern auch zu initiieren. Dabei sollen auch Veränderungen am traditionellen Ortsbild, wie zum Beispiel grössere Baukuben und die Erstellung von Freizeiteinrichtungen möglich sein.

**Verkehrsbelastung und Erschliessung sind Schlüsselfaktoren**

Zum einen leiden die Ortszentren unter der Verkehrsbelastung und zum anderen unter dem mangelhaften Erschliessungs- und Anlieferungskomfort. Sollen die Ortszentren attraktiver werden, müssen die negativen Auswirkungen der Verkehrsbelastung reduziert und der Erschliessungs- und Anlieferungskomfort verbessert werden.

Insbesondere durch

- Ausscheidung von Fussgängerbereichen oder Förderung der Koexistenz der verschiedenen Verkehrsteilnehmer durch Anpassung des Verkehrsflusses beziehungsweise der Verkehrsgeschwindigkeit an die Situation.
- Verdichtung und überkommunale Vernetzung des Angebots an öffentlichem Verkehr und des nichtimmissionsträchtigen Verkehrs, wobei auch andere Systeme zu prüfen sind wie Rufbusse, Sammeltaxis usw.,
- Lösung der Verkehrs- und Parkierungsprobleme durch genügend Parkplätze, durch Minimierung des Suchverkehrs (gute Auffindbarkeit, eventuell auch Einrichtung eines Parkleitsystems),
- Verbesserung des Anlieferungs- und Abholkomforts,
- Einrichtung von Hauslieferdiensten.

## Offene Sachfragen

**Welche Ortszentren sind zu stärken?**

Während sich ein Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer klar auf die Stärkung der regional bedeutenden Ortszentren Adliswil, Horgen, Richterswil, Thalwil und Wädenswil beschränken möchte und kleinere Orts- und Quartierzentren als Sache der Gemeinden betrachtet, sähen andere gerne in allen Gemeinden die Grundversorgung in Wohnortnähe sichergestellt.

**Was bedeutet genau "Stärkung der Ortszentren"?**

Stärkung der Ortszentren bedeutet unter anderem auch ein Zusammenführen von Konsum und Freizeit. Welche Freizeiteinrichtungen damit gemeint sind, steht noch offen. Sie reichen von einfachen Treffpunkten und einem Kulturangebot bis hin zu "Fun"-Anlagen. Inwieweit letztere im Ortszentrum Platz haben können oder sollen, blieb umstritten.

Die Ortszentren sollten nach ökonomischen Kriterien und konsumorientiert gestärkt werden. Dies setzt voraus, dass Trends, Bedürfnisse und Konsumverhalten in den Gemeinden bekannt sind. Mit den Mitteln der Marktforschung sollten diese konkret erhoben werden.

**Finanzielle und personelle Ressourcen?**

Für die Erarbeitung und auch für die Umsetzung von Massnahmen, die der Stärkung der Ortszentren dienen, bedarf es personeller und finanzieller Ressourcen. Die öffentliche Hand, die Investoren, die Gewerbetreibenden und nicht zuletzt auch die Bevölkerung müssen zur Mitarbeit und zum Aufbringen der notwendigen finanziellen Mittel motiviert werden. Eine wesentliche Voraussetzung für die Freistellung der notwendigen Ressourcen ist die Akzeptanz seitens der Bevölkerung. Diese soll durch ein öffentliche Mitwirkungsverfahren gefördert werden. Gesucht sind auch Opinionleaders, die andere mitziehen können. In der Verwaltung sollte ein Entwicklungsbeauftragter bestimmt werden, der die Verantwortung für die Stärkung der Ortszentren übernimmt. Weitere Ideen, die aber mehrheitlich keine Zustimmung fanden, waren die Einrichtung eines kommunalen Lastenausgleichs zur Förderung der regional bedeutenden Zentren und die Gründung einer regionalen Interessensgemeinschaft "Konsum, Freizeit und öffentliche Bauten". Insbesondere der darin enthaltene Vorschlag, ein weiteres regionales Gremium zu schaffen, stiess auf Ablehnung. Man will die bestehenden Institutionen zu nutzen.

