



## Gründungsmedienkonferenz

Freitag, 16. Juni 2006, Au Premier, Zürich

Folie 1

### Jörg Ackermann

Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop Schweiz;  
Präsident espace.mobilité



Folie 2

## Grosse Bauvorhaben lösen Kontroversen aus

- keine klare und übergeordnete Standortpolitik
- im Vergleich zum Ausland sehr lange Planungs- und Bewilligungsverfahren
- fehlende Rechtssicherheit für die konkrete Bebaubarkeit von ausgeschiedenen Standorten für die Aktivität Einkaufen
- zunehmend Einschränkungen bei Neu- und Umbauten, die einen rentablen Betrieb von Einkaufszentren in Frage stellen
- Konflikt zwischen der Umweltschutzpolitik mit fixen quantitativen Grenzwerten und der Raumplanung mit der weicher formulierten Forderung nach einer gesamtheitlichen Betrachtung
- realitätsferne Normen
  
- Wirtschaft und Detailhandel haben keine eigene Stimme.

## Unsere Mitglieder



**MIGROS**



Verband der Immobilien-Investoren  
Association des Investisseurs immobiliers  
Associazione degli Investitori immobiliari



## espace.mobilité ist...

- eine Interessengemeinschaft führender Schweizer Unternehmen des Verkaufs und der Immobilienwirtschaft. Die Mitglieder sind Konkurrenten am Markt, aber Partner in grundsätzlichen Fragen der Raumplanung, des Umweltschutzes, der Mobilität und der Bauordnung.
- Gesprächspartner für Behörden, Parteien, Presse und Interessengruppierungen.
- eine Partnerorganisation der Interessengemeinschaft Detailhandel Schweiz (IG DHS).
- parteipolitisch unabhängig sowie national und regional aktiv.



Folie 5

## Wir treten ein für...

- die Anliegen der Konsumenten, des Detailhandels sowie der Immobilieninvestoren in Raumplanungs-, Umweltschutz- und Mobilitätsbelangen.
- eine ausgewogene Raumplanungs-, Umweltschutz- und Baugesetzgebung.
- einen sparsamen Umgang mit der Ressource Boden.
- Rechtssicherheit bei der Planung und Realisierung von Bauvorhaben.
- die Ausschöpfung der quellenbezogenen, technischen Möglichkeiten des Umweltschutzes.
- eine Konzentration auf wirkungseffiziente raumplanungs- und mobilitätsbezogene Umweltschutzmassnahmen.
- eine angemessene Anwendung des Verbandsbeschwerderechts.
- Fakten statt Wunschdenken in der Umweltpolitik.



Folie 6

## Unsere Legitimation

- Bis zu 6 Mio. Kunden und täglich weit über 1 Mio. Einkäufe
- 200'000 Arbeitsplätze
- ein dichtes, attraktives und gut erschlossenes Verkaufstellennetz
- Bauinvestitionen allein im Detailhandel von rund 2 Mrd. CHF pro Jahr
- nachweislich grosse Anstrengungen im Bereich Nachhaltigkeit – nicht nur im Produktbereich, sondern auch in der Logistik, im betrieblichen Umweltschutz und beim Energiesparen. Wir nehmen unsere Verantwortung wahr.
- grosses Fachwissen durch Praxiserfahrung, aber auch verschiedene wissenschaftliche Studien
- bereit für konstruktive Lösungen – aktive Mitarbeit an den Empfehlungen von BAFU und ARE für die Standortplanung von verkehrsintensiven Einrichtungen



Folie 7

## Unsere Kunden

sind Menschen wie Sie und ich:

- Sie möchten gerne aus einer Vielfalt von Produkten und Dienstleistungen auswählen.
- Sie wollen sich zeitlich und räumlich ungebunden bewegen, also mobil sein.
- Sie möchten ihre Zeit optimal nutzen und das Einkaufen mit dem Arbeitsweg oder mit Freizeitaktivitäten verbinden.
- Sie mögen es bequem – also keine lange Parkplatzsucherei, kein Taschenschleppen, nicht dreimal mit dem ÖV umsteigen.
- Sie tragen am Wochenende über 20 kg nach Hause.
- Sie wollen die Einkaufsatmosphäre in unseren Verkaufsstellen unbeschwert geniessen können.



