

Strategie:  
Aufwertung Innenstadt & Detailhandel Wädenswil

**Schlussbericht**

Zürich, 18. Dezember 2025

## **Impressum**

### **Projektsteuerung**

Stadtentwicklungskommission Wädenswil (SteK):

- Philipp Kutter, Stadtpräsident
- Marco Forster, Leiter Raumplanung- und Landschaftsentwicklung, Sekretär (SteK)
- Astrid Furrer, Stadträtin Planen und Bauen
- Dirk Göbbels, Abteilungsleiter Planen und Bauen
- Urs Hilber, ZHAW, Leiter Departement Life Sciences und Facility Management
- Barbara Jud, Vertreterin Quartierverein Wädenswil
- Philipp Kellerhals, Vertreter Quartierverein Au
- Markus Morger, Abteilungsleiter Soziales
- Daniel Tanner, Stadtrat Gesellschaft
- Florian Voemel, Architekt

Jonas Erni, Stadtrat Werke

Claudia Bühlmann, Stadträtin Soziales

### **Externe Expert\*innen:**

Sabine Friedrich, Partnerin KEEAS AG

Markus Futterknecht, managing director ibs Immobilien Beratungen & Schätzungen AG

Simon Keller, Projektleitung Stadtentwicklung Zürich

Markus Neukom, Präsident espace.mobilité

Alain Thierstein, Prof. em. TU München

### **Projektteam Stadt Wädenswil**

Dirk Göbbels, Abteilungsleiter Planen und Bauen

Marco Forster, Leiter Raumplanung- und Landschaftsentwicklung

### **Bearbeitung Brugger + Partner AG**

Vanessa Seger, Beraterin

Stefan Lüthi, Partner und Mitglied der Geschäftsleitung

Janka Amstutz, Junior Beraterin

## Inhalt

<b>1. Ausgangslage und Zielsetzung</b>	<b>4</b>
<b>2. Vorgehen</b>	<b>4</b>
<b>3. Wirkungsmodell</b>	<b>6</b>
<b>4. Situationsanalyse</b>	<b>7</b>
4.1. Datenanalyse	7
4.2. Planerische Grundlagen	10
4.3. Begehung vor Ort	11
4.4. Mapping	12
4.5. Bedürfnisinterviews	13
4.6. Good-Practice Beispiele	16
4.7. Verdichtung der Analyseergebnisse – SWOT	17
<b>5. Strategie</b>	<b>20</b>
5.1. Ambition	20
5.2. Aufenthaltsqualität und Städtebau (A)	20
5.3. Verkehr und Parkierung (B)	26
5.4. Zusammenarbeit, Dialog und aktive Bodenpolitik (C)	29
<b>6. Organisatorische Schlussfolgerungen</b>	<b>31</b>

## 1. Ausgangslage und Zielsetzung

Ohne eine belebte und funktionierende Innenstadt droht die Stadt Wädenswil als Wohn- und Arbeitsort an Attraktivität zu verlieren. Das veränderte Arbeits- und Freizeitverhalten sowie technische Entwicklungen wie der Onlinehandel üben seit längerem Druck auf die Innenstädte von kleinen und mittleren Städten wie Wädenswil und den dort ansässigen Detailhandel und die Gastronomie und Hotellerie aus (siehe Bericht «Strukturwandel im Detailhandel – Handlungsempfehlungen für den Metropolitanraum Zürich»<sup>1</sup>). In den letzten Jahren besteht die Wahrnehmung, dass die Wädenswiler Innenstadt zunehmend unter Druck gerät, was die Sorge vor weiteren Leerständen verstärkt hat. In den letzten Jahren gingen qualitativ wertvolle Geschäfte verloren, die Vielfalt und Qualität des Angebots in der Innenstadt hat gelitten. Stattdessen zogen Nagelstudios, Barbershops, Kebab-Läden und andere Geschäfte mit unklaren Geschäftsmodellen ein. Trotz der noch vorhandenen Präsenz vieler kleiner Geschäfte wie Bäckereien, einer Metzgerei, Sportartikelgeschäft, Männerbekleidungsladen oder Schuhgeschäft besteht Handlungsbedarf. Es ist wichtig, frühzeitig und präventiv Massnahmen zu ergreifen, um die Herausforderungen anzugehen, bevor es zu spät ist.

Die Stadtentwicklungskommission von Wädenswil hat sich mit diesen Herausforderungen auseinandergesetzt. Es wurde beschlossen, das Problem mit externer Begleitung und einem Expert\*innengremium anzugehen. Ziel ist es, innerhalb eines begleitenden Prozesses eine Analyse sowie einen Massnahmenplan zu erstellen, der folgende Fragen beantwortet:

- Was muss getan werden, damit die Wädenswiler Innenstadt attraktiver wird für die Bevölkerung, für Detaillist\*innen und Gastronom\*innen?
- Welche Möglichkeiten/Mittel stehen der Stadt Wädenswil zur Verfügung, um der schwindenden Vielfalt und Qualität der Geschäfte und Gastrobetriebe entgegenzuwirken?
- Wie und wo soll das Ortszentrum belebt werden?
- Wie und wo soll die Aufenthaltsqualität verbessert werden?
- Wie kann die Entwicklung des Strukturwandels im Detailhandel und in der Gastronomie positiv beeinflusst werden, und wie können die damit verbundenen Probleme verhindert werden?

## 2. Vorgehen

Brugger + Partner begleitete die Stadt Wädenswil beim Prozess zur Aufwertung der Innenstadt mit Fokus auf Detailhandel und Aufenthaltsqualität. Ziel war es, gemeinsam mit städtischen Fachstellen und externen Expert\*innen eine Analyse sowie konkrete Handlungsempfehlungen und Massnahmen zu erarbeiten. Für den Erarbeitungsprozess wurde eine Projekt-Governance eingerichtet, bestehend aus einem Projektteam (Vertreter der Stadt Wädenswil und Brugger + Partner)

---

<sup>1</sup> <https://www.metropolitanraum-zuerich.ch/projects/strukturwandelimdetailhandel/>

sowie einem Expert\*innengremium. Die externen Ideengeber\*innen wurden insbesondere in den Workshops eingebunden, um verschiedene Perspektiven und innovative Ansätze zu berücksichtigen.

Die externen Expert\*innen umfassten:

- Sabine Friedrich, Partnerin KEEAS AG
- Markus Futterknecht, Managing Director ibs Immobilien Beratungen & Schätzungen AG
- Simon Keller, Projektleitung Stadtentwicklung Zürich
- Markus Neukom, Präsident espace.mobilité
- Alain Thierstein, Prof. em. TU München

Das Vorgehen gliederte sich in folgende Arbeitsschritte:

- **Arbeitsschritt 1 – Einführung und Begehung:** An zwei Halbtagen besichtigten Brugger + Partner und das Expert\*innen-Gremium gemeinsam mit Dirk Göbbels (Abteilungsleiter Planen und Bauen) und Marco Forster (Leiter Raumplanung und Landschaftsentwicklung) die Innenstadt. In Vor- und Nachbesprechungen wurden die Ausgangslage, die Zielsetzungen, das Vorgehen sowie der Projektperimeter geklärt und dokumentiert.
- **Arbeitsschritt 2 – Analyse:** Die Analyse umfasste drei Elemente. Erstens wurden statistische Daten zu Bevölkerung, Beschäftigung, Flächenangebot und Preisentwicklungen sowie relevante raumplanerische Grundlagen ausgewertet und mit zwei «Good Practices» anderer Ortszentren ergänzt. Zweitens erfolgte ein Mapping zur Visualisierung von Geschäften, Parkplätzen, ÖV-Anbindungen und Aufenthaltsorten, um die urbane Angebotsstruktur zu erfassen. Drittens wurden in Interviews mit relevanten Stakeholdern – darunter Detaillisten, Immobilieneigentümer\*innen, Politik und Vereine – die wichtigsten Herausforderungen und Bedürfnisse erhoben. Die Ergebnisse der Analyse wurden in einem SWOT-Profil zusammengefasst, das als Grundlage für die Entwicklung erster Handlungsansätze diente.
- **Arbeitsschritt 3 – Workshop 1 – Entwicklung erster Handlungsansätze:** Auf Basis der verdichteten Analyseergebnisse diskutierte das Expert\*innengremium erste Handlungsansätze. Aus diesen Diskussionen entstand ein Vorschlag mit Handlungsfeldern und konkreten Massnahmenideen.
- **Arbeitsschritt 4 – Workshop 2 – Diskussion und Priorisierung der Massnahmen:** Im zweiten Workshop wurden die Handlungsfelder und Massnahmen mit dem Expert\*innengremium vertieft, ergänzt und priorisiert. Dabei wurden auch Verantwortlichkeiten, Zeitplanung und Ressourcenbedarf gemeinsam definiert.
- **Arbeitsschritt 5 – Finalisierung und Präsentation:** Der Schlussbericht wurde der Stadtentwicklungskommission und weiteren Stadtratsmitgliedern präsentiert. Das erhaltene Feedback floss in die finale Version ein, um die Umsetzung der Massnahmen optimal vorzubereiten.

### 3. Wirkungsmodell

Ausgangspunkt der Grundlagenanalyse ist ein Wirkungsmodell, das die Zusammenhänge rund um Ortszentren strukturiert darstellt (vgl. Abbildung 1). Im Zentrum stehen deren vielfältige Funktionen: Konsum, Wohnen und Arbeiten ebenso wie Kultur, Freizeit, Identität und Begegnung. Diese Funktionen werden von unterschiedlichen Einflussfaktoren geprägt. Einerseits wirken übergeordnete Megatrends wie Digitalisierung, demografischer Wandel, Werte- und Kulturwandel oder Klimaveränderungen. Andererseits beeinflussen auch spezifische Retailtrends wie Online- und Omni-Channel-Handel, erlebnisorientiertes Einkaufen, Nachhaltigkeit oder der Wettbewerb durch Discounter die Entwicklung. Hinzu kommen standortspezifische Rahmenbedingungen wie Bevölkerungs- und Beschäftigungsstruktur, Kaufkraft oder Haushaltsgrößen. Ebenso entscheidend ist das Standortmanagement – etwa in Bezug auf Verkehrserschliessung, Parkplatzbewirtschaftung oder Bau- und Nutzungsvorschriften. Während die Standortstruktur nur indirekt und langfristig veränderbar ist, kann das Standortmanagement direkt, beispielsweise durch politische Entscheide, beeinflusst werden. Diese Unterscheidung ist zentral, um den konkreten Handlungsspielraum der Stadt Wädenswil in den weiteren Überlegungen auszuloten.

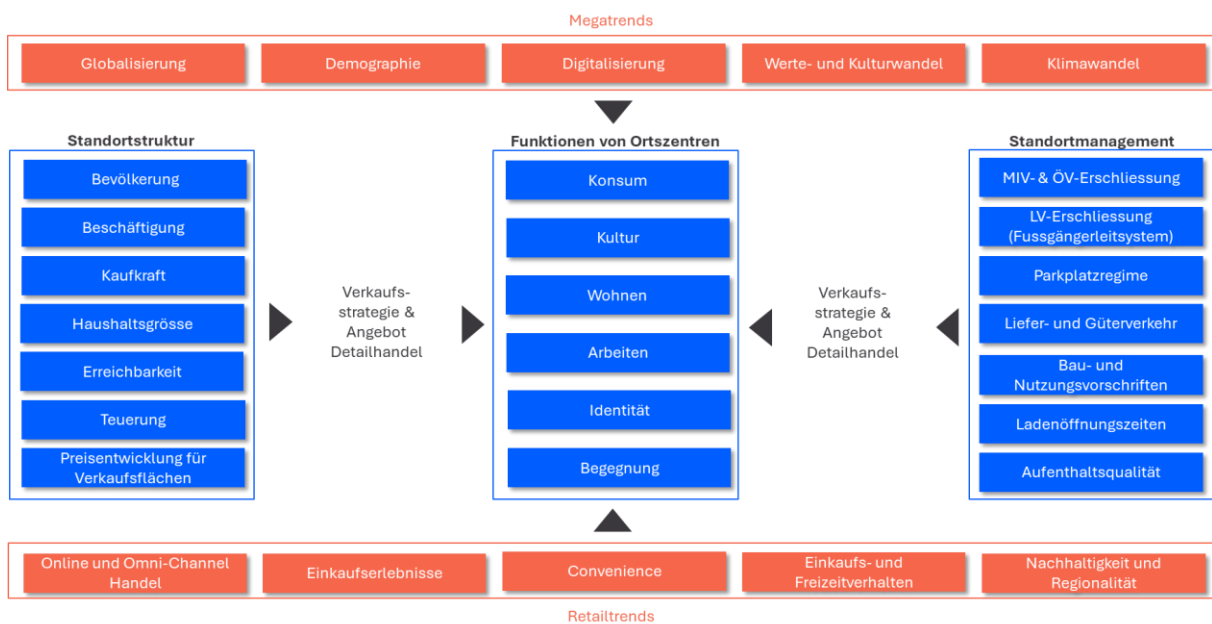


Abbildung 1: Wirkungsmodell.