**Wie könnte der öffentliche Verkehr gefördert werden?**

Der öffentliche Verkehr spielt beim Einkaufen heute eine äusserst bescheidene Rolle. Deshalb drängt sich die Frage auf, wie der motorisierte Individualverkehr vermehrt auf den öffentlichen Verkehr umgelagert werden könnte beziehungsweise welche Anreize es braucht, um den Modal-Split (den Anteil des öffentlichen Verkehrs am Gesamtverkehr) zu beeinflussen.

## Was ist zu tun?

**Auf Gemeindeebene  
lokale Konsum-Konzepte  
erarbeiten**

Soll der erarbeitete Konsens, die Ortszentren zu stärken, umgesetzt werden, müssen nun auf kommunaler Stufe nächste Schritte folgen. Die Angebotsleistung der Ortszentren, ihre Stärken und Schwächen sollen transparent gemacht und eine gemeinsame Vision über deren Entwicklung entworfen werden. Ein Weg dazu sind Workshops, wie sie die Stadt Adliswil bereits mit Erfolg durchgeführt hat.

**Entwicklungspotentiale  
ausloten**

Will man die Ortszentren stärken, muss man deren Entwicklungspotentiale kennen. Man muss wissen, ob es an zentralen oder zentrumsnahen Lagen noch nutzbare Flächen gibt, auf welchen Arealen Umnutzungen anstehen oder initiiert werden können und wo eine Verdichtung der bestehenden Bausubstanz sinnvoll und machbar erscheint. In den Gemeinden mit Ortsbildern von überkommunaler Bedeutung, das heisst in Horgen, Wädenswil und Richterswil, wo sich die Anliegen von Schutz und Weiterentwicklung der Ortszentren gegenüberstehen, sind - am besten in Zusammenarbeit mit dem Kanton - mögliche Potentiale gezielt auszuloten.

**Marktpotential und  
Konsumverhalten klären**

Das lokale und das regionale Angebot als Ganzes soll sich am Markt orientieren. Dazu braucht es mehr Wissen über die Marktposition, über die Angebotsleistung und das Marktpotential der Ortszentren sowie mehr Informationen über das heutige Konsumverhalten und die Bedürfnisse der Bevölkerung in der Region Zimmerberg.

**Den Konsens  
"Stärkung der  
Ortszentren"  
breit kommunizieren**

Sollen die Marktkräfte und die finanziellen und personellen Ressourcen auf die Stärkung der Ortszentren gelenkt werden, muss der in der dreitägigen Debatte klar hervorgetretene Konsens, den Ortszentren als Konsum- und Freizeitorte erste Priorität einzuräumen, breit kommuniziert werden. Die Entscheidungsträger der öffentlichen Hand und der Wirtschaft, die Akteure in den Ortszentren, aber auch die Bevölkerung müssen über diesen Konsens informiert sein, um ihre Kräfte und Handlungen entsprechend ausrichten zu können.

**Mit einem regionalen Erfahrungsaustausch Ideen und Kräfte bündeln**

Die Förderung der Ortszentren ist eine lokale Aufgabe. Die Gemeinden können aber von den Erfahrungen der anderen Gemeinden profitieren. In einem periodisch stattfindenden Erfahrungsaustausch könnten Ideen ausgetauscht und die Angebotspalette in der Region Zimmerberg koordiniert und optimiert werden.

## **Wer tut es?**

Soll gehandelt werden, muss auch klar sein, wer handelt. Es braucht jemanden, der die Federführung übernimmt. Die massgebenden Entscheidungsträger, Akteure und Betroffenen müssen in geeigneter Weise und möglichst frühzeitig in den Entscheidungsprozess eingebunden werden. Im Rahmen der Debatte um das Konsum-Konzept kristallisierte sich dabei folgende Aufgabenteilung heraus:

**Die Standortgemeinden übernehmen die Federführung**

Die politische und inhaltliche Kompetenz für die Stärkung ihrer Ortszentren liegt bei den Gemeinden. Konkrete Vorstellungen wie die Ortszentren gestärkt werden können, müssen auf Gemeindeebene entwickelt und umgesetzt werden.