Folie 8

## Studien zeigen

- Das Auto ist sehr beliebt zum Einkaufen, weil es örtlich und zeitlich ungebunden macht und zum Warentransport geeignet ist.
- Auch bei Standorten mit guter Erschliessung durch Bus und Bahn ist ein Grossteil der Kunden motorisiert.
- Ein zusätzliches Angebot vermag kaum Kunden zum Umsteigen auf den ÖV bewegen.
- Ein knappes Angebot an Parkplätzen oder hohe Parkplatzgebühren führt nicht zum Umsteigen auf den ÖV, sondern zu einer zeitlichen und räumlichen Verlagerung der Einkäufe.
- Beim Einkaufstourismus werden im Durchschnitt 60 km zurückgelegt – zusammengerechnet über ein Jahr ergeben sich damit 1,5 Mrd. Fahrzeugkilometer.

## Wir lassen den Kunden die Wahlfreiheit

- Wir bieten für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Kunden Verkaufsformate in unterschiedlicher Grösse und unterschiedlicher Sortimentsvielfalt an.
  - Convenience Shops an Tankstellen, Bahnhöfen und Flughäfen bieten verlängerte Öffnungszeiten und Sonntagsverkäufe.
  - Wir unterhalten Hauslieferdienste.
  - In unseren Internet-Shops kann Mann und Frau suchen, vergleichen, bestellen und nach Hause liefern lassen.
  - Unsere Verkaufsstellen sind alle mit dem ÖV erschlossen.
  - Die Grossverteiler verfügen über ein sehr dichtes Verkaufstellennetz – auch in Wohnquartieren und Dorfzentren – sie tragen zu einer kostengünstigen Nahversorgung auch in abgelegenen Regionen bei.
- **Unsere Kunden wollen sich weder in der Wahl der Verkaufsstelle noch in der Wahl der Mobilität bevormunden lassen.**

## Einkaufszentren sind nachhaltig

- Einkaufszentren am richtigen Ort sind raumplanerisch und ökologisch sinnvoll
- Beispiel: EKZ Zugerland – alles unter einem Dach
  - Im Zentrum der Agglomeration Zug, Cham, Baar, Steinhausen
  - 70'000 potenzielle Kunden innerhalb weniger Kilometer
  - Verdoppelung der Verkaufsfläche, ohne zusätzliches Bauland



① Filterbecken ② Renaturierung ③ Busbahnhof ④ >300 Veloabstellplätze ⑤ optimale Dämmung  
⑥ extensive Begrünung ⑦ Reduktion Energiebedarf (rund 40% pro m²) ⑧ sicherfähige  
Parkplatzbeläge ⑨ Haltestelle Stadtbahn



Folie 11

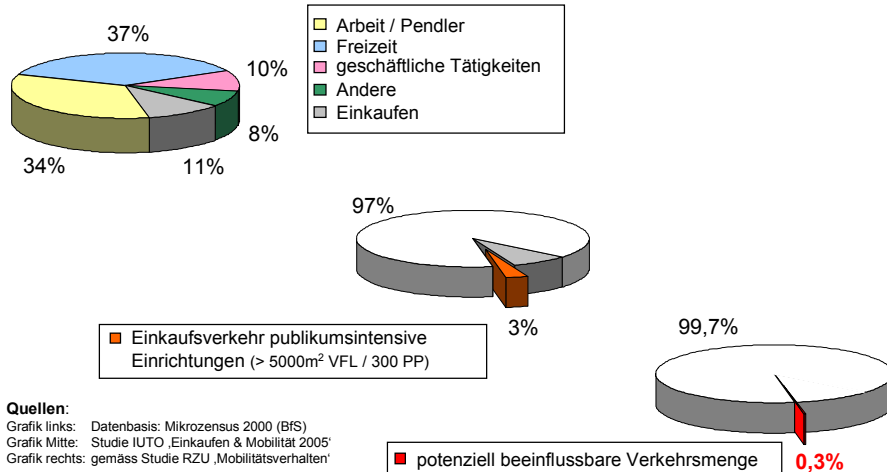
## Markus Neukom

Leiter Planung / Expansion, Migros-Genossenschafts-Bund;  
Vizepräsident espace.mobilité



