

Einkaufen im Zimmerberg

Konsum-Konzept & Marktstudie

„Die Einkaufsfunktion ist eng mit der Vitalität und der Urbanität eines Ortszentrums verknüpft und stellt so einen zentralen Faktor zur Beeinflussung einer Gemeinde als Wohn- und Arbeitsstandort und ihrer Standortattraktivität dar“

Peter Kotz, InterUrban AG



Von der Problemerkennung bis zur Lösung:

Mehrere Einkaufszentrenprojekte im Bereich von Autobahnanschlüssen haben die Bevölkerung in der Region Zimmerberg beunruhigt. Auf politischer Ebene wurde eine Initiative gestartet mit dem Ziel, Einkaufszentren im Bereich der A3 zu verhindern. Trotz Einwänden von Seiten der Regionalplanung und der kantonalen Baudirektion betreffend Tauglichkeit bzw. rechtlicher Bedenken gegenüber der in der Initiative geforderten Mittel, wurde die Initiative zur Abstimmung gebracht. Sie wurde zwar mit zwei Stimmen Mehrheit angenommen, scheiterte aber am erforderlichen „Ständemehr“.

In dieser unbefriedigenden Situation beschloss die Planungsgruppe Zimmerberg (ZPZ), unterstützt von der Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU), das Anliegen zum eigenen zu machen

und einen gänzlich neuen Lösungsversuch zu unternehmen. In der Folge wurden im Rahmen des „Konsum-Konzepts Zimmerberg“ alle am Problemkreis Beteiligten zum Gespräch aufgerufen. An drei Tagen wurden offene Fragen aufgelistet, mögliche Lösungen skizziert und bewertet.

Erfreulicherweise endete das Unternehmen mit einem allseits akzeptierten Resultat:

- Die bestehenden Ortszentren sind zu fördern
- Einkaufszentren sind unter Bedingungen möglich

Diese Bedingungen wurden nicht endgültig benannt. Gemeint waren aber insbesondere Nachhaltigkeit und keine wesentliche Konkurrenzierung der bestehenden Ortszentren.

Im Laufe der Weiterbearbeitung in der ZPZ wurde bald einmal klar, dass über die bestehende Einkaufs-

situation und Gewerbestruktur grosse Kenntnislücken bestanden. Die in der Folge durchgeführte Marktstudie brachte denn auch überraschende und teilweise beunruhigende Fakten ans Licht. Insbesondere konnte daraus geschlossen werden, dass bereits eine relativ geringe Abwanderung von Kaufkraft, angesichts der etwas labilen Situation in den bestehenden Ortszentren, zu massiven, unerwünschten Veränderungen in der bestehenden Struktur führen könnte. Planungsgruppe und Gemeinden haben diese Situation erkannt und verhalten sich entsprechend. So werden zum Beispiel in allen Regionszentren Verbesserungsmaßnahmen geprüft oder sind schon in Ausführung.

Falls diese Massnahmen organisatorischer und gestalterischer Art gelingen, kann das Konsum-Konzept Zimmerberg endgültig als Erfolgsgeschichte gelten.

■ Konsum-Konzept

Art der Durchführung

Am 3. September 1998 bewilligte die Delegiertenversammlung den notwendigen Kredit für den vom Vorstand vorgeschlagenen neuen Lösungsansatz für die gemeinsamen Erarbeitung eines Konsum-Konzeptes.

An drei Sitzungstagen mit einem je 14-tägigen Abstand wurden der Wissensstand aller Beteiligten auf ein ähnliches Niveau gebracht, grundsätzliche Fragen des Konsum diskutiert, über die Situation in den Gemeinden orientiert, der Einbezug von Freizeiteinrichtungen erörtert und Erschliessungsfragen besprochen. Die Rahmenbedingungen und die Auswirkungen von 4 denkbaren Varianten wurden in verschiedenen Arbeitsgruppen und anschliessend im Plenum diskutiert. Daraus konnte ein erster Entwurf für ein regionales Konsum-Konzept gebildet werden. Ganz am Schluss lag ein von allen Beteiligten getragener Lösungsvorschlag vor, zusammen mit Ideen für das weitere Vorgehen.

Teilnehmerkreis

- Haushalte (Motorisierte, Fussgänger, Alte, Junge, Behinderte)
- Gewerbe, Detaillisten, Standortförderung
- Grossverteiler, Investoren
- Verkehrsbetriebe, Verkehrsclubs
- Behörden, Gemeindeexekutiven, Vertretung Planungsgruppe, RZU
- Vertreter der Initiative „Keine Einkaufszentren an der Autobahn“
- Kantonale Verwaltung
- Experten
- Moderator (Klaus Schweingruber, Rafz)

Konsens

Das fünfzigköpfige Gremium hat 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:

Um die Attraktivität von Handel und Dienstleistungen zu stärken und die Grundlagen für ein aktives gesellschaftliches und kulturelles Leben zu schaffen, sind die Ortszentren aller Gemeinden individuell und umfassend durch koordinierte Massnahmen der Gemeinden, der privaten Grundeigentümer und des Gewerbes zu fördern.

Zur Ergänzung des auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Angebots der Ortszentren, sind Einkaufszentren möglich, sofern sie bestimmte Randbedingungen erfüllen. Neben der Beschränkung des Angebots ist auf die Einhaltung der räumlichen und ökologischen Grenzen zu achten.