## 4. Situationsanalyse

Die nachfolgende Situationsanalyse zeichnet ein umfassendes Bild des Wädenswiler Ortszentrums. Sie kombiniert statistische Daten, planerische Grundlagen, räumliche Beobachtungen und Interviews und zeigt so zentrale Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken auf. Im Folgenden werden die einzelnen Elemente der Analyse genauer erläutert.

### 4.1. Datenanalyse

Die umfassende statistische Analyse orientiert sich am Wirkungsmodell und vermittelt ein differenziertes Bild der aktuellen Situation. Die ergänzende Interpretation liefert wertvolle Hinweise zu Chancen und Risiken sowie zu den räumlichen und strukturellen Entwicklungstendenzen des Detailhandels in Wädenswil.

**Bevölkerungsentwicklung:** Zwischen 2010 und 2023 ist die ständige Wohnbevölkerung der Gemeinde Wädenswil um 10,8 Prozentpunkte gewachsen (BSF 2025). Während diese Zunahme geringer ist als die den Nachbargemeinden Richterswil (+15%) und Horgen (+12,6%) sowie Zürich (16,4%), verzeichnet Wädenswil ein stärkeres Bevölkerungswachstum als Oberrieden (+9,1%) und Thalwil (+7,8%).

**Altersstruktur:** Der Altersquotient (65-Jährige und Ältere pro 100 Personen im Alter von 20-64 Jahren) lag 2023 in Wädenswil bei 35,4 (BFS 2025). Dieser Wert liegt deutlich über dem Wert der Stadt Zürich (21,0) und in den umliegenden Gemeinden Horgen (31,2) und Thalwil (31,5). Während Richterswil einen ähnlichen Altersquotient (35,0) wie Wädenswil aufweist, liegt derjenige von Oberrieden (43,7) deutlich höher.

**Haushaltsgrösse:** Im Jahr 2023 lebten in Wädenswil durchschnittlich 2,23 Personen pro Privathaushalt (BFS 2025). Damit liegt die Gemeinde auf ähnlichem Niveau wie die umliegenden Gemeinden Richterswil und Horgen (jeweils 2,27 Personen pro Haushalt, jedoch deutlich über dem von Zürich mit 1,99 Personen pro Haushalt. Grössere Haushalte gehen in der Regel mit höheren Konsumausgaben einher, da mehr Personen im selben Haushalt leben und entsprechend mehr Bedarf an Gütern und Dienstleistungen besteht. Diese Struktur kann Auswirkungen auf die lokale Nachfrage, das Konsumverhalten sowie die Infrastrukturplanung haben.

**Steuerbares Einkommen und Kaufkraft:** Die Steuerpflichtigen der Gemeinden im Bezirk Horgen verfügen über ein überdurchschnittlich hohes steuerbares Einkommen. In Wädenswil beträgt dieses im Schnitt 90'400 CHF und liegt damit unter dem Niveau von Richterswil (90'800 CHF), Horgen (104'700 CHF) und Oberrieden (121'300 CHF). Die durchschnittliche Kaufkraft im Bezirk Horgen liegt mit 69'208 CHF (Index: 131,7) schweizweit auf Rang 6. Der benachbarte Bezirk Höfe (SZ) führt mit 131'932 CHF pro Person und einem Index von 251,0 (GfK Kaufkraft Schweiz 2024). Ein höheres Einkommen und eine starke Kaufkraft deuten auf eine gesteigerte Konsumbereitschaft hin, woraus sich für den Detailhandel in Wädenswil günstige Rahmenbedingungen ergeben können.

**Beschäftigte und Arbeitsstätten:** Im Jahr 2024 verzeichnete Wädenswil 346,2 Beschäftigte pro 1'000 Einwohner\*innen (insgesamt 6'807 Beschäftigte) (BFS 2024). Damit liegt die Gemeinde

gleichauf mit Horgen, jedoch deutlich vor Richterswil (215,8) und Oberrieden (169,5). Mit 73,5 Arbeitsstätten pro 1'000 Einwohner\*innen weist Wädenswil eine höhere Dichte an Betrieben auf als Horgen (60,1), Richterswil (57,3) und Oberrieden (55,8). Eine grössere Anzahl an Arbeitsstätten und Beschäftigten kann auf eine starke wirtschaftliche Basis hinweisen und ist oft mit einer höheren lokalen Nachfrage unter anderem im Detailhandel verbunden.

**Branchenstruktur:** Der Anteil der Vollzeitäquivalente im Detailhandel beträgt in der Arbeitsmarkregion Horgen-Wädenswil 6 Prozent des Gesamtvolumens. Damit liegt die Region über dem Niveau der Stadt Zürich (4,3 %) sowie der benachbarten Region Freienbach-Glarus, jedoch unter dem Wert der Region Küssnacht-Meilen (6,4 %). Im regionalen Vergleich zeigt sich, dass der Detailhandel in Horgen-Wädenswil sowohl im Verhältnis zu anderen Branchen als auch zu anderen Regionen eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Relevanz besitzt.

**Arbeitsmobilität:** Knapp ein Drittel der Erwerbstätigen mit Wohnsitz in Wädenswil (3'646 Personen; 29.3%) ist auch innerhalb der Stadt beschäftigt. Nur in der Stadt Zürich arbeiten mehr Wädenswiler Erwerbstätige (3'687 Personen; 29,6%). Deutlich geringere Arbeitspendler bestehen in die umliegenden Gemeinden wie Horgen (975 Personen), Richterswil (361) und Freienbach (282). Die räumliche Nähe von Wohn- und Arbeitsort begünstigt regelmässige Konsumaktivitäten im lokalen Detailhandel. Auch die rund 2'000 Erwerbstätigen aus den Nachbargemeinden, die in Wädenswil arbeiten, stellen ein zusätzliches Potenzial für lokale Verkaufsstellen dar.

**Detailhandel:** Im Jahr 2024 verzeichnete der Schweizer Detailhandel ein reales Umsatzwachstum von 0,5 Prozent, trotz stagnierender nominaler Umsätze und schwacher Konjunktur in der Eurozone (UBS Retail Outlook 2025). Das Lebensmittelsegment wuchs um 0,5 Prozent, das Non-Food-Segment um 0,6 Prozent. Innerhalb des Non-Food-Bereichs entwickelten sich die Warengruppen unterschiedlich: Elektronik, Garten-/Autozubehör sowie Bekleidung/Schuhe verzeichneten Rückgänge, während Personal Care und Freizeitprodukte ein Wachstum erzielten. Die Haushaltsausgaben für Detailhandelsgüter sind bei Personen rund ums Renteneintrittsalter höher als bei den Altersklassen bis 44- und über 75-Jährigen. Besonders die unter 34-Jährigen geben deutlich weniger aus. Angesichts des demografischen Wandels empfiehlt sich eine stärkere Ausrichtung des Detailhandels auf die Altersgruppe der 55- bis 74-Jährigen, insbesondere in den Bereichen gesunde Ernährung, Personal Care, Beauty, Garten- und Wohnprodukte. Der Schweizer Detailhandel zeigt sich insgesamt robust und anpassungsfähig, trotz externer wirtschaftlicher Herausforderungen.

**Verteilung grosser Detailhändler in der Region:** Wädenswil bietet eine breite Auswahl an etablierten Detailhändler im Bereich Food sowie einzelne grosse Marken in den Bereichen Elektronik und Mode (vgl. Abbildung 2). Auch in den umliegenden Gemeinden Richterswil und Horgen sind bekannte Food-Detailhändler vertreten. In den angrenzenden Schwyzer Gemeinden Pfäffikon, Freienbach und Wollerau zeigt sich ein ähnliches Bild. Allerdings ist im Bereich Mode und Elektronik nur in Pfäffikon ein umfassenderes Angebot vorhanden. Aufgrund der begrenzteren Auswahl an Mode- und Elektronikgeschäften in Wädenswil und Umgebung ist es wahrscheinlich, dass Kund\*innen nebst der Stadt Zürich auch Pfäffikon als Einkaufsziel in Betracht ziehen. Bemerkenswert ist, dass sich die grossen Detailhändler (Coop, Migros) sowohl in den zentrumsnahen Lagen

am See als auch im Bereich der Autobahnausfahrten im oberen Teil der Gemeinde positioniert haben. Damit sprechen sie einerseits die Pendler auf der Autobahn an, andererseits kann dies jedoch auch zu einer Verlagerung von Kundenfrequenzen innerhalb der Gemeinde führen.

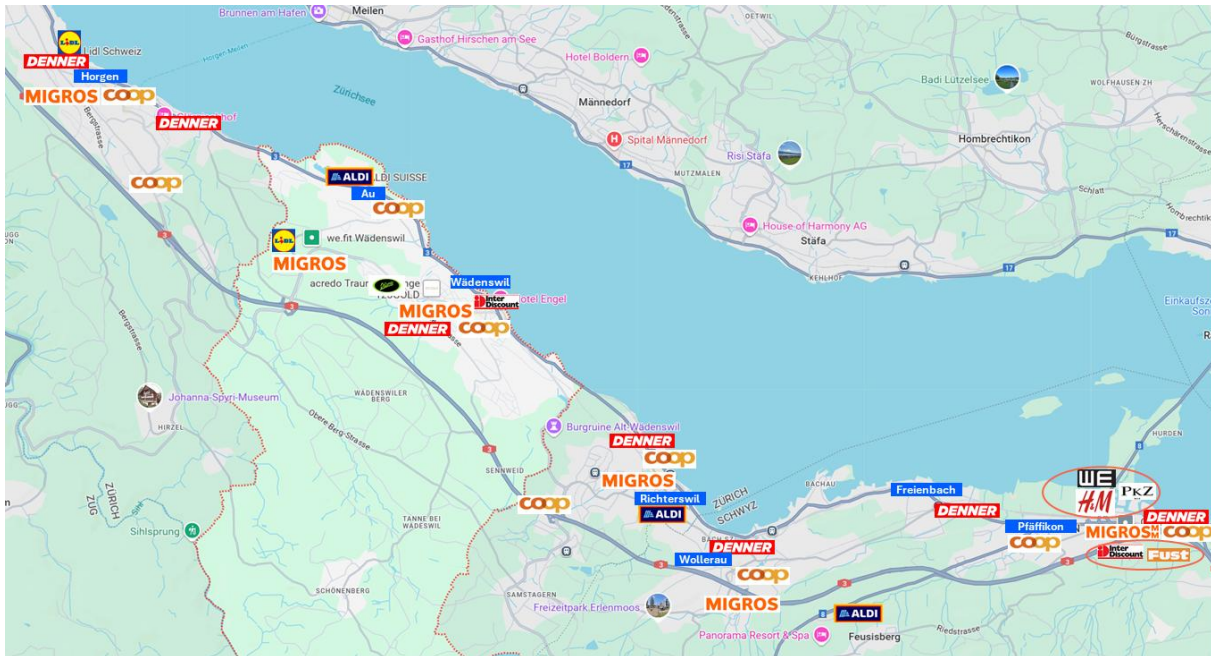


Abbildung 2: Verteilung grosser Detailhändler.

