

# Vier Missverständnisse

**Analyse zur Bevölkerungszunahme** Zürich will weiter wachsen. Diese Perspektive stört viele. Doch: Das Wachstum ist weniger der Wille der Stadt als vielmehr ein Diktat von oben.

Ev Manz

Die Begeisterung über Zürichs jüngsten Rekord ist offenbar einseitig. Während die Stadtbehörden vergangene Woche frohlockend die neue Höchstmarke von 440'181 Einwohnerinnen und Einwohnern verkündeten, löste das in den Kommentarspalten und Zeitschriften wenig Begeisterung aus. Und die Aussicht, dass es Platz für rund 200'000 weitere Menschen hätte, schürte Ängste. Die Stadt sei «bereits zu voll» und «zu dicht», kritisierten Kommentatorinnen und Kommentatoren.

Wenn dann von Städteforschern und -forscherinnen entgegnet wird: «Gehen Sie mal nach Singapur oder Hongkong, dort sehen Sie, was Dichtestress ist», verstärkt dies das Unbehagen noch, anstatt es zu besänftigen.

Darüber hinaus verleitet die Freude der Statistikerinnen und Statistiker viele zur Annahme, die Stadt sei die treibende Kraft hinter dem Wachstum. «Zürich schafft sich mit dieser Strategie selber ab», heisst es. Oder anderenorts bildlicher: Jeder Ballon, den man aufbläst, platzt irgendwann.

Deshalb klären wir an dieser Stelle vier Missverständnisse.

## 1 Das Eigeninteresse

Die Stadt Zürich strebt dieses Wachstum nicht von sich aus an, wie die jüngste Meldung vermuten lassen könnte. Ganz im Gegenteil: Sie ist das letzte Glied in der Kette und setzt nur um, was Bund und Kanton ihr bezüglich Bevölkerungswachstum vorschreiben.

Die Schweiz wird wohl in nächster Zukunft ein attraktives Einwanderungsland bleiben. Landesweit rechnet man in den kommenden 30 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum von knapp 20 Prozent. 2050 dürften gemäss Prognosen folglich rund 10 Millionen Menschen in der Schweiz leben. Die 2 Millionen zusätzlichen



Viel Volk auf der Josefswiese in Zürich: Für die einen Lebensqualität, andere beklagen Dichtestress – der Übergang ist fließend. Foto: Reto Oeschger

Menschen sollen vorwiegend in urbanen Regionen wie Zürich wohnen und arbeiten.

Zürich rechnet bis 2040 mit 520'000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Anna Schindler, Direktorin für Stadtentwicklung, sagt: «Wir verfolgen keine eigene Wachstumsvision, aber wir begrüßen es, dass Zürich wieder eine attraktive Stadt ist, die die Menschen als Lebensort anzieht – anders als in den 1990er-Jahren.» Damals erlebte Zürich einen Bevölkerungsrückgang bis unter 360'000 Einwohnerinnen und Einwohner.

## 2 Das Privileg

Falsch ist auch die Vorstellung, mit der Ansiedlung der zusätzlichen Bevölkerung wolle der Bund die urbanen Räume

gegenüber den Landgemeinden privilegieren. Dahinter stehen raumplanerische Überlegungen. Mit der Konzentration der Bevölkerung in den städtischen Zentren wird der Zersiedlung entgegengewirkt, die sich in den vergangenen Jahrzehnten wie ein Brei über das ganze Mittelland ausgebreitet hat. Im Fachjargon wird im Zusammenhang mit der Bündelung auf städtische Räume von «Entwicklung nach innen» gesprochen.

Mit der Verdichtung an bereits überbauten Orten wird umweltschonendes Leben gefördert. Die Wege werden kürzer, womit der Energieausstoss abnimmt. Einen grossen Teil des Verkehrszuwachses soll zudem der öffentliche Verkehr übernehmen. Dieser ist in den städtischen

Zentren bereits gut ausgebaut. Deshalb schreibt der kantonale Richtplan vor, die Verdichtung schwerpunktmässig auf den ÖV auszurichten.

## 3 Das Geld

Mehr Menschen bringen mehr Geld – vielfach wird Zürichs angestrebtes Wachstum auch als Gier der Bankenstadt interpretiert. Doch Geld spielt beim Bevölkerungswachstum nur eine Nebenrolle, wenn auch eine wichtige. Anna Schindler sagt: «Wachstum bringt zwar Steuereinnahmen, generiert aber auch hohe Kosten.» Infrastrukturen wie Schulen, Bäder oder Verkehrsmittel müssen finanziert sein.

Grössere Orte wie Zürich sind besser aufgestellt als kleinere Gemeinden, diese Lasten

zu tragen. Sie können auf bestehende Ressourcen, mehr finanzielle Mittel und Fachkräfte zurückgreifen. So werden überzählige Schülerinnen und Schüler für ein Sekundarschulhaus in ein anderes Schulhaus umgeteilt, die Stadt übernimmt die Kosten für den ÖV.