Folie 12

## Anteil Einkaufsverkehr am motorisierten Individualverkehr (MIV)



Folie 13

## Emissionsanteile des Einkaufsverkehrs zu PE\*

gemessen an den Gesamtemissionen aller Verursacher

### \*) Publikumsintensive Einrichtungen des Detailhandels

Einkaufszentren und Fachmärkte mit >5'000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Grenze UVP-Pflicht)

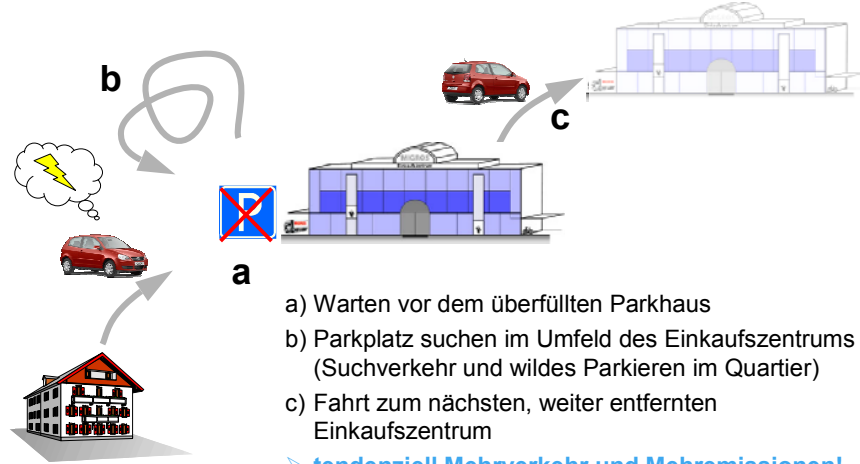
Luftschadstoffe und Treibhausgase	Anteil PE-Einkaufsverkehr an Gesamtemissionen (Werte für 2006)
PM10	0.2 %
(NM) HC	0.2 %
NOx	0.5 %
CO <sub>2</sub>	0.8 %
CO	1.0 %

Reduktionsmassnahmen beim PE-Einkaufsverkehr bringen insgesamt und im besten Fall eine Verringerung der Schadstoffemissionen, die **weit weniger als ein Promille (<1%)** der Gesamtemissionen betragen würde.



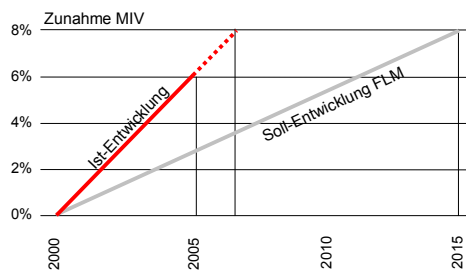
Folie 14

## Folgen der Parkplatzreduktion bei Einkaufszentren



## Folgen von Fahrten- und Fahrleistungsmodellen

Beispiel Kanton Bern



- Der Verkehr zu Einkaufszentren und Fachmärkten ist der falsche Fokus.
- Für die Zunahme des MIV ist vor allem der Freizeit- und Pendlerverkehr verantwortlich.
- Restriktionsmassnahmen beim Verkehr zu Einkaufszentren und Fachmärkten haben keine messbare Wirkung.

- Es besteht eine eklatante Abweichung zwischen Soll und Ist.
- Schon nach weniger als der halben Zeit wird der Zielwert (8%) für 2015 bereits überschritten.

Quellen:  
 Ist-Entwicklung Kanton Bern: Massnahmenplan zur Luftreinhaltung 2000/2015; Standortbestimmung 2005, beco, S. 47  
 Soll-Entwicklung FLM: Berner Fahrleistungsmodell, AGR/beco 2005, S. 14



## Paradigmenwechsel in BAFU/ARE-Empfehlungen zur Standortplanung von verkehrsintensiven Einrichtungen (VE)



- Vollständig überarbeitete Empfehlung an die Kantone
- Paradigmawechsel in der Beurteilung von VE:
  - Fahrtenmodelle kritisch hinterfragen
  - **Ale** öffentlichen **und** privaten Interessen würdigen
  - Gebiet und nicht Parzelle betrachten
  - Gesamtbilanz, auch entlastende Wirkungen berücksichtigen
  - Lastengleiche Behandlung **aller** Emittenten, auch Pendler und Freizeit
  - Vorübergehende Immissionsgrenzwert-Überschreitung ermöglichen
  - Wirkung der Massnahmen überprüfen gemäss Art. 33 Abs. 3 Luftreinhalteverordnung