**Ladenöffnungszeiten:** Die Geschäfte der grössten Detailhändler in Wädenswil haben insgesamt kürzere Öffnungszeiten als in den nahegelegenen Gemeinden Pfäffikon, Wollerau und Freienbach im Kanton Schwyz. Mit Ausnahme von Aldi und Lidl (07:30 Uhr) öffnen die Geschäfte in Wädenswil frühestens um 08:00 Uhr und schliessen um 19:00 bzw. 20:00 Uhr. In den Schwyzer Gemeinden sind die Öffnungszeiten hingegen länger und einheitlicher (in der Regel 07:00 Uhr bis 21:00 Uhr). Nicht nur die Länge der Öffnungszeiten ist dabei entscheidend, sondern auch deren zeitliche Struktur: Einige Geschäfte in Wädenswil schliessen über die Mittagszeit, was insbesondere für Berufstätige und spontane Einkäufe eine zusätzliche Hürde darstellt und die durchgängige Belebung des Zentrums beeinträchtigt.

**Wichtigste Erkenntnisse aus der Datenanalyse:**

- *Moderates Bevölkerungswachstum:* Wädenswil wächst solide, aber weniger stark als Zürich und Horgen; dennoch ergibt sich ein stabiler Nachfrageimpuls.
- *Zunehmende Bedeutung älterer Zielgruppen:* Hoher Altersquotient mit zunehmender Bedeutung älterer Zielgruppen für Konsum und Detailhandelsausrichtung.
- *Kaufkraft vorhanden, aber nicht Spitzenklasse:* Einkommen unter dem Niveau umliegender Wohlstandsgemeinden, dennoch überdurchschnittliche regionale Kaufkraft als Basis.
- *Starke Wirtschafts- und Beschäftigungsbasis:* Hohe Dichte an Arbeitsplätzen und Betrieben sichert lokale Nachfrage und zieht zusätzlich Einpendler an.

- *Detailhandel relevant und robust:* Überdurchschnittliche Branchenbedeutung, stabile Entwicklung trotz schwacher Konjunktur; Chancen durch Fokussierung auf 55–74-Jährige.
- *Dezentrale Detailhandelslagen als Risiko:* Präsenz grosser Food-Detailhändler sowohl im Zentrum als auch bei Autobahnausfahrten stärkt Erreichbarkeit, birgt aber Gefahr von Frequenzverlagerungen.
- *Leichte Wettbewerbsvorteile der Nachbarregionen:* Längere Öffnungszeiten und grössere Angebote in Pfäffikon und Zürich führen zu Kaufkraftabfluss.

## 4.2. Planerische Grundlagen

Die Innenstadt aufwertung Wädenswils stützt sich auf eine Reihe bestehender Grundlagen und Konzepte, die die zukünftige Entwicklung inhaltlich und räumlich steuern.

**Kommunaler Richtplan:** Der kommunale Richtplan definiert die übergeordneten Ziele und Stossrichtungen für die Stadtentwicklung. Das Ortsbild von Wädenswil besitzt eine überregionale Bedeutung dank seiner Zentrumsfunktion am linken Zürichseeufer, der hohen Lagequalität und dem langen Seeanstoss. Darüber hinaus weist das Zentrumsgebiet eine bedeutende Arbeitsplatzdichte auf. Besonders prägend sind die historischen Gassen (Türgass, Trubengass), die Häuserzeile „Seeferen“ entlang der Seestrasse sowie weitere architekturhistorische Bauten wie Schloss, Kirche und bäuerliche Bauten aus dem 17./18. Jahrhundert. Auch die Fabrikbauten im Gebiet Giessen tragen zum ortsbildprägenden Charakter bei. Im kommunalen Richtplan für das Zentrumsgebiet werden die Stossrichtungen konkretisiert, indem die Funktion als attraktives und gut erreichbares Regionalzentrum gestärkt, das sogenannte „Versorgungsdreieck“ zwischen Coop, Alter Fabrik und Migros gefördert und gestalterisch aufgewertet sowie ein Gewerbeanteil von mindestens 20 Prozent im Stadtzentrum gesichert werden soll. Detailliertere Informationen über die Einhaltung der 20% sind im «Ergänzungsplan Mischnutzung» enthalten. Ergänzend sieht der Richtplan eine städtebauliche Akzentuierung und Aufwertung öffentlicher Räume, die Entwicklung einer Strategie zur differenzierten Nutzungsverteilung und die Verknüpfung von Siedlung und Erholung im Sinne einer urbanen Verzahnung vor. Schliesslich gilt es, im Rahmen projektspezifischer Planungen die Interessen zwischen dem Schutz des schützenswerten Ortsbildes und einer baulichen Verdichtung sorgfältig gegeneinander abzuwägen.

**RES und IES:** Die Räumliche Entwicklungsstrategie (RES) aus dem Jahr 2012 verfolgt das Ziel, das Stadtzentrum zu stärken und eine qualitativ hochwertige Siedlungsentwicklung zu sichern. Die Innenentwicklungsstrategie (IES) von 2014 richtet den Fokus auf das urbane Ortszentrum, bestehend aus dem historischen Stadtkern und den angrenzenden Zentrumsbereichen. Sie formuliert Leitlinien für die künftige Entwicklung: Angestrebt wird eine Stadt der kurzen Wege mit hoher Nutzungsdurchmischung. Bestehende Strukturen sollen bewahrt und durch Aufwertung sowie Vielfalt ergänzt werden. Das Zentrum soll durch eine hohe Dichte, städtische Strukturen, ein breites Angebot an Einkauf und Dienstleistungen sowie publikumsorientierte Erdgeschossnutzungen gestärkt werden. Zudem werden qualitätsvolle Freiräume und ökologische Aspekte als integrale Bestandteile der Siedlungsentwicklung verstanden.

**Wichtige Umgestaltungsprojekte:** Mehrere laufende und geplante Projekte prägen die künftige Entwicklung im Perimeter. Dazu gehören der Ersatzneubau des Coop und ZKB, deren Gestaltungsplan bereits in Kraft ist sowie eine vorliegende Baubewilligung, der Umbau des Bahnhofs mit Umfeldgestaltung im Zeitraum 2028 bis 2033 mit dem Abbau von Parkplätzen, der Schaffung neuer Begegnungszonen, Begrünung und Veloinfrastruktur, die Umgestaltung des Gerbeplatzes vor der UBS inkl. des Gebäudes an der Seestrasse 107 (Gestaltungsplan vorhanden), die Entwicklung des Gessnerareals mit der Alten Fabrik auf Basis von bereits rechtskräftigem Gestaltungsplan und Baubewilligung sowie die Transformation des benachbarten MEWA-Areals. Diese Projekte wirken als Impulsgeber und ziehen weitere private Bau- und Transformationsvorhaben nach sich, etwa der Rückbau und die Umnutzung des Hotels du Lac zu Gewerbe- und Wohnräumen, die Sanierung des SOB-Gebäudes oder verschiedene andere Projekte mit Schwerpunkt Wohnen und Gewerbe. Insgesamt bilden die bestehenden städtischen und raumplanerischen Grundlagen zusammen mit den laufenden Umgestaltungen eine zentrale Ausgangslage für die geplante Aufwertung der Innenstadt.

### 4.3. Begehung vor Ort

Das Zentrum von Wädenswil verfügt neben den grossen Detaillisten (Migros, Coop) über eine vielfältige Einzelhandelslandschaft mit zahlreichen eigenständigen Läden, innovativen Nischenangeboten und etablierten Fachgeschäften. Auch die Erreichbarkeit ist mit genügend Parkplätzen und einer guten ÖV-Anbindung gegeben. Wochen- und Saisonale Märkte und Initiativen wie «Total Lokal» oder Events tragen zur Lebendigkeit der Stadt bei. Auch die historischen Bauten und Plätze sowie einige Grünräume wie der Rosenmattpark bieten hohe Aufenthaltsqualität.

Dennoch gibt es wesentliche Herausforderungen. Es fehlt ein klar erkennbares Zentrum, die Einkaufsmöglichkeiten sind verstreut und manche Geschäfte sind schwer auffindbar. Die Orientierung fällt sowohl Fussgänger\*innen als auch Autofahrer\*innen (vor allem von ausserhalb) schwer, da es keine offensichtliche Wegführung gibt. Zudem beeinträchtigen stark frequentierte Strassen, versiegelte Flächen und unattraktive Parkierungen die Aufenthaltsqualität. Auch der Bahnhofraum und seine Verbindung zur Innenstadt sind noch unzureichend gestaltet. Auffällig ist zudem, dass in den letzten Jahren vermehrt Barber- und Nailshops eröffnet haben.

Um das Zentrum attraktiver und funktionaler zu gestalten, braucht es gezielte Massnahmen. Eine verbesserte Orientierung für Fussgänger\*innen z.B. via Karten, Infotafeln und digitale Lösungen könnten dazu beitragen, versteckte Orte und Läden sichtbarer zu machen. Aufenthaltsqualität lässt sich durch Begrünung, Sitzgelegenheiten und eine attraktivere Gestaltung von Plätzen steigern. Auch die Parkraumnutzung sollte optimiert werden – ein Parkleitsystem und unterirdische Lösungen könnten Suchverkehr reduzieren und öffentliche Räume entlasten<sup>2</sup>. Gleichzeitig bietet die laufende Neugestaltung des Bahnhofs eine Chance, mehr Menschen einfacher in die Innenstadt zu lenken.

---

<sup>2</sup> Derzeit erarbeitet die Stadt Wädenswil ein neues Konzept zur Parkplatzbewirtschaftung und Parkplatzmanagement. Allfällige Ideen zur Parkierung/Parkraumnutzung in der Innenstadt sind mit diesem Konzept abzustimmen.

Eine enge Zusammenarbeit zwischen Stadt und Gewerbe ist essenziell, um innovative Ideen zu entwickeln und Rahmenbedingungen für einen lebendigen Detailhandel zu schaffen. Interviews mit Detaillist\*innen sowie eine gezielte Analyse der Bedürfnisse helfen, konkrete Lösungen zu erarbeiten. Langfristig muss es das Ziel sein, Detailhandel, Aufenthaltsqualität und soziale Räume stärker miteinander zu verknüpfen, damit Wädenswil sein Potenzial als lebendiger und attraktiver Einkaufsstandort voll ausschöpfen kann. Möglicherweise wäre es von Vorteil, eine\*n erfahrene\*n «Kurator\*in» zu haben, die oder der in Zusammenarbeit mit dem lokalen Gewerbe konkrete Lösungen entwickelt, die nach und nach umgesetzt werden können, und gleichzeitig aufzeigt, welche «Quick-wins» bereits kurzfristig möglich sind.

#### 4.4. Mapping

Zur Erfassung der bestehenden urbanen Strukturen wurde ein Mapping erstellt. Dieses visualisiert die Lage der Geschäfte, Parkieranlagen, MIV-Achsen, wichtige Fussgängerwege, Pärke etc. Die Karte dient zur Analyse der räumlichen Zusammenhänge und der aktuellen Qualitäten bzw. Herausforderungen im Stadtzentrum (vgl. Abbildung 3).

