



Bezirk  
Küssnacht

## Amtlicher Bericht aus dem Rathaus

Bezirk Küssnacht  
Seeplatz 2/3, Postfach 176  
6403 Küssnacht am Rigi

Telefon: 041 854 01 81  
Telefax: 041 850 15 49

bezirk@kuessnacht.ch  
www.kuessnacht.ch

### Neue Zentrumsgestaltung Küssnacht

# Für den Detailhandel und die Gastronomie lohnt es sich, die Chance zu packen und am gleichen Strick zu ziehen

Mit der neuen Zentrumsgestaltung Küssnacht wird ein wesentlicher Teil des Verkehrs auf die Südumfahrung verlagert. Der mögliche Wegfall von potenziellen Kunden wird von Vertretern des lokalen Gewerbes kritisiert. Das Ressort Planung, Umwelt und Verkehr des Bezirks Küssnacht erkundigte sich im Kanton Aargau und beim Schweizerischen Netzwerk Altstadt nach den Erfahrungen. Fazit: Der lokale Detailhandel und die Gastronomie stehen einerseits vor grossen Herausforderungen, andererseits bieten sich ihnen aber auch neue Chancen.



Mit der Südumfahrung erhält Küssnacht ein Bauwerk, welches die Zukunft der Einwohnerinnen und Einwohner von Küssnacht wesentlich beeinflussen wird. Welche Zukunft die Umfahrung bringt, wird teilweise kontrovers diskutiert. Viele freuen sich über die neuen Möglichkeiten, welche sich durch die Umfahrung ergeben. Andere, wie zum Beispiel einzelne Detailhändler oder Gastronomen im Dorfkern, befürchten einen Rückgang der Kunden und somit finanzielle Einbussen. Doch – wie sind die Erfahrungen in anderen Dörfern, in denen der Verkehr wegen einer Umfahrung vor Jahren markant abgenommen hat?

«Die Kunst besteht darin, den Verkehr bis dicht ans Zentrum zu führen, nicht aber hindurch.»

Paul Hasler  
Netzwerk Altstadt

**Das Beispiel von Döttingen und Klingnau**  
Die Gemeinden Döttingen und Klingnau (AG) werden seit den 90er-Jahren umfahren. Die Ängste der Bevölkerung und des Gewerbes seien unbegründet gewesen, meint René Utiger, Präsident des Gewerbevereins Aaretal-Kirchspiel. Der Nahverkehr fahre heute zwar immer noch durch Klingnau. Der Transitverkehr weiche aber auf die Umfahrung aus. Man spüre den Druck aus dem Ausland und den umliegenden Grosszentren wie z.B. Baden.

**Die Attraktion von Einkaufszentren**  
Joe Purtschert, Geschäftsführer des «Rigi Sport» an der Chlausjägergasse in Küssnacht, hat im Rahmen

«Die Bewohner sind nicht mehr so stark im Ort verwurzelt und viel mobiler.»

Joe Purtschert  
Geschäftsführer «Rigi Sport»

einer Standortevaluation 2014 den Einkaufsort Küssnacht untersuchen lassen. Er kann ähnliches feststellen. «Bereits seit der Ankündigung des Baus der «Mall of Switzerland» können Investitionstätigkeiten der Einkaufszentren beobachtet werden. Man will bereit sein, wenn die Mall öffnet.» Die Verbesserungen der Einkaufsmöglichkeiten in der Umgebung führen dazu, dass die Bevölkerung mehr ausserhalb von Küssnacht einkauft. Insbesondere das Einkaufen auf dem Arbeitsweg und somit nahe an den Verkehrsachsen sei spürbar.