**Die ZPZ wird informiert, sie wirkt koordinierend und unterstützend mit**

Die ZPZ übernimmt die Rolle einer Koordinatorin. Sie koordiniert zum Beispiel die Abklärungen der Gemeinden über das Marktpotential und das Konsumverhalten, erarbeitet ein Kommunikationskonzept und organisiert einen Erfahrungsaustausch zum Thema "Stärkung der Ortszentren".

**Beteiligte und Betroffene denken und arbeiten aktiv mit**

Die massgebenden Entscheidungsträger, Akteure und Betroffene sind am Erarbeitungsprozess zu beteiligen. Dies können sein: Vertreter und Vertreterinnen der Gemeindeexekutive und der Gemeindeverwaltung, des Gewerbes, der Industrie und des Detailhandels, potenzielle Betreiber von Läden, Konsumentengruppen, Steuerungsgruppe Nachhaltigkeit, lokale Marketingorganisationen, Standortförderung Zimmerberg usw..

**Bis wann?**

Der Detailhandel steht unter enormem Konkurrenzdruck und damit auch unter Zeitdruck. Will man auf die Entwicklung des Detailhandels Einfluss nehmen, ist die Geschwindigkeit ein wesentlicher Faktor. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben einen ehrgeizigen Zeitplan entworfen:

Bis nach den Sommerferien 1999 soll die ZPZ ein Kommunikationskonzept erarbeiten.

Bis Ende 1999 sollen auf Gemeindeebene konkretere Vorstellungen vorhanden sein, wie die Ortszentren zu stärken sind und Abklärungen über Marktpotential und Konsumverhalten vorliegen.

In ungefähr einem Jahr, das heisst im Frühjahr 2000 soll ein erster Erfahrungsaustausch unter den Gemeinden stattfinden.

## Einkaufszentren ausserhalb

### **Konsens in der Sache**

Ausserhalb der Ortszentren liegende grossflächige Konsum- und Freizeiteinrichtungen sind unter bestimmten Rahmenbedingungen möglich. Einig war man sich dabei:

**Grossflächige Konsum- und Freizeiteinrichtungen sind auf ein oder zwei Standorte zu konzentrieren**

Eine Konzentration der ausserhalb der Ortszentren liegenden Konsum- und Freizeiteinrichtungen auf wenige Standorte bringt Vorteile sowohl aus ökonomischer als auch aus gestalterischer, sozialer und umweltpolitischer Sicht. Grosse Zentren sind überlebensfähiger, das heisst anpassungsfähiger und konkurrenzfähiger als kleine. Gestalterische, soziale und umweltpolitische Rahmenbedingungen, wie zum Beispiel das Erscheinungsbild, die Einordnung in die Landschaft, die Erschliessung mit dem öffentlichen Verkehr und eine nachhaltige Energieversorgung, lassen sich einfacher bewerkstelligen.

**Das Angebot in den Ortszentren darf nicht konkurrenziert, sondern bloss ergänzt werden**

Die entscheidende Voraussetzung für das Einverständnis zu Einkaufszentren war, dass die Ortszentren mit ihrem zentren-typischen Angebots-Mix nicht konkurrenziert und gefährdet werden. Das Angebot soll sich dem Angebot in den Ortszentren unterordnen. Einkaufszentren sollen die Ortszentren bloss ergänzen und das anbieten, was in den Ortszentren nicht angeboten wird oder werden kann.

**Eine Kombination mit Freizeiteinrichtungen kann sinnvoll sein**

Die Kombination von Konsum- und Freizeiteinrichtungen liegt im Trend und bringt Synergien. Strassen, Parkplätze und öffentlicher Verkehr werden regelmässiger ausgelastet. Erwünschte Freizeiteinrichtungen, wie zum Beispiel eine Eishalle, liessen sich mit Beteiligung der Grossverteiler eher finanzieren und realisieren.

**Es braucht eine gute Erschliessung sowohl durch den öffentlichem Verkehr als auch für den Individualverkehr**

Die Konsum- und Freizeitzentren sind an den öffentlichen Verkehr anzubinden. Dabei sind auch überkommunale Verbindungen zu berücksichtigen. Die Erschliessung für den motorisierten Individualverkehr soll störungsfrei funktionieren. Es braucht eine direkte, nicht Wohngebiete tangierende, staufreie Zu- und Wegfahrt und eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen.