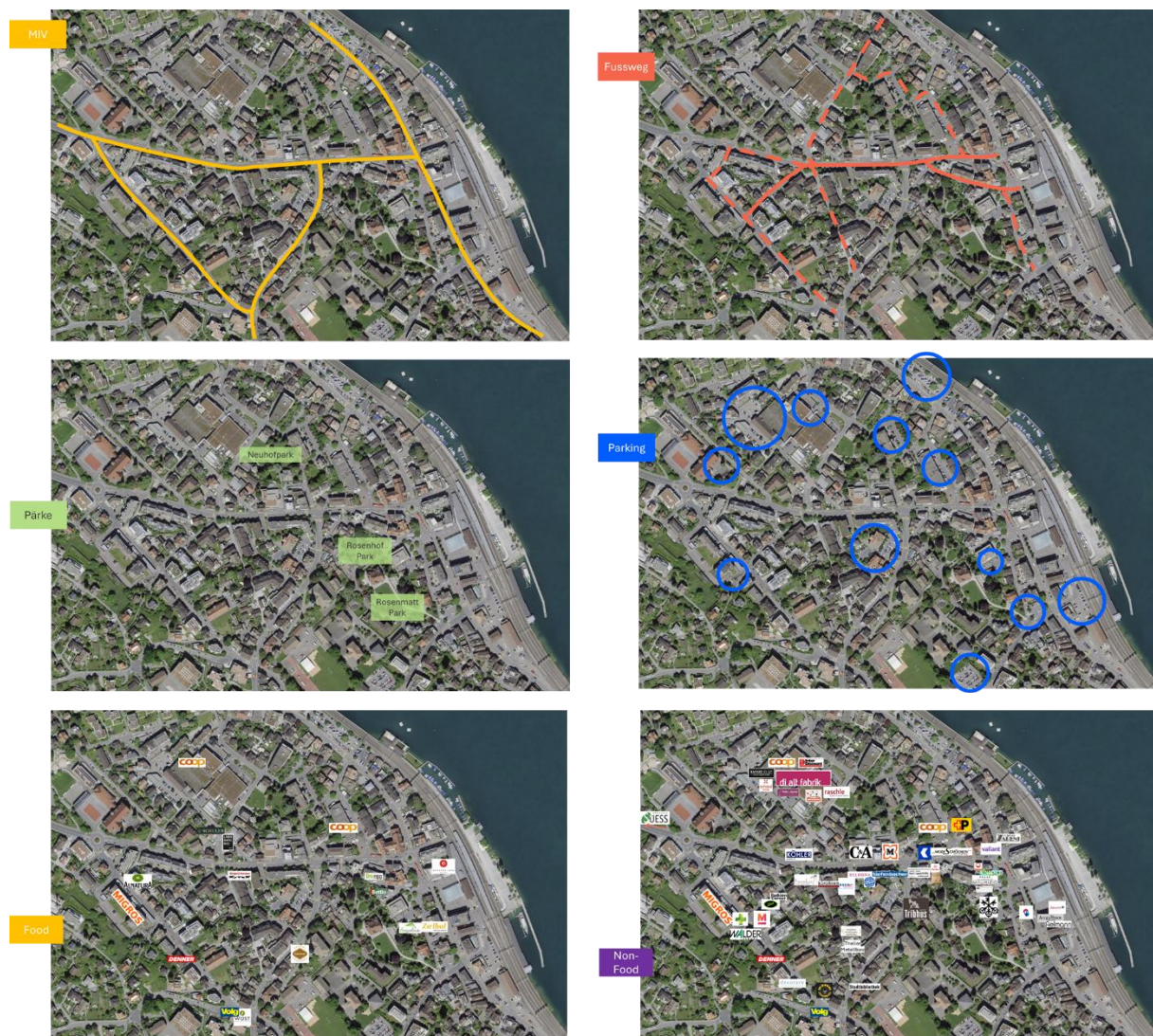


Abbildung 3: Mapping (eigene Darstellung, Luftbild Swisstopo).<sup>3</sup>

Das Mapping verdeutlicht die zentralen Strukturen des Wädenswiler Zentrums mit Hauptverkehrsachsen, Fusswegen, Parkplätzen, Aufenthaltsräumen sowie der Verteilung von Geschäften und Dienstleistern. Im Zentrum bildet sich entlang der Achse Bahnhof–Seestrasse–Oberdorfstrasse ein erkennbares Versorgungsdreieck, während ausserhalb vorwiegend Wohnnutzungen dominieren. Wädenswil verfügt nach wie vor über eine breite Angebotsvielfalt mit vielen kleinen Fachgeschäften sowie grösseren Anbietern, wodurch die Grundversorgung gesichert ist. Gleichzeitig sind Leerstände vorhanden, wenn auch in geringerem Ausmass, und es zeigt sich eine deutliche Zunahme von Barbershops und Beautysalons entlang der Seestrasse und auch in anderen Quartieren.

Die Aufenthaltsqualität ist stark unterschiedlich ausgeprägt: hoch in Parks, historischen Gassen und an der Gerbestrasse, niedrig entlang der Hauptachsen. Das Fusswegnetz ist teilweise unklar, wodurch wichtige Verbindungen schwer lesbar sind. Die Parkierungssituation ist derzeit ausreichend, allerdings unübersichtlich, und künftige Umgestaltungen mit dem Wegfall von Flächen am Bahnhof und Gerbeplatz verschärfen die Frage nach einer langfristigen Versorgung.

Insgesamt zeigt sich ein vielfältiges, aber fragmentiertes Zentrum mit einem klaren Versorgungsdreieck, fehlendem Ortskern und nur bedingt attraktiven Haupterschliessungsachsen. Die laufenden und geplanten Umgestaltungen bieten Chancen für eine höhere Aufenthaltsqualität, stellen aber gleichzeitig neue Anforderungen an Erreichbarkeit und Parkierung.

#### 4.5. Bedürfnisinterviews

Im Rahmen der Analyse wurden zwei Gruppeninterviews und 12 Einzelinterviews geführt. Abbildung 4 zeigt eine Übersicht der Interviewpartner\*innen.

<p><b>Gruppeninterview 1</b> 21. Mai 2025</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Claudia Bühlmann, Stadträtin Wädenswil</li> <li>• Markus Neukom, ehem. Leiter Wirtschaftspolitik Migros-Gruppe</li> <li>• Simon Keller, Stadtentwicklung Zürich</li> <li>• Markus Morger, Leiter Soziales Wädenswil (schriftliche Ergänzungen)</li> <li>• Daniel Tanner, Stadtrat Wädenswil (schriftliche Ergänzungen)</li> </ul>
<p><b>Gruppeninterview 2</b> 23. Mai 2025</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Astrid Furrer, Stadträtin Wädenswil</li> <li>• Marco Forster, Stadt Wädenswil</li> <li>• Barbara Jud, Mitglied Stadtentwicklungskommission Wädenswil</li> <li>• Philipp Kellerhals, Mitglied Stadtentwicklungskommission Wädenswil</li> <li>• Markus Futterknecht, Immobilienexperte</li> <li>• Urs Hilber, Direktor Life Science und Facility Management, ZHAW</li> <li>• Jonas Erni, Stadtrat Wädenswil</li> <li>• Philipp Kutter, Stadtpräsident Wädenswil</li> <li>• Florian Voemel, Mitglied Stadtentwicklungskommission Wädenswil</li> </ul>
<p><b>Einzelinterviews</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuela Bettio, Geschäftsführerin Bettio GmbH</li> <li>• Hansruedi Buri, Inhaber Buri Sport</li> </ul>

<sup>3</sup> Seit der Erstellung dieses Berichts bzw. der zugrunde liegenden Mappings hat sich das Food- und Non-Food-Angebot im Zentrum von Wädenswil weiter verändert. So ist beispielsweise der Denner bei der Alten Fabrik neu hinzugekommen, während Alnatura seinen Standort geschlossen hat. Zudem werden Garten Raschle, Schuler Weine sowie das Buchparadies ihre bisherigen Standorte aufgeben bzw. schliessen.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roger Bollhalder, Leiter Dienststelle Soziokultur Wädenswil</li> <li>• EVERGREEN Treff 60+</li> <li>• Damian Isler, Gessner AG</li> <li>• Frau Embacher, Herr Wicki, Buchparadies / Orell Füssli</li> <li>• Franca Comalini, Hangenmoos AG</li> <li>• HGV Wädenswil</li> <li>• Stefan Baumgartner, Wädenswiler Anzeiger</li> <li>• Studierende ZHAW</li> <li>• Paul Bossert, Präsident Verkehrsverein</li> </ul>
--	---

Abbildung 4: Interviewpartner\*innen.

Die Interviews zeigen ein vielschichtiges Bild des Wädenswiler Zentrums. Zu den Stärken zählt ein Detailhandel, der die Grundversorgung abdeckt und vereinzelt durch attraktive kleine Geschäfte ergänzt wird. Auch die Standortstruktur bietet Vorteile: Die gute Lage am See und am Bahnhof, die Fussläufigkeit innerhalb des Zentrums sowie schöne Parkanlagen, einzelne historische Gassen und Häuser werden positiv hervorgehoben. Zudem tragen Veranstaltungen wie Wochenmarkt, Chilbi, Frühlings- und Herbstmarkt zur Belebung des Ortszentrums bei und stärken die Zusammenarbeit.

Gleichzeitig werden verschiedene Entwicklungspotenziale sichtbar. Im Detailhandel wird insbesondere der Rückgang spezialisierter Fachgeschäfte und die nachlassende Vielfalt angesprochen; immer weniger Elektronik-, Mode- oder Lifestylegeschäfte stehen einer wachsenden Zahl an Nagelstudios und Barbershops gegenüber. Auch im Bereich Gastronomie besteht Ausbaupotenzial, das bestehende Angebot wird teilweise als nicht mehr ganz zeitgemäss empfunden. Für Vereine fehlen Räume für Sitzungen. Jüngere Zielgruppen wünschen sich zusätzliche Treffpunkte, Co-Working-Spaces und Anziehungspunkte, und die Frequenzen variieren je nach Lage deutlich. Besonders für Studierende und jüngere Erwachsene fehlen Orte, an denen man sich informell austauschen, etwas trinken oder verweilen kann. Am Abend ist die Stadt wie ausgestorben. Ein vielfältigeres gastronomisches Angebot sowie begrünte Aufenthaltsorte im Bereich zwischen Bahnhof und See würden dazu beitragen, dass diese Gruppen länger in Wädenswil verweilen und das Zentrum stärker belebt wird.

Zudem besteht Sensibilität für die bevorstehenden baulichen Veränderungen (Bahnhof, Coop, Alte Fabrik), die als Herausforderung, aber auch als Chance für eine Neugestaltung wahrgenommen werden. Auf der Ebene der Standortstruktur werden die fehlende Übersichtlichkeit und Orientierung, die eher zusammenhangslosen Handelslagen sowie die teilweise schwierige Zugänglichkeit aufgrund der Hanglage und fehlende Barrierefreiheit bemängelt. Die Aufenthaltsqualität wird insgesamt als verbesserbar, aber mit guten Ansätzen beurteilt: Viele Menschen nutzen das Zentrum funktional, wünschen sich jedoch mehr Orte zum Verweilen. Zudem beeinträchtigen architektonisch wenig attraktive Gebäude das Ortsbild, während der Bezug zum See unklar bleibt. Auch eine stärkere Begrünung und attraktivere Gestaltung von Plätzen und Strassenräumen wird als wichtig erachtet, um die Innenstadt lebendiger und einladender zu gestalten.

Auch im Bereich Verkehr wird Optimierungspotenzial gesehen, insbesondere bei innerstädtischen Verbindungen wie die Zuger- und Seestrasse, die verstreuten Parkplätze und damit

verbundener Suchverkehr. Eine bessere Übersichtlichkeit und ein klareres Leitsystem könnten hier unterstützen. Die Zusammenarbeit zwischen den Akteur\*innen wird als grundsätzlich vorhanden, aber mit Potenzial zur stärkeren Vernetzung beschrieben: Einige Geschäfte agieren eigenständig, und eine bessere Abstimmung, etwa bei Öffnungszeiten oder gemeinsamer Kommunikation, könnte positive Synergien schaffen. Der HGV spiele für den Detailhandel eine eher kleine Rolle und ein stärker sichtbares Engagement und eine bessere Kommunikation der Stadt wird gewünscht, um den Austausch und Informationsfluss zu fördern. Darüber hinaus besteht auch zwischen Stadt, Hochschule und Vereinen bislang wenig systematischer Austausch. Eine stärkere Vernetzung dieser Akteure – etwa über gemeinsame Plattformen, Veranstaltungen oder nutzbare Räume – könnte neue Impulse für Innovation, Kooperation und Belebung des Zentrums schaffen.