## Unsere Forderungen an die Raumplanungs- und Umweltpolitik

1. Klarheit schaffen zu den wirklichen Problemverursachern
2. Verursachergerechte Lastenverteilung bei Umweltmassnahmen
3. Konzentration auf Massnahmen mit hoher Wirkungseffizienz (wie in Art. 170 BV und Art. 33. Abs. 3 LRV gefordert)
4. Verzicht auf wirkungslose, kontraproduktive Massnahmen
  - Keine Fahrtenmodelle / Fahrleistungsmodelle
  - Keine Parkplatzreduktionen
  - Keine flächendeckende Parkplatzbewirtschaftungspflicht
5. Verhinderung von Missbrauch des Verbandbeschwerderechts

## Referat Heinz Klausner

Vorstandsmitglied des Verbandes der Immobilien-Investoren (VIV)



Folie 19

## Die Mitglieder des VIV



Folie 20

## Bedeutung der Immobilieninvestoren

- Immobilien sind Produktions- und Wirtschaftsfaktor:
  - Wert des Immobilienbestandes in der Schweiz: 1890 Mrd. CHF, davon 22% Gewerbefläche, 28% Mietwohnen, 50% Wohneigentum
  - wichtiges Anlageinstrument im Bereich der Vorsorge
  - Standort- und Wettbewerbsfaktor für Unternehmen
- Investitionen in Neu- und Umbauten 2005 (ohne öffentliche Unterhaltsarbeiten): 45.6 Mrd. CHF, davon über 70% durch private Investoren
- Institutionelle Investoren:
  - 15% aller Mietliegenschaften (nach Anlagewert)
  - 16% aller Gewerbeflächen (nach Anlagewert)

## Die Brennpunkte aus Investorensicht

- **Investitionsschutz:** Eingriff in die Bestandesgarantie durch Auflagen bei bestehenden Objekten
- **Rechtssicherheit:** Bewilligungsverfahren mit Unwägbarkeiten belastet, ausgeschiedene Flächen nicht konsumierbar
- **Untaugliche Umweltmassnahmen:** Bestrafung des wirtschaftlichen Erfolgs
- **Investitionsblockaden:** Projekte werden über Jahre blockiert.
- **Überbordendes Normenwesen:** unkoordinierter Wildwuchs neuer Vorschriften

## Unsere Forderungen

1. Keine Bevormundung der Bevölkerung in ihrem Verhalten bez. Mobilität, Versorgung und Beschäftigung
  - Grundrechte wahren
2. Wirtschaftsfreiheit und Entwicklungsmöglichkeit für unsere Geschäfte ohne Beschneidung der Bestandesgarantie
  - nachhaltiges Life-Cycle-Management ermöglichen
3. Rechtsverbindlichkeit und kalkulierbare Rahmenbedingungen: Planungssicherheit – Wirtschaftsfreiheit – Bestandesgarantie
  - «Time to Market» verringern
4. Koordinierte, bezüglich Wirkungseffizienz und Kostenfolgen optimierte Normenschöpfung
  - Normenbeirat schaffen

## Zusammenfassung

- espace.mobilité ist die Stimme des Detailhandels und der Wirtschaft in Fragen zur Raumplanung, Umwelt und Mobilität.
- espace.mobilité engagiert sich für eine wirkungsorientierte Raumplanungs- und Umweltpolitik.
- espace.mobilité fordert eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Bauinvestitionen.
- espace.mobilité bekämpft den Missbrauch des Verbandsbeschwerderechts und insbesondere Massnahmen ohne nachweisbaren Umweltnutzen.

## Vielen Dank für Ihr Interesse

Alle Unterlagen, Referate und weiterführende Informationen finden Sie auf unserer Website.

**Geschäftsstelle:**

espace.mobilité  
Martin Kuonen  
Monbijoustrasse 14  
Postfach 5236  
3001 Bern

Tel. 031 390 98 98  
[www.espacemobilite.ch](http://www.espacemobilite.ch)  
[info@espacemobilite.ch](mailto:info@espacemobilite.ch)



Folie 25