**Bezüglich Gestaltung und “Nachhaltigkeit” sind hohe Anforderungen zu stellen.**

Grossflächige Konsum- und Freizeiteinrichtungen sollen erhöhten planerischen und gestalterischen Anforderungen genügen. Sie sollen mit ihrem architektonischen Ausdruck und der Umgebungsgestaltung überzeugen und sich gut in das Landschaftsbild einordnen. Zudem sind die Kriterien einer nachhaltigen Entwicklung zu berücksichtigen. Die Konsum- und Freizeiteinrichtungen sollen bezüglich Ökonomie, Gesellschaft und Umwelt nicht nur heute, sondern auch in Zukunft funktionieren. Unter anderem bedeutet dies, dass mit Energie umweltschonend und sparsam umgegangen wird und die Einkaufszentren so konzipiert werden, dass die Grundversorgung für alle Bevölkerungsgruppen auch in Zukunft gewährleistet bleibt.

## **offene Sachfragen**

Die detaillierten Rahmenbedingungen, unter denen grossflächige Konsum- und Freizeitzentren möglich sein sollen, stehen noch nicht fest. Noch zu klären, beziehungsweise auszuhandeln sind insbesondere folgende Punkte:

**Wie gross sollen diese Konsum- und Freizeitzentren sein?**

Grundsätzlich soll für Konsum, Unterhaltung, Freizeit und Sport soviel Fläche zur Verfügung stehen, wie für das Funktionieren von Konsum- und Freizeitzentren erforderlich ist. Noch fraglich blieb, ob solche Einrichtungen auf eine regionale oder überregionale Nachfrage auszurichten sind. Gemäss Aussagen der Grossverteiler bedürfen grossflächige Konsumeinrichtungen einer Verkaufsfläche von 20'000 m<sup>2</sup>. Klar vertraten die Grossverteiler auch die Ansicht, dass wenn der Markt ein grosses Einkaufszentrum will, es auch planerisch nicht verhindert werden soll.

**Welches ist der “richtige” Angebots-Mix?**

Die Frage nach dem “richtigen” Angebots-Mix ist äusserst heikel. Zum einen ist er so zu wählen, dass die Ortszentren nicht konkurrenziert werden. Gleichzeitig muss der Mix aber auch vom marktwirtschaftlichen Standpunkt aus funktionieren, dass heisst für Kunden genügend attraktiv sein. Was ein ergänzendes beziehungsweise nicht konkurrenzierendes Angebot sein soll und in welchem Mass und nach welcher Typisierung das Angebot beschränkt werden soll, bleibt noch zu klären.

**Wo gibt es geeignete Standorte?**

Das Neubüel in Wädenswil und das Grütareal in Adliswil sind, betrachtet man das bisherige Aktionsfeld der Investoren, bevorzugte Standorte für die Ansiedlung grossflächiger Konsum- und Freizeiteinrichtungen. Zu klären ist, ob auch ausserhalb dieser Standorte Flächenreserven vorhanden sind, seien es unüberbaute Flächen oder auch Flächen, auf denen Umstrukturierungen anstehen oder anzustreben sind.

**Inwieweit eignen sich Randzonen von Ortszentren für die Ansiedlung von Fachmärkten?**

Ein Teil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bevorzugte die Ansiedlung von Fachmärkten an den Rändern der Ortszentren. Ob die dafür notwendigen Flächen vorhanden sind und ob die Erschliessung ohne Beeinträchtigung von Wohngebieten gelöst werden kann, blieb offen.

**Mit welchen Freizeiteinrichtungen kombinieren?**

Wie erwähnt ist unbestritten: Die Kombination von Freizeit und Konsum bringt Vorteile. Für welche Freizeiteinrichtungen ein Bedürfnis besteht und welche Kombinationen sich eignen, ist noch zu klären.

**Wer finanziert die Erschliessung?**

Die Finanzierung der Erschliessung für den motorisierten Individualverkehr und eine Kostenbeteiligung für die Anbindung an den öffentlichen Verkehr ist mit allen Beteiligten am konkreten Objekt auszuhandeln.