Aus den Gesprächen wurden auch konkrete Massnahmen abgeleitet. Im Vordergrund steht die Steigerung der Aufenthaltsqualität durch eine attraktivere Gestaltung von Plätzen, die Umwandlung der Zugerstrasse in eine Flaniermeile mit breiteren Trottoirs, Sitzgelegenheiten und Begrünung sowie der Einsatz von Stadtmöblierung. Ergänzend sollen mehr Dichte im Ortszentrum, insbesondere auch Wohnen in der Altstadt, gefördert, neue Begegnungsorte geschaffen und ein gedeckter Treffpunkt für Jugendliche etabliert werden. Auch die Optimierung von Verkehr und Parkierung wird als zentral angesehen, etwa durch die Einführung einer Tempo-30-Zone, ein systematisches Parkraumkonzept mit Leitsystem und die Schaffung zentral gelegener Parkhäuser. Ebenso wichtig ist die Verbesserung der Orientierung im Zentrum durch Fussgängerleitsysteme, Beschilderungen und Informationsangebote. Auf der Ebene der Zusammenarbeit werden ein klares politisches Commitment, die partizipative Entwicklung und Kommunikation einer gemeinsamen Strategie sowie die Einrichtung eines City-Managements (Kümmerer\*in) vorgeschlagen. Ein regelmässiger Dialog zwischen Detailhandel, öffentlicher Hand und Immobilieneigentümer\*innen soll sicherstellen, dass die Stadt als Taktgeberin, Vernetzerin und Enablerin wirksam auftritt.

#### **Wichtigste Erkenntnisse aus den Bedürfnisinterviews:**

- *Grundversorgung gesichert, aber Attraktivität begrenzt:* Detailhandel deckt Basisbedürfnisse ab, doch spezialisierte Geschäfte und Vielfalt gehen verloren.
- *Starke Standortqualitäten:* Lage am See und Bahnhof, Fussläufigkeit sowie historische und grüne Elemente bilden ein solides Fundament.
- *Aufenthaltsqualität ausbaufähig:* Zentrum wird mehr durchquert als genutzt; unattraktive Bauten, fehlender Bezug zum See und Verkehrsbarrieren mindern den Charme.
- *Gastronomie, Begrünung und Angebote für junge Menschen ausbaubar:* Es fehlen zeitgemässe Treffpunkte (Cafés, Bars, begrünte Plätze, Eventräume) insbesondere für Studierende.
- *Kooperation entwicklungsfähig:* Detailhandel agiert als Einzelkämpfer, optimierbares Engagement und Kommunikation seitens Stadt verstärken das Problem. Auch zwischen der Stadt, Hochschule und Vereinen gibt es Potenzial für stärkere Vernetzung und Synergien.

- *Handlungsbedarf klar*: Mehr Aufenthaltsqualität, bessere Verkehrs- und Parkierungslösungen sowie eine koordinierte Strategie (City-Management, politisches Commitment) sind zentrale Massnahmen.

## 4.6. Good-Practice Beispiele

Die Aufwertung von Ortszentren ist eine Herausforderung, die viele Gemeinden beschäftigt. Beispiele aus Uster, Zürich-Seebach und Richterswil zeigen auf, mit welchen Methoden andere Städte vergleichbare Aufgaben angegangen sind und welche Erkenntnisse sich für Wädenswil ableiten lassen. Darüber hinaus existieren auch ausserhalb des Kantons Zürich weitere erfolgreiche Beispiele der Zentrumsentwicklung, etwa in Arbon; diese wurden im vorliegenden Bericht jedoch nicht vertieft, können aber insbesondere in einer späteren Umsetzungsphase oder im Rahmen von gezielten Learnings und Erfahrungsaustauschen wertvolle Impulse liefern.

### 4.6.1. Uster

Die Stadt Uster stand vor der Schwierigkeit, dass ihr Zentrum nur fragmentarisch erkennbar war: das Angebot war zersplittert, die öffentlichen Plätze fehlten, und die Bahnlinie sowie die Zürichstrasse wirkten trennend. Ein gemeinsamer Marktauftritt des Detailhandels existierte nicht, die Einkaufszentren galten als wenig attraktiv, und es mangelte an Abendangeboten. Um dem entgegenzuwirken, führte das Wirtschaftsforum Uster eine Projektstudie durch. Diese beinhaltete eine SWOT-Analyse, eine Vision sowie die Definition konkreter Handlungsansätze. Daraus entstand das Projekt Attraktives Stadtzentrum, das auf Workshops mit Gewerbe, Gastronomie, Eigentümerschaft und Bevölkerung setzte. Hauptaufgaben waren die Motivation der Grundeigentümer\*innen, der Aufbau eines Zentrumsmanagements, die Sensibilisierung der Bevölkerung sowie die Verankerung der Thematik in Politik und Verwaltung. Zu den Massnahmen zählten unter anderem die Schaffung verkehrsfreier Plätze, die Errichtung eines zentralen Stadtplatzes, die Erweiterung des Detailhandelsangebots und ein gemeinsamer Auftritt nach aussen.

#### Lehren für Wädenswil

Ohne eine gemeinsame Strategie und abgestimmtes Vorgehen zwischen Grundeigentum, Gewerbe und Verwaltung bleibt eine Zentrumsaufwertung oftmals wirkungslos. Zudem zeigen sich bauliche Eingriffe (Plätze, Verkehrsberuhigung) und ein professionelles Zentrumsmanagement als zentrale Erfolgsfaktoren.

### 4.6.2. Zürich-Seebach

Im stark wachsenden Stadtteil Seebach bestand die Herausforderung, dass die Zentrumsfunktion von Oerlikon einen starken Sogeffekt ausübte und gleichzeitig ein Mangel an publikumsorientierten Erdgeschossnutzungen vor Ort bestand. Die Stadt Zürich liess hierzu eine umfassende Studie erstellen, die lokale Nachfrage, Bevölkerungsentwicklung, Beschäftigtenzahlen und Einkaufsverhalten analysierte. Das Resultat war eine realistische Zielsetzung: Bis 2040 sollen lediglich 10'000 m<sup>2</sup> publikumsorientierte Erdgeschossfläche entstehen – und nicht die ursprünglich

anvisierten 20'000 m<sup>2</sup>. Neue Flächen werden gezielt auf wenige, dezentrale Plätze konzentriert. Ergänzend wurden Konzepte zur nachhaltigen Logistik entwickelt.

**Lehren für Wädenswil**

Eine nüchterne, datenbasierte Analyse von Nachfrage und Potenzial ist wichtig, um realistische Entwicklungsziele zu setzen. Anstatt das Angebot flächig auszuweiten, ist eine Konzentration auf klar definierte Standorte wirkungsvoller.

**4.6.3. Richterswil**

Richterswil profitiert von einem kompakten Dorfkern, kämpfte lange Zeit aber mit den Herausforderungen des Strukturwandels: Onlineshopping, verändertes Konsumverhalten und ein «unattraktiver, lebloser» Wisshusplatz. Eine externe Analyse führte zu einer Nutzungsstrategie und konkreten Projekten. Zentrale Massnahmen waren die Schaffung einer Begegnungszone, die Verbesserung der Infrastruktur (Parkplätze, Entwässerung, Beleuchtung) sowie die Aufwertung des Wisshusplatzes durch Spielmöglichkeiten, Sitzgelegenheiten und Veranstaltungen. Parallel wurden innovative Kommunikationsformate wie kurze Imagefilme, eine Internetplattform und das Projekt «Richtiboost24» zur Ansprache neuer Zielgruppen entwickelt.

**Lehren für Wädenswil**

Neben baulich-räumlichen Eingriffen spielt die kommunikative und programmatische Ebene eine wichtige Rolle. Identität, Image und Veranstaltungen können wesentlich zur Belebung des Zentrums beitragen.

**4.7. Verdichtung der Analyseergebnisse – SWOT**

Die zusammengeführten Erkenntnisse aus der Analyse lassen sich in einem konsolidierten SWOT-Profil bündeln. Dieses verdeutlicht die zentralen Stärken und Schwächen des Wädenswiler Ortszentrums sowie die sich daraus ergebenden Chancen und Gefahren. Die SWOT-Analyse dient damit als Scharnier zwischen analytischer Bestandsaufnahme und strategischer Handlungsorientierung: Sie zeigt auf, wo das Zentrum bereits über tragfähige Qualitäten verfügt, welche Defizite die Entwicklung bremsen und in welchen Feldern gezielte Massnahmen erforderlich sind, um die Attraktivität langfristig zu sichern.

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solide Bevölkerungsentwicklung und stabile Nachfragebasis.</li> <li>• Hohe Arbeitsplatz- und Betriebsdichte → zusätzliche Kaufkraft durch Einpendler.</li> <li>• Attraktive Lage am See, sehr gute ÖV-Anbindung und Fussläufigkeit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlender klarer Ortskern, zersplitterte Detailhandelslagen und schwierige Orientierung.</li> <li>• Abnehmende Vielfalt im Detailhandel: weniger spezialisierte Fachgeschäfte, Zunahme von Barbershops/Beautysalons, aber auch</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historische Bauten, Märkte und Veranstaltungen stärken Identität und Lebendigkeit.</li> <li>• Grundversorgung durch Migros, Coop und diverse Fachgeschäfte gesichert.</li> </ul>	<p>frequenzschwache Services (bspw. Banken, Versicherungen, Physiopraxen usw.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufenthaltsqualität eingeschränkt durch Verkehr (v.a. durch Trennwirkung, Suchverkehr), unattraktive Bauten, fehlenden Bezug zum See.</li> <li>• Gastronomie- und Jugend-, und Studierendenangebote sowie Treffpunkte schwach, geringe abendliche Frequenz.</li> <li>• Unkoordinierte Öffnungszeiten und schwache Zusammenarbeit zwischen Gewerbe und Stadt.</li> <li>• Rückwärtige Lagen mit geringer Aufenthaltsqualität (z. B. Parkplätze am Konfettiplatz, Friedbergstrasse).</li> <li>• Fehlende publikumsintensive Erdgeschossnutzungen, zunehmend Büros und geschlossene Fassaden (z. B. Zuger-/See-strasse).</li> </ul>
<p><b>Chancen</b></p>	<p><b>Gefahren</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografischer Wandel: wachsende Bedeutung der Zielgruppe 55–74 Jahre (Gesundheit, Ernährung, Wohnen, Lifestyle).</li> <li>• Laufende und geplante Projekte (Bahnhof, Gerbeplatz, Gessnerareal, Coop) als Impulsgeber für Aufwertung.</li> <li>• Potenzial für City-Management / Kurator*in zur Bündelung von Kräften und zur Professionalisierung der Kooperation.</li> <li>• Möglichkeiten zur Steigerung der Aufenthaltsqualität (Begrünung, Plätze, Sitzgelegenheiten, Verkehrsberuhigung).</li> <li>• Stärkung von Image und Attraktivität durch Events, Kommunikation und klare Positionierung als Einkaufsstadt.</li> <li>• Verbesserte Sichtbarkeit durch Wegführung, Infostellen und QR-Codes (für Geschäfte, historische Gebäude, Pärke etc.).</li> <li>• Tempo 30 auf zentralen Strassen (Seestrasse, Zugerstrasse, Schönenbergstrasse) zur Förderung von Aufenthaltsqualität und Langsamverkehr.</li> <li>• Synergien nutzen, bspw. von Wochenmarkt und Gastronomie (Tische im öffentlichen Raum).</li> <li>• Neuzuzügeranlass als Plattform für lokale Läden (Flyer, Poster mit QR-Codes).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frequenzverlagerungen durch starke Food-Detailhändler an Autobahnausfahrten.</li> <li>• Kaufkraftabfluss in Richtung Zürich und Pfäffikon (Mode, Elektronik, längere Öffnungszeiten).</li> <li>• Langjährige Baustellen (Bahnhof, Coop, Alte Fabrik) belasten Frequenzen und Wahrnehmung.</li> <li>• Konkurrenz durch Onlineshopping und verändertes Konsumverhalten.</li> <li>• Fehlendes politisches Commitment oder mangelnde Koordination könnte Chancen ungenutzt lassen; fehlende politische Mehrheiten.</li> <li>• Fehlende Nutzung von Synergien bei Anlässen, Chancen bleiben ungenutzt (z. B. Nachbarswil).</li> <li>• Abhängigkeit von Vereinen und Freiwilligenarbeit bei Anlässen, Gefahr der Überalterung und nachlassenden Kräfte.</li> </ul>

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Kooperation mit ZHAW und Studierenden als Chance für Innovation, Wissensaustausch und neue Frequenzen (z. B. Events, Start-up-Nutzungen, Coworking).</li><li>• Chancen durch aktive Bodenpolitik.</li></ul> |  |
|---|--|

## 5. Strategie

Aufbauend auf der SWOT-Analyse wird in diesem Kapitel die Strategie vorgestellt. Sie umfasst eine Ambition, drei Themenfelder sowie sechs Handlungsfelder mit konkreten Massnahmen (vgl. Abbildung 5). Die Bausteine der Strategie werden im Folgenden detailliert beschrieben.