## 4 Die Weltstadt

Dann ist da noch das Gefühl, dass Zürich gern Weltstadt wäre. Gross, schillernd, in aller Munde. Dazu passt das von Bund und Kanton auferlegte Bevölkerungswachstum. Zürich als wachsendes Zentrum – diese Rolle nehmen die Behörden gern an. Der Stadtrat wird nicht müde, Zürichs Strahl- und Anziehungskraft zu betonen. Grösser, schillernder, Zentrum der Deutschschweiz.

Stadtentwicklerin Anna Schindler will das Prädikat Weltstadt denn auch eher inhaltlich verstanden wissen als gekoppelt an eine Zielgrösse. «Zürich soll eine Stadt mit internationalem Flair sein, wo Menschen aus verschiedenen Kulturen zusammenleben.»

Rein bevölkerungsmässig wird Zürich ohnehin aber noch lange nicht zur Millionenstadt. Dem Gleichgewicht von Bevölkerung und Stadtgrösse muss die Stadt Rechnung tragen. «Derzeit funktioniert das Gefüge gut, aber es gibt bestimmt eine Bevölkerungsobergrenze», sagt Anna Schindler.

Da hätte man gern eine Zahl gehört. Schindler aber will keine nennen.

# Keine Bierwerbung mehr, dafür sonstige Werbeschriften auch im Obergeschoss

**Neue Vorschriften** Stadtzürcher Lokale dürfen künftig kein Bierschild mehr an ihrer Fassade anbringen.

Die Signete von Brauereien gehörten lange Zeit zum Stadtbild, besonders in den Zürcher Ausgehvierteln. Jetzt werden sie verboten.

Der Stadtrat hat gerade die Vorschriften für Werbung auf öffentlichem Grund angepasst. Ab kommendem Monat erlaubt er keine Bierwerbung mehr an Fassaden von Restaurants oder Bars. Allerdings muss deswegen kein Beizer sein Wirtshausschild mit dem Felschlösschen- oder Hürlimann-Logo abmontieren. Die bisherigen dürften bleiben, heisst es beim zuständigen Amt für Städtebau, das zum Hochbaudepartement von André Odermatt (SP) gehört. Das Verbot greife nur bei neuen Gesuchen.



Was schon bewilligt wurde, darf bleiben. Foto: Urs Jaudas

Der Stadtrat begründet die Massnahme mit Jugendschutz und Suchtmittelprävention. In diesen Bereichen trage die Stadt Verantwortung und «geht mit gutem Beispiel voran». Ausserdem habe das Anzeigen der Biermarke an Bedeutung verloren. Es gingen nur noch vereinzelte neue Gesuche ein.

Das bestätigt Nicolas Kern, Präsident des Verbandes Gastro Stadt Zürich: «Für die meisten Betriebe in der Stadt spielt diese Art von Werbung keine Rolle mehr.» Das sei eine Folge der Liberalisierung des Gastgewerbes Ende der 1990er-Jahre. Bis dahin habe sich fast jedes Lokal vertraglich an eine der grossen Brauereien gebunden. «Die Res-

taurants schenken nur Biere dieser Brauerei aus und warben auch für sie.» Als Gegenleistung erhielten die Wirte Geld oder einen neuen Ausschanktresen.

## Gastroverband findet es keine gute Idee

In ländlichen Gebieten laufe das teilweise auch heute noch so, sagt Nicolas Kern. Bei Gastrobetrieben in der Stadt gebe es hingegen kaum mehr solche Exklusivverträge. «Fast alle bieten verschiedenste Biersorten an», sagt Kern. Dadurch erübrigten sich Reklameschilder für eine einzige Marke. In der Stadt Zürich sieht man solche Schilder an den Fassaden von traditionellen Beizen wie der Rheinfelder Bier-

halle im Niederdorf oder der Schweizer Weinstube im Langstrassenquartier.

Trotzdem hält Gastro Stadt Zürich das Verbot für unnötig. «Ich glaube nicht, dass die paar Biermarkensignete an Restaurants Jugendliche zum Trinken verlocken», sagt Kern. «Dazu tragen die vielen 24-Stunden-Shops sicher deutlich mehr bei.» Neue Einschränkungen unterstütze der Verband nur, wenn sie die Sicherheit steigern würden. Das sei in diesem Fall nicht gegeben.

## Werbung für E-Zigaretten wird ebenfalls verboten

In der Anpassung der Vorschriften aus dem Jahr 2008 weitet die Stadt zudem das Werbeverbot für

Tabak und Alkohol aus. Dieses gilt künftig auch für «andere Suchtmittel mit vergleichbarem Gefährdungspotenzial». Damit seien vor allem elektronische Zigaretten gemeint, heisst es beim Amt für Städtebau.

In einem anderen Bereich lockert die Stadt die Regeln. Bisher durften Geschäfte ihre Werbeschriften nur im Bereich des Erdgeschosses anbringen. Neu wird dies auch im Obergeschoss möglich sein. Dies soll in erster Linie solchen Geschäften entgegenkommen, die auch während der Nacht auf gute Sichtbarkeit angewiesen sind, Hotels zum Beispiel oder Apotheken.

Beat Metzler