Handlungsbedarf

Zur Zielerreichung bestand sofortiger Handlungsbedarf. Auf Gemeindeebene waren konkrete Vorstellungen zur Stärkung der Zentren zu entwickeln und auf übergeordneter Ebene waren Vorstellungen zu erarbeiten über die Rahmenbedingungen für multifunktionale Konsum- und Freizeiteinrichtungen, die die oben erwähnten Bedingungen einhalten. Als erster Schritt waren aber die Resultate der Tagungen bei allen Akteuren bekannt zu machen. Die RZU hat dazu ein Kommunikationskonzept entwickelt und die Resultate der Tagung in eine gut lesbare Form gebracht.

Die Rolle der ZPZ

Die Planungsgruppe hat sich das Konzept zu eigen gemacht und bemüht sich intensiv um die Verwirklichung. So organisiert sie den laufenden Informationsaustausch und sorgt für die Wissensvermehrung. Unter anderem hat sie die nachfolgend beschriebene Marktstudie initiiert.

■ Marktstudie

Erwünschte Resultate

Mit der Untersuchung der InterUrban AG sollten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Lokalversorgung beurteilt und Möglichkeiten für die Stärkung daraus abgeleitet werden. Im Mittelpunkt standen die drei Problemkreise:

- Wie gross ist die Kaufkraft der regionalen Bevölkerung, welche Zu- und Wegflüsse bestehen?
- Welche Position haben insbesondere die regionalen Zentren innerhalb dieses Marktgefüges?
- Welche Möglichkeiten bestehen, um im Vergleich zu heute mehr Kaufkraft zu binden, sei es durch die Stärkung der Ortszentren oder durch neue Einkaufsschwerpunkte.

Wichtigste Ergebnisse

Ein wesentlicher Teil der lokalen Kaufkraft wird nicht lokal ausgegeben. Die lokalen Anbieter schöpfen lediglich zwischen 15% (Oberrieden) und 42% (Horgen) ab.

Alle untersuchten Gemeinden weisen ein ähnliches Angebot auf. Die ein bis zwei wichtigsten Grossverteiler sind in den einzelnen Gemeinden insbesondere im Bereich „Food“ dominant. Ambiente, Erlebnisgehalt und zum Teil auch Qualität und Vielfalt des Angebotes weisen Verbesserungspotential auf. Generell ungenügend ist die Versorgung im Bereich „Non Food“. Lediglich Wädenswil besitzt ein Warenhaus.

Von Ausnahmen abgesehen entspricht das Niveau des Angebots, insbesondere auch das der Grossverteiler, nicht der überdurchschnittlichen Kaufkraft der Wohnbevölkerung im Zimmerberg.

Etwa die Hälfte des regionalen Detailhandelsumsatzes wird laut Schätzungen der Anbieter durch Autokunden erbracht. Die meisten regionalen Ortszentren verfügen aber nicht über genügend geeignete Parkplätze. Dort, wo zahlenmässig genügend vorhanden wären, liegen sie meist peripher. So werden unnötige Such- und Wechselfahrten provoziert.

Schlüsse, Handlungsbereiche

Die Ortszentren sind weiter zu entwickeln. Richtlinien zur Aufwertung sollen formuliert und ein Erfahrungsaustausch organisiert werden. Die Standortattraktivität der Seelage sollte genutzt werden (Seeanbindung verbessern).

Der Verkehr muss optimiert werden. Das teilweise durch unattraktive Durchgangssachsen geprägte Image von Gemeinden ist durch entsprechende Aufwertungen zu korrigieren. Ein genügendes Parkplatzangebot an guten Lagen ist sicher zu stellen. Für Fussgänger sind gute Verhältnisse zu schaffen.

Die Regionalzentren müssen eine klare, auf Unverwechselbarkeit ausgerichtete Positionierung anstreben.

Es braucht Richtlinien für eine nutzungsorientierte Ansiedlungspolitik bezüglich der regionalen und lokalen Versorgungssituation sowie für das gesamte Angebot (Freizeit, Unterhaltung, Gastronomie, Ausbildung).

Im Bereich „Non Food“ sind regionale Lösungen anzustreben, besonders in den Sparten „Do-it yourself“ und Inneneinrichtung.

■ Stand anfangs 2001

Die Gemeinden haben sehr rasch auf die Resultate des Konsum-Konzepts und der Marktstudie reagiert. Letztere enthält neben den gesamtregionalen Aspekten sehr detaillierte, gemeindespezifische Feststellungen und Resultate. In allen Zentrumsgemeinden und einigen Lokalzentren sind zudem Detailstudien im Gang und bereits werden auch Massnahmen getroffen, die den gewonnenen Erkenntnissen Rechnung tragen. In Wädenswil, der Standortgemeinde der auslösenden Einkaufszentrenprojekte, ist eine Anpassung der Bau- und Zonenordnung am Laufen, die Entwicklungen verhindern soll, welche die gesamte Einkaufssituation im Zimmerberg negativ beeinflussen könnten. Die ZPZ hat auch einen ständigen, regionalen Informationsaustausch organisiert. Daran beteiligt sind vor allem die Gemeindebehörden und das Gewerbe.

Verfasser und Herausgeber:

Regionalplanung Zürich und Umgebung (RZU)
Seefeldstrasse 329, 8008 Zürich
Tel. 01 381 36 36 Fax 01 422 34 36
Hermann Gonzenbach, dipl. Arch. HTL