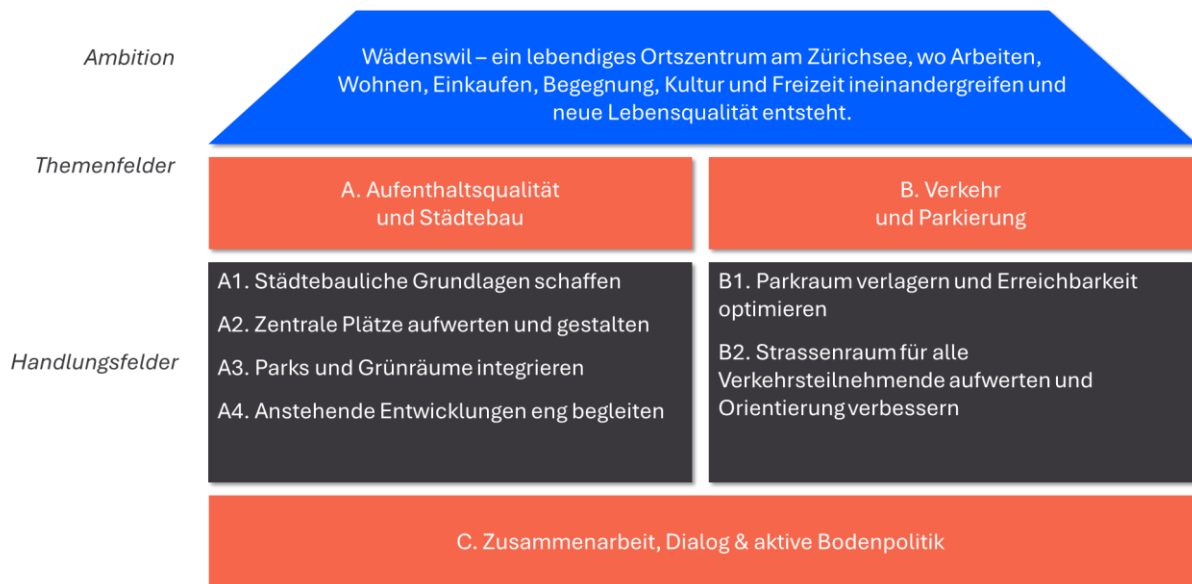


Abbildung 5: Strategie im Überblick.

### 5.1. Ambition

Die vorliegende Strategie verfolgt das Ziel, das Ortszentrum Wädenswil als lebendigen, attraktiven und funktional starken Mittelpunkt der Stadt zu entwickeln, über den gesamten Tages- und Wochengang hinweg. Aufenthaltsqualität, Vielfalt im Detailhandel, kurze Wege, gute Erreichbarkeit sowie eine kooperative Zusammenarbeit der Akteure bilden die Basis. Die Ambition besteht darin, Wädenswil langfristig als attraktives Ortszentrum am Zürichsee mit klarer Identität, hoher Aufenthalts- und Lebensqualität zu positionieren – als lebendigen Ort, an dem Arbeiten, Wohnen, Einkaufen, Begegnung, Kultur und Freizeit optimal ineinandergreifen und Synergien genutzt werden können.

### 5.2. Aufenthaltsqualität und Städtebau (A)

Eine hohe Aufenthaltsqualität und ein klar erkennbares städtebauliches Gefüge sind zentrale Voraussetzungen für ein lebendiges Ortszentrum. Plätze, Strassenräume und Grünflächen prägen das Bild der Stadt und entscheiden darüber, ob Menschen gerne verweilen oder das Zentrum lediglich durchqueren. In Wädenswil zeigen sich Potenziale in historischen Gassen, Parkanlagen und am See, zugleich aber auch Defizite durch Verkehrsbarrieren und fehlende Verbindungen. Ziel ist es, durch eine qualitätsvolle Gestaltung, attraktive öffentliche Räume und die gezielte Begleitung grosser Entwicklungsprojekte ein stimmiges, zusammenhängendes Zentrum zu

schaffen. Damit soll das Einkaufen mit Aufenthalts- und Begegnungsqualität verbunden und die Identität Wädenswils als Einkaufs- und Begegnungsstadt am See gestärkt werden.

### 5.2.1. Städtebauliche Grundlagen schaffen (A1)

Eine kohärente städtebauliche Grundlage ist die Voraussetzung für eine qualitätsvolle Entwicklung des Zentrums. Das Zielbild wird in einem partizipativen Prozess erarbeitet, in den Grundeigentümer\*innen, die Stadtentwicklungskommission, Fachpersonen aus Planung und Architektur, Vertreter\*innen der Bevölkerung sowie Expert\*innen anderer Städte einbezogen werden. Mittels Stadtspaziergängen und gemeinsamen Workshops werden Hot-Spots identifiziert, an denen eine besondere Belebung Wirkung erzielen kann, und Orte, an denen eine Aufwertung der Aufenthaltsqualität besonders relevant ist. Die identifizierten Hot-Spots können auch wertvolle Hinweise im Hinblick auf eine aktive städtische Bodenpolitik (strategische Grundstücke) geben. Auch die verbindenden Zwischenräume – also Wege, Strassen, Gärten und kleinere Freiräume zwischen den zentralen Plätzen inkl. deren Nutzung – werden aktiv mitgedacht und gestalterisch berücksichtigt. Durch das gemeinsam entwickelte Zielbild wird die Grundlage gelegt, um künftige Bau- und Umgestaltungsprojekte aufeinander abzustimmen.

Eine räumliche Konzentration und eine nachfragebasierte Angebotsgrösse des Detailhandels und weiterer publikumsorientierten Nutzungen sind dabei zentral. Mit einer ganzheitlichen Entwicklungsstrategie kann das Ortszentrum als Einheit betrachtet und können die verschiedenen, komplementären Elemente im Gesamtkontext strategisch und politisch gewichtet werden. So kann verhindert werden, dass sich einzelne Projekte isoliert entwickeln und das Gesamtbild fragmentieren.

#### Ziele

- Einheitliches, qualitätsvolles Zielbild für das Zentrum schaffen
- Transparente Grundlage für Investitionen und Projekte
- Eigentümerschaften frühzeitig einbinden und Kooperation sichern

#### Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Parzellen der Grundeigentümerschaft erfassen:</b> Übersicht über Eigentümerstrukturen schaffen, um künftige Entwicklungsprojekte gezielt abstimmen zu können.	Herbst 2025	Stadt (Planen und Bauen)
<b>Erdgeschossnutzung analysieren und definieren:</b> Erhebung und Bewertung der Erdgeschossnutzungen im Verhältnis zum Nachfragepotenzial. Definition realistischer Zielwerte (bspw. in Bezug auf Flächenbedarf oder späterer Nutzung/Angebotsmix) und Integration in das Zielbild. Bei neuralgischen Punkten publikumsorientierte Erdgeschossnutzungen fördern (z.B. über die Raumplanung).	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen) in Zusammenarbeit mit planerischen Fachbüros

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Partizipativ erarbeitetes städtebauliches Zielbild für das Zentrum erarbeiten:</b> In einem kooperativen Prozess mit Grundeigentümer*innen, Fachpersonen und Bevölkerung Hotspots identifizieren, städtebauliche Potenziale sichtbar machen, Nutzungsfunktion der zentralen Plätze definieren und ein räumlich verortetes Zielbild mit Gestaltungsleitlinien für das Zentrum erarbeiten. Sichtung von Zielbildern anderer Städte. Vgl. Themenfeld C; Massnahme «Aktive Bodenpolitik prüfen».	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen) in Zusammenarbeit mit planerischen Fachbüros
<b>Zielbild inkl. Gestaltungsleitlinien in Richt- und Nutzungsplanung konkretisieren und umsetzen:</b> Rechtlich und planerisch verbindliche Grundlagen für Bau- und Umgestaltungsprojekte schaffen und umsetzen. Je nach Komponenten des Zielbilds gilt es die Anpassungen in einer Teilrevision oder in der nächsten kompletten Revision der Richt- und Nutzungsplanung zu vollziehen.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen)

### 5.2.2. Zentrale Plätze aufwerten und gestalten (A2)

Plätze sind zentrale Identitäts- und Aufenthaltsorte, doch viele Flächen in Wädenswil sind heute funktional überprägt und wenig einladend. Die Aufwertung zielt darauf ab, Plätze in lebendige Treffpunkte mit Begrünung, Sitzgelegenheiten, Beschattung und flexibler Nutzung zu verwandeln. Neben dem Gerbeplatz und dem Bahnhofsumfeld sind auch kleinere Plätze wichtige Potenzialräume. Unabhängig von den langfristigen Umgestaltungen sollen zudem temporäre Nutzungen auf zentralen Plätzen ermöglicht und ausprobiert werden – etwa saisonale Installationen, mobile Gastronomie oder kleine Kulturformate. Diese dienen als Experimentierfelder und fördern eine kontinuierliche Belebung des Zentrums. Die Transformation dieser Orte soll nicht nur Aufenthaltsqualität schaffen, sondern auch Frequenzen für Detailhandel und Gastronomie generieren.