**Was ist zu tun?**

Die Präzisierung der Rahmenbedingungen für die mögliche Ansiedlung grossflächiger Konsum- und Freizeiteinrichtungen erfordert folgende Handlungsschritte:

**Vision über multifunktionale Zentren entwickeln**

Die für die Ansiedlung grossflächiger Konsum- und Freizeiteinrichtungen in Frage kommenden Gemeinden, insbesondere Adliswil und Wädenswil erarbeiten eine Vision, wie sich solche multifunktionalen Zentren entwickeln könnten.

**In einer Marktanalyse Trends und Bedürfnisse klären**

Sollen Einkaufszentren mit Freizeitnutzungen kombiniert werden und einen funktionierenden Angebots-Mix aufweisen, der die Ortszentren nicht konkurrenziert, muss der Markt

analysiert werden. Die Bedürfnisse der Bevölkerung müssen unter Einbezug der Trends erfasst und Schlüsse gezogen werden, für welche Freizeiteinrichtungen eine Nachfrage besteht und welcher Angebots-Mix die Anforderungen erfüllt.

**Empfehlungen erarbeiten**

Aufgrund der Erkenntnisse aus den Marktanalysen sind die Rahmenbedingungen über Standorte, Grösse und Angebot grossflächiger Konsum- und Freizeiteinrichtungen zu präzisieren und in Form von Empfehlungen den Entscheidungsträgern zugänglich zu machen

**Wer tut es?**

Von der Ansiedlung grossflächiger Konsum- und Freizeiteinrichtungen sind viele betroffen, die treibende Kraft liegt aber bei den Investoren und den Standortgemeinden. Daraus ergeben sich folgende Zuständigkeiten:

**Die Federführung liegt bei den Gemeinden**

Die für grossflächige Konsum- und Freizeiteinrichtungen in Frage kommenden Standortgemeinden erarbeiten zusammen mit potentiellen Investoren und Betreibern eine Vision.

**Die ZPZ koordiniert und empfiehlt**

Die ZPZ wirkt bei den notwendigen Marktanalysen und der Präzisierung der Rahmenbedingungen koordinierend mit und erarbeitet Empfehlungen.

**Beteiligte**

Die massgebenden Entscheidungsträger, Akteure und Interessensgruppen, insbesondere auch lokale Marketingorganisationen und die Standortförderung Zimmerberg, sowie Jugendvereine und Sportvereine sind bei der Präzisierung der Rahmenbedingungen an mögliche grossflächige Konsum- und Freizeiteinrichtungen frühzeitig einzubeziehen. Die Bestimmung eines funktionierenden Angebots-Mixes ist nur in enger Zusammenarbeit mit den Investoren und Betreibern möglich. Die Verkehrserschliessung ist zusammen mit der SZU, den Verkehrsverbänden, den kantonalen Instanzen und den Investoren zu optimieren.

**Bis wann?**

Sollen Investitionen in multifunktionale Zentren an die erwünschten Standorte gelenkt werden, muss möglichst bald ein Zeichen gesetzt werden, in welche Richtung die Entwicklung gehen soll.

Bis nach den Sommerferien 1999 sollen erste Visionen über multifunktionale Zentren vorliegen

Bis Ende 1999 sollen das Wissen über Bedürfnisse und Trends und Empfehlungen der ZPZ vorliegen.

## Weitere Themen

Im Laufe der Debatte standen die Auswirkungen der Entwicklungsvarianten "Ausbau der Ortszentren", "zwei bis drei Zentren ausserhalb" und "ein grosses kombiniertes Konsum- und Freizeitzentrum" zur Diskussion. Bei der Beurteilung dieser Varianten wurden immer wieder die Kriterien Ökobilanz, Wirtschaftlichkeit für den Betreiber, für die Gemeinde und für die Investoren sowie Standortattraktivität ins Spiel gebracht. Nicht zuletzt wegen der Komplexität dieser Themenkreise blieben die Fragen der Auswirkungen bis am Ende der dreitägigen Debatte ohne Klärung und auch ohne Vorschlag, wie sie zu klären wären, im Raum stehen.