#### Ziele

- Plätze als lebendige Treffpunkte und soziale Räume etablieren
- Aufenthaltsqualität durch Gestaltung und (mobiler) Begrünung erhöhen
- Flexibilität für unterschiedliche Nutzungen (Markt, Kultur, Gastronomie, Freizeit) schaffen
- Verbindung zwischen öffentlichen Räumen, Detailhandel und Gastronomie stärken
- Positive Identitätswirkung und Imagegewinn für das Zentrum

## Verortung

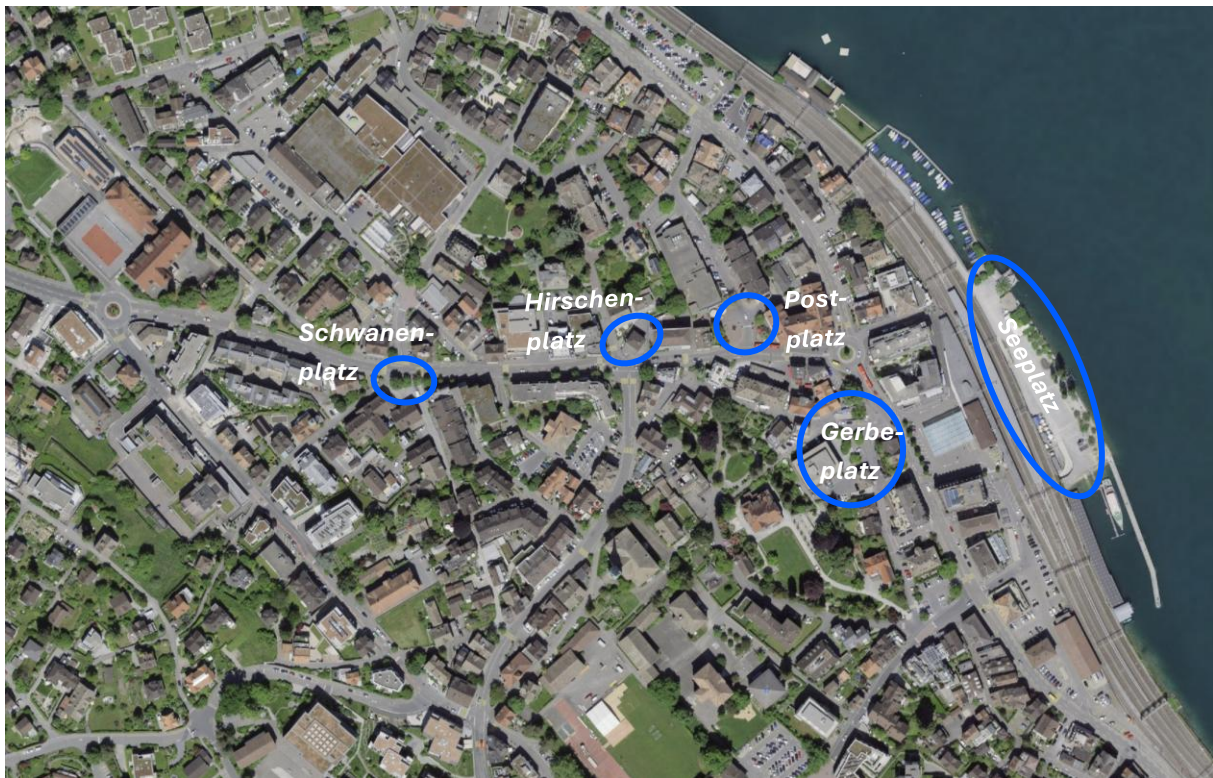


Abbildung 6: Verortung «Zentrale Plätze aufwerten und gestalten».

## Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Gerbeplatz neu gestalten:</b> Zentrale Neugestaltung als multifunktionaler Stadtplatz mit hoher Aufenthaltsqualität (Vorgabe: Freiraumkonzept aus dem öff. Gestaltungsplan).	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Private Eigentümer*innen
<b>Seeplatz aufwerten:</b> Stärkung als Ort mit Seezugang und hoher Attraktivität für Bevölkerung und Gäste.	Planung/Vision; kurzfristig  Umsetzung; längerfristig, nach Bahnhofsumgestaltung	Stadt (Planen und Bauen)
<b>Hirschenplatz/Postplatz umgestalten:</b> Umwandlung des heutigen Verkehrs- und Funktionsraums in einen attraktiven Aufenthaltsort. Umsetzung erfolgt im Rahmen des Bauprojektes Coop/ZKB (Gestaltungsplan Zuger-/Poststrasse)	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Private Eigentümer*innen
<b>Weitere Plätze:</b> Prüfung weiterer Plätze für eine Aufwertung (z.B. Schwanenplatz). Zudem sollen auf ausgewählten zentralen Plätzen temporäre Nutzungen ermöglicht werden (z.B. saisonale Installationen, mobile Gastronomie, Kulturformate), um neue Impulse zu setzen und Erfahrungen für künftige Umgestaltungen zu sammeln.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Private Eigentümer*innen / Kultur & Wirtschaftspartner

### 5.2.3. Parks und Grünräume integrieren (A3)

Wädenswil verfügt über mehrere sehr attraktive Grünräume. Ziel ist es, diese stärker als Erholungs- und Begegnungsräume sichtbar zu machen. Neben bestehenden öffentlichen Parks sollen auch private Gärten punktuell geöffnet werden. Damit soll das Zentrum nicht nur lebendiger, sondern auch ökologisch gestärkt werden.

#### Ziele

- Grünräume sichtbar und zugänglich machen
- Verbindung von Einkaufen, Erholung und Aufenthalt stärken
- Private Grünräume teilweise öffnen

#### Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Prüfung der Zugänglichkeit und potenziellen Nutzung bestehender Gärten im Zentrum:</b> Abklären, inwiefern ausgewählte Gärten für die Öffentlichkeit besser zugänglich gemacht und für eine sanfte Nutzung (z. B. als Ruhe- und Aufenthaltsorte) qualifiziert werden könnten ( <i>z.B. Garten auf WE 333 bei Gerbestrasse, Garten auf WE6144 bei Oberdorfstrasse</i> ).	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Eigentümer*innen
<b>Private Grünräume für Bevölkerung öffnen:</b> Kooperationen schaffen, damit private Grünräume teilweise zugänglich werden. Identifizierung möglicher privater Grünräume und deren Nutzung bei der Erarbeitung des Zielbildes (siehe Handlungsfeld A1).	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Eigentümer*innen

#### 5.2.4. Anstehende Entwicklungen eng begleiten (A4)

Grossprojekte wie Coop-Neubau, Bahnhofsumgestaltung und Alte Fabrik prägen die Zukunft des Zentrums. Sie bergen Chancen für Impulse, bergen aber auch Risiken durch jahrelange Baustellen. Die Stadt soll diese Entwicklungen eng begleiten, Koordination sicherstellen und den Mehrwert für das gesamte Zentrum im Auge behalten. Durch frühzeitige Steuerung können Qualitäten gesichert und Baustellenfolgen abgefedert werden. Ziel ist es, sicherzustellen, dass Aufenthaltsqualität, Freiraumgestaltung und Nutzungsvielfalt systematisch in allen Planungs- und Gestaltungsprozessen berücksichtigt bzw. auch umgesetzt werden. In den Gestaltungsplänen der einzelnen Projekte soll die Aufenthaltsqualität explizit genannt und geprüft werden – als verbindliches Kriterium für städtebauliche und architektonische Qualität. Die Stadt versteht sich dabei als aktive Partnerin und Ermöglicherin, die mit Bauherrschaften, Planende und Grundeigentümer\*innen frühzeitig den Dialog sucht, auf eine kohärente Freiraumgestaltung achtet und Gestaltungsleitlinien aus dem Zielbild (vgl. A1) konsequent anwendet.

#### Ziele

- Qualitative und koordinierte Umsetzung sicherstellen
- Baustellenbelastungen aktiv managen
- Projekte als Motor für Aufwertung nutzen

#### Verortung



Abbildung 8: Verortung «Anstehende Entwicklungen eng begleiten».

## Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Entwicklung Coop begleiten:</b> Sicherstellen, dass Neubau und Umfeldgestaltung Impulse für das gesamte Zentrum geben.	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Eigentümer *innen
<b>Entwicklung Bahnhof begleiten:</b> Städtebauliche Qualität, Aufenthaltsqualität und Verbindung ins Zentrum gewährleisten.	Kurz- bis mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / SBB
<b>Entwicklung Gessnerareal / Alte Fabrik begleiten:</b> Transformation als kulturell-wirtschaftlicher Anker aktiv unterstützen.	Kurz- bis mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Private

### 5.3. Verkehr und Parkierung (B)

Ein funktionierendes Mobilitätssystem ist eine Grundvoraussetzung für ein attraktives Ortszentrum. Erreichbarkeit, Übersichtlichkeit und Sicherheit sind entscheidend, damit Kundschaft, Bewohner\*innen und Besucher\*innen das Zentrum gerne nutzen. Gleichzeitig soll der öffentliche Raum entlastet und die Aufenthaltsqualität gestärkt werden. In Wädenswil besteht Handlungsbedarf, um den Parkraum effizienter zu bewirtschaften, den Verkehr für alle Verkehrsteilnehmende (von Fussgänger\*innen, Velofahrer\*innen bis hin zu Autofahrer\*innen) klarer zu führen und die Haupterschliessungsachsen gestalterisch aufzuwerten. Dabei soll der Strassenraum insgesamt autoärmer, sicherer und attraktiver gestaltet werden. Ziel ist es, den Fuss- und Veloverkehr zu fördern, den Suchverkehr zu reduzieren und zugleich die Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr zu gewährleisten. Besondere Chancen ergeben sich durch die laufenden und geplanten Grossprojekte wie den Umbau des Bahnhofs oder die Projekte beim Coop und der alten Fabrik: Sie bieten die Möglichkeit, Mobilität, Aufenthaltsqualität und Städtebau enger miteinander zu verzahnen und nachhaltige Lösungen für die Verkehrs- und Parkraumorganisation im Zentrum zu verankern.

#### 5.3.1. Parkraum verlagern und Erreichbarkeit optimieren (B1)

Der Parkraum ist heute zwar ausreichend, jedoch unübersichtlich verteilt. Suchverkehr belastet die Aufenthaltsqualität für die Kundschaft. Ziel ist ein klares Parkraumkonzept – einschliesslich bestehender und neuer unterirdischer Parkflächen sowie zentraler Parkhäuser – ergänzt durch ein gut geführtes, digitales Parkleitsystem. Bestehende Parkhäuser werden hinsichtlich Nutzung, Beleuchtung, Orientierung und Komfort überprüft und wo notwendig aufgewertet, um ihre Attraktivität zu steigern. Zusätzlich werden Möglichkeiten von Parkplatz-Sharing geprüft, um Kapazitäten flexibler zu gestalten und Doppelnutzungen (z. B. Tag/Nacht) zu fördern. Dadurch sollen Flächen für attraktive öffentliche Räume freigespielt werden. So kann die Balance zwischen Kundentreue und urbaner Qualität erreicht werden. Gleichzeitig muss die Logistik gesichert bleiben.

## Ziele

- Parkraum effizient nutzen
- Suchverkehr verhindern
- Kundschaft nahe am Zentrum bedienen
- Logistik und Erreichbarkeit sichern
- Bestehende Parkhäuser besser auslasten und aufwerten
- Flexible Nutzung durch Parkplatz-Sharing fördern

## Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Parkplatznutzung und Erschliessung analysieren:</b> Erhebung zu Auslastung, Nutzung und Erschliessung, um Optimierungspotenziale zu erkennen. Prüfen von Sharing-Potenzial. Koordination mit dem Konzept Parkplatzbewirtschaftung/-management.	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen)
<b>Parkhäuserkonzept inkl. Management erstellen:</b> Ergänzung des bestehenden Parkraumkonzepts und -management mit zentralen Parkhäusern. Prüfung von Aufwertungsmassnahmen (Beleuchtung, Parkfeldgrösse, Orientierung)	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen, Gesellschaft) / Kanton / private Eigentümer*innen
<b>Parkleitsystem einführen:</b> Digitale Steuerung, klare Preisgestaltung und effiziente Nutzung vorhandener Kapazitäten aller ober- und unterirdischer Parkplätze. Bestehende Parkhäuser aktiv ins System integrieren.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen, Gesellschaft)
<b>Parkplätze verlagern/kompensieren:</b> Parkplätze von potenziell attraktiven Plätzen zwecks mehr Aufenthaltsqualität aufheben, verlagern und andersorts kompensieren (z.B. Konfetti-Platz)	Mittelfristig	Stadt
<b>Logistik und Anlieferung sicherstellen:</b> Optimierung der Anlieferzonen sowie Zufahrtsregelungen wo notwendig, um eine effiziente Versorgung der Geschäfte zu gewährleisten	Mittelfristig	Stadt

### 5.3.2. Strassenraum für alle Verkehrsteilnehmende aufwerten und Orientierung verbessern (B2)

Der Strassenraum ist heute primär auf den motorisierten Verkehr ausgerichtet, Aufenthaltsqualität fehlt vielerorts, die Verkehrsführung im Zentrum ist komplex und oft wenig benutzerfreundlich. Fussgänger\*innen, Velofahrende, ÖV und motorisierter Verkehr konkurrieren um knappe Flächen. Eine Aufwertung bedeutet mehr Platz für Fussgänger\*innen, eine attraktive Gestaltung, klar gegliederte und für den motorisierten Verkehr knapp gehaltene Verkehrsflächen (autoarme Gestaltung) und eine bessere Orientierung und Sichtbarkeit von Geschäften. Insbesondere Zugstrasse, Seestrasse und Oberdorfstrasse sollen als Flanier- und Einkaufsachsen gestärkt

werden. Dabei sollen einzelne zusätzliche Tempo 30-Zonen und/oder Begegnungszonen eingeführt und bestehende Zonen gestalterisch verbessert werden – mit klarer Signalisation, Bodenmarkierungen, differenzierten Belägen, Sitzgelegenheiten und Begrünung. Wo sinnvoll, können Einbahnführungen geprüft werden, um zusätzliche Flächen für den Aufenthalt oder die Begrünung zu gewinnen. So wird aus reinen Durchgangsflächen ein lebendiger, erlebbarer Raum, der Detailhandel und Aufenthaltsqualität verbindet. Der Fokus liegt dabei auf einer gleichwertigen Berücksichtigung aller Verkehrsteilnehmenden, insbesondere des Fuss- und Veloverkehrs, und auf der Stärkung des Strassenraums als Aufenthalts- und Begegnungsort.

## Ziele

- Bestehende Zentrumsstrukturen stärken
- Attraktiv gestaltete und sichere Strassenräume schaffen
- Verkehrsberuhigung ohne Funktionsverlust erreichen
- Verbindung von Detailhandelslagen
- Attraktiver und lebendiger Strassenraum (insb. Begrünung)
- Fuss- und Veloverkehr stärken
- Platz zum Flanieren, Verweilen und Sitzen
- Intuitive Orientierung im Zentrum
- Barrierefreie Zugänge zum Detailhandel
- Sichere Querungsmöglichkeiten

## Verortung



Abbildung 9: Verortung «Strassenraum aufwerten».

## Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Oberdorfstrasse:</b> Verkehrsberuhigung und Begrünung zur Steigerung der Aufenthaltsqualität.	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Kanton
<b>Zugerstrasse:</b> Zentrale Achse attraktiver und sicherer gestalten.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Kanton
<b>Seestrasse:</b> Sichere Querungen und klare Fusswegeverbindungen schaffen.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Kanton
<b>Kreuzstrasse:</b> Tempo 30 oder Begegnungszone signalisieren und Aufenthaltsqualität insb. für Fussgänger*innen verbessern. Orientierung bei Kreuzung Zugerstrasse-Kreuzstrasse verbessern, als Aufwertung der Schnittstelle des Versorgungsdreiecks.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Kanton
<b>Florhofstrasse:</b> Verkehrsfluss reduzieren und Tempo 30 oder Begegnungszone signalisieren.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen)
<b>Friedbergstrasse:</b> Begegnungszone besser signalisieren und Aufenthaltsqualität verbessern. Stärkere Begrünung, differenzierte Beläge und «Möblierung» prüfen. Option einer weitgehend autofreien Flanier- und Gastronomiestrasse prüfen (unter Berücksichtigung Verkehrskonzept Gerbeplatz).	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen) / Private
<b>Rosenbergstrasse:</b> Funktion als verbindende Strasse durch Gestaltung stärken.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen)
<b>Fussgängerleitsystem einführen:</b> Bessere Orientierung und Sichtbarkeit von Wegen, Plätzen und Geschäften.	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen, Gesellschaft)
<b>Aufenthaltsqualität in allen Strassenräumen gezielt steigern:</b> Prüfung und Umsetzung von Massnahmen zur Begrünung (inkl. mobile Begrünung), Schaffung von Schatten (Bäume, temporäre Elemente), Sitzgelegenheiten sowie sozialen Aufenthaltsangeboten. Besondere Berücksichtigung der Bedürfnisse älterer Menschen und Personen mit eingeschränkter Mobilität, u. a. in Zusammenarbeit mit der Organisation «vernetzt älter werden».	Mittelfristig	Stadt (Planen und Bauen, Gesellschaft)

### 5.4. Zusammenarbeit, Dialog und aktive Bodenpolitik (C)

Eine erfolgreiche Entwicklung des Ortszentrums gelingt nur, wenn die verschiedenen Akteure eng zusammenarbeiten und die Stadt gleichzeitig ihre Handlungsmöglichkeiten im Bereich der Bodenpolitik aktiv nutzt. Detailhandel, Gastronomie, Gewerbe, Dienstleistungsbetriebe, Vermieter\*innen und Grundeigentümer\*innen, Kulturakteur\*innen, Politik und Verwaltung tragen gemeinsam Verantwortung für die Attraktivität des Zentrums. Heute fehlen jedoch oft Koordination, klare Rollen und eine gemeinsame Strategie.

Entscheidend ist deshalb der Aufbau von Strukturen, die Dialog und Kooperation fördern, aber auch gezielte Einflussnahme auf die Entwicklung zentraler Liegenschaften ermöglichen – sowohl im Privatbesitz als auch bei kantonalen Immobilien. Dabei geht es auch um den Umgang mit Liegenschaften und Projekten an zentralen Lagen, bei denen trotz bestehender Entwicklungspotenziale seit längerer Zeit keine bauliche oder nutzungsseitige Weiterentwicklung erfolgt. Ein professionelles City-Management oder eine «Kümmerer\*in» könnte hier mittel- bis längerfristig eine zentrale Rolle übernehmen. Kurzfristig soll jedoch zuerst ein moderierter Dialogprozess (Runder Tisch) starten, der Bedürfnisse, Rollen und Erwartungen aller Anspruchsgruppen erfasst, Prozesse anstösst und den Aufbau einer dauerhaften Kooperationsstruktur vorbereitet. Aufgabe wäre es, Projekte zu koordinieren, Kommunikation zu bündeln, gemeinsame Marketing- und Eventinitiativen zu entwickeln, ein Flächenmanagement zu betreuen und die Interessen zwischen Stadt, Detailhandel, Vermieter\*innen und Eigentümern auszugleichen. Ein weiterer Fokus liegt darauf, Entwicklungsimpulse bei Liegenschaften zu setzen, bei denen trotz zentraler Lage keine aktive Weiterentwicklung erfolgt. Ein Finanzierungsmodell (z.B. Fonds für gemeinsame Aktionen) würde zusätzlich Professionalität und Verbindlichkeit sichern.

Ergänzend prüft die Stadt oder der Kanton im Rahmen einer aktiven Bodenpolitik gezielte Immobilienankäufe oder Zwischennutzungen an strategischen Lagen, um Einfluss auf die Erdgeschoss- und Zentrumsentwicklung zu nehmen. Dies schliesst auch eine aktivere Rolle der Stadt bei bereits bestehenden städtischen Immobilienbeteiligungen ein, um Vorbildwirkung wahrzunehmen und publikumsoffene Nutzungen gezielt zu sichern oder weiterzuentwickeln.

## Ziele

- Verbindliche Kooperationsstruktur schaffen
- Koordination von Projekten und Kommunikation sichern
- Engagement und Vertrauen stärken
- Transparenz und Information verbessern
- Gemeinsame Strategieentwicklung fördern
- Beteiligung von Gewerbe, Vermieter\*innen, Eigentümer\*innen und Bevölkerung sichern
- Aktive Bodenpolitik der Stadt gezielt nutzen
- Lokale Events und Begegnungsformate fördern
- Entwicklungsimpulse bei untergenutzten oder seit längerem stagnierenden Liegenschaften ermöglichen

## Massnahmen

Massnahme	Projektstart	Verantwortung
<b>Dialogprozess starten und Runden Tisch etablieren:</b> (Extern) moderierter Austausch zwischen Stadt, Gewerbe, Eigentümer*innen, Kanton und Kulturakteuren, 2–3x jährlich. Ziel: Vertrauen aufbauen, Interessen bündeln, erste Projekte koordinieren. Gleichzeitig Erfassung von Bedürfnissen, Definition von Rollen und Aufbau einer zeitlich befristeten Projektphase (ca. 2–3 Jahre) zur schrittweisen Professionalisierung der	Kurzfristig	Stadt (Präsidiales) / Gewerbe / Private / Kanton / evtl. externe Unterstützung

Zusammenarbeit. In dieser Phase wird geprüft, ob und in welcher Form ein dauerhaftes City-Management oder eine Kümmerer*innen-Funktion sinnvoll, wirksam und finanziell tragfähig ist.		
<b>Aktive Bodenpolitik prüfen:</b> Erarbeitung einer Übersicht über strategische Grundstücke (inkl. kantonale Liegenschaften) sowie Prüfung von Immobilienkäufen oder Zwischennutzungen zur aktiven Einflussnahme auf Erdgeschossnutzungen (vgl. Handlungsfeld A1). Dazu gehört auch die gezielte Aktivierung von Entwicklungsprozessen bei problematischen oder stagnierenden Liegenschaften sowie eine aktive Steuerung bei bestehenden städtischen Immobilienbeteiligungen.	Kurzfristig	Stadt (Planen und Bauen, Finanzen) / Kanton / private Eigentümer*innen
<b>Eventförderung und lokale Synergien stärken:</b> Nutzung bestehender Formate wie «Nachbarswil» und Förderung weiterer gemeinsamer Anlässe, von denen Detailhandel und Gastronomie profitieren.	Kurzfristig-mittelfristig	Stadt (Präsidiales / Gewerbe / Kultur
<b>Dialog bei Sanierungen im Gastro- und Erdgeschossbereich initiieren:</b> Vermittlung zwischen Vermieter*innen, Eigentümer*innen und Betrieben bei zwingenden Sanierungen. Prüfung von Fördermassnahmen zur Sicherung publikumsorientierter Nutzungen.	Mittelfristig	Stadt (Präsidiales / Eigentümer*innen / Gewerbe

## 6. Organisatorische Schlussfolgerungen

Die Umsetzung der Strategie erfordert eine klare organisatorische Verankerung und schrittweise Professionalisierung der Zusammenarbeit zwischen Stadt, Eigentümer\*innen, lokalem Gewerbe, Kulturschaffenden und weiteren Akteuren. Zentral ist dabei, dass **vor einer definitiven Institutionalisation eines City-Managements zunächst eine zwei bis dreijährige Projektphase** vorgesehen wird. In dieser Phase sollen Bedürfnisse, Rollen und Erwartungen aller Anspruchsgruppen erfasst, Kooperationen aufgebaut und erste gemeinsame Prozesse erprobt werden. Auf dieser Grundlage kann entschieden werden, in welcher Form eine dauerhafte Koordinationsstelle sinnvoll und finanziell tragfähig ist.

Diese **Projektphase** kann entweder **extern begleitet** werden, durch **stadtinterne Ressourcen** getragen oder von einem **Bündel bereits aktiver Vereine und Organisationen** in Wädenswil koordiniert werden. Erfahrungsgemäss braucht jedoch auch ein solcher Prozess eine klar verantwortliche Person oder Stelle – **ein\*e Kümmerer\*in** –, die moderiert, vernetzt und den kontinuierlichen Austausch sicherstellt. Entscheidend ist, das Projekt an die Hand zu nehmen, und dass der **Stadtrat das nötige Commitment signalisiert und aktiv mitmacht**.

Für die Umsetzung der Projektphase ist ein **formeller Projektauftrag** des Stadtrats erforderlich. Dazu ist ein Antrag an den Stadtrat auszuarbeiten, der insbesondere die Finanzierung der zeitlich befristeten Projektphase regelt. Vorgesehen ist eine externe Begleitung mit einem niedrigen

Pensum (ca. 20 %). Der Bereich Planen und Bauen wird von der Stadtentwicklungskommission gebeten, die in der vorliegenden Strategie formulierten Massnahmen zu sichten und in ein Pflichtenheft für die externe Begleitung zu überführen, soweit diese nicht bereits durch bestehende städtische Ressourcen abgedeckt sind.