### Ökobilanz

Immer wieder kam die Forderung, die Auswirkungen auf die Ökobilanz beziehungsweise auf den Verkehr und die Energie in die Überlegungen einzubeziehen. Auch über die Region Zimmerberg hinaus wäre es interessant, zum Beispiel am Modell der Region Zimmerberg eine Ökobilanz über die unterschiedlichen Entwicklungsvarianten zu erstellen. Dies wäre aber mit einem enormen Kostenaufwand verbunden, der nicht von einer regionalen Planungsgruppe getragen werden kann. Fände man jemanden, der die Kosten übernimmt, wäre es jedoch denkbar, dass die ZPZ die Federführung für eine solche Aufgabe übernimmt und sie mit Unterstützung des AWEL, Abteilung Lufthygiene, bearbeiten lässt.

### Gemeindefinanzen

Was die Stärkung der Ortszentren für die Gemeindefinanzen bedeutet, ist nicht klar. Kurzfristig belastend wirken die für Planung und Aufwertung der Infrastruktur zu tätigen Investitionen. Längerfristig kann ein starkes Ortszentrum auch eine positive Bilanz aufweisen. Das Marktpotential wird lokal abgeschöpft. Es gibt mehr Arbeitsplätze und mehr Steuereinnahmen.

### Standortattraktivität

Unbeantwortet blieb auch die Frage, welchen Einfluss starke Ortszentren beziehungsweise Einkaufszentren "ausserhalb" und der Angebots-Mix der Konsumeinrichtungen auf die Standortqualität der Region Zimmerberg und der Gemeinden haben.

## C Nächste Schritte

Mit der breitangelegten dreitägigen Debatte wurde nicht das eigentliche Konsum-Konzept erarbeitet, sondern eine Grundlage für die Erarbeitung eines Konsum-Konzeptes geschaffen. Es wurde transparenter, in welchen Sachfragen ein Konsens besteht und wo es noch Fragen zu lösen gibt. Unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern entstand ein Gesprächsklima, das eine fruchtbare Basis für die nächsten Planungsschritte bildet. Der Vorstand der ZPZ wird die Ergebnisse dieser Debatte im Sinne von Einwendungen gemäss § 7 PBG behandeln und in die nächsten Schritte einfliessen lassen.

### **1. Resultate der dreitägigen Debatte bekannt machen**

Auf den voranstehenden Seiten hat die Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU) die Tagungsergebnisse zusammengestellt. Hintergrundinformationen über die Ausgangslage und den Erarbeitungsprozess sind in einem erläuternden Bericht zur Erarbeitung festgehalten. Beides hat der Vorstand der ZPZ am 24. Juni 1999 verabschiedet.

Die aufgearbeiteten Tagungsergebnisse richten sich an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Debatte, die Delegierten der ZPZ und die massgebenden Entscheidungsträger der öffentlichen und der privaten Hand. Durch Orientierung der Medien sollen sie auch einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden.

### **2. Richtplanerische Konzeptplanung**

In einem nächsten Schritt setzt der Vorstand der ZPZ die Ergebnisse der dreitägigen Debatte in eine richtplanerische Konzeptplanung um. Diese bildet aber noch keine rechtliche Vorgabe und hat auch noch keine direkte Wirkung auf die durch Region und Gemeinden zu ergreifenden Massnahmen. Diese richtplanerische Konzeptplanung soll noch dieses Jahr durch die Delegiertenversammlung der ZPZ als referendumsfähiger Beschluss verabschiedet werden.

### **3. Umsetzung in die Planungsinstrumente**

Im Anschluss daran sollen alle Elemente der richtplanerischen Konzeptplanung Eingang in geeignete Planungs- oder andere Steuerungsinstrumente der öffentlichen Hand finden und dadurch ihre demokratische Legitimation erhalten, also

- in den regionalen Richtplan, dessen Änderungen durch die Delegiertenversammlung beschlossen und durch den Regierungsrat genehmigt werden,
- in die kommunalen Richt- und Nutzungsplanungen, welche durch die Gemeindeversammlung beziehungsweise das Gemeindeparlament festgesetzt und durch den Regierungsrat genehmigt werden,
- in weitergehende Massnahmen der Gemeinden (z. B. Förderungskonzept Ortskern etc.), welche durch Stadt- und Gemeinderäte eventuell auch Gemeindeversammlungen oder -parlamente beschlossen werden.