**Gefahrlos flanieren, dichtes Angebot**  
Muss denn der Ortskern Teil des Arbeitsweges sein und durchfahren werden können? Paul Hasler vom Netzwerk Altstadt der Schweizerischen Vereinigung für Landesplanung (VLP-ASPAN) meint: «Ein attraktiver Ortskern ist angewiesen auf einen verkehrsberuhigten Bereich, wo man gefahrlos flanieren kann und ein dichtes Angebot an Geschäften findet. Gleichzeitig sind viele Kunden mit dem Auto unterwegs. Die Kunst besteht darin, den Verkehr bis dicht ans Zentrum zu führen, nicht aber hindurch. Wenn die Kunden weiterhin Einkaufszentren und Internethandel favorisieren, wird es für den klassischen Detailhandel zusehends schwieriger, sich in einem kleinen Regionalzentrum wie Küssnacht zu halten.»

**Abwanderung an den Siedlungsrand**  
Es sind viele Faktoren, welche heute das Gewerbe beeinflussen. Neben dem Internethandel gelten die wachsende Mobilität und die Nachfrage nach einem breiten Angebot und entsprechendem Flächenbedürfnis als grosse Herausforderung. Viele Gewerbebetriebe finden dies nur noch am Siedlungsrand. Hasler: «In kleinen Regionalzentren wie Küssnacht befinden sich der Detailhandel oder die Ladenflächen eher in einem Konzentrations- statt in einem Ausdehnungsprozess. Es macht also keinen Sinn, neue Lagen als Zentrum aufzubauen, nur weil man dort Parkplätze machen kann.» Auch Küssnacht hat bereits Detailhändler wie zum Beispiel Aldi und Lidl ins periphere Industriequartier Fänn verloren. Joe Purtschert stellt denn auch in Frage, ob Küssnacht noch das Einkaufsdorf der Region ist. Seit einiger Zeit sei ein Frequenzrückgang im Ortszentrum spürbar. Die Bewohnerinnen und Bewohner seien nicht mehr so stark im Ort verwurzelt und viel mobiler. Aus seiner Sicht ist daher besonders für Verkaufsgeschäfte eine Konzentration auf einen Ort, welcher einfach erreichbar ist und über genügend Kurzzeitparkplätze verfügt, eine mögliche Massnahme.

**Coop und Migros als wichtige Stützen für das lokale Gewerbe**  
Die beiden Grossverteiler Migros und Coop im Zentrum von Küssnacht sind dabei eine wichtige Stütze. Sie müssen im Ort bleiben. Ziehen sie weg, büsst das ganze Dorf. Wichtig sei daher, dass man einfach

und schnell zu den beiden Grossverteilern gelange. «Die Bereitschaft, weite Wege zu gehen, sinkt. Man muss schnell hin und wieder weg können», betont Joe Purtschert. Mit dem Kreisel Nord im Ebnet werden Migros und Coop eine neue und schnelle Erschliessungsmöglichkeit erhalten. Dass die Bahnhofstrasse aufgewertet wird, kann den Geschäften der Umgebung zwar helfen. Aber auch dort muss die Zugänglichkeit gewährt sein.

«Mit Parkplätzen alleine macht man kein attraktives Zentrum.»

Paul Hasler  
Netzwerk Altstadt

**Viele Parkplätze als Rettung?**  
Wer hin und weg will, braucht Parkplätze. Also viele Parkplätze als Lösung? Paul Hasler wägt ab: «Es ist wichtig, dass alle die zweischneidige Rolle des Autos erkennen. Jeder nutzt es, alle regen sich über den damit erzeugten Verkehr auf. Und alle leiden darunter, nicht zuletzt mit dem Portemonnaie. Eine Umfahrungslösung ist eine teure Sache. Ob für jede Fahrt das Auto nötig ist, ist eine weitere Frage. Es ist im Interesse der Gemeinde und der Läden, dass möglichst viele Kunden ohne Auto ins Zentrum kommen. Jeder nicht genutzte Parkplatz schafft Platz für einen Kunden, der auf das Auto angewiesen ist. Man erweitert also seinen Kunden-

kreis, ohne dass man im Ortskern weitere Flächen für Parkplätze opfern muss. Man sollte die Läden auf möglichst engem Raum konzentrieren und dort die Aufenthaltsqualität erhöhen. Natürlich gehört da eine sinnvolle Menge Parkplätze in Gehdistanz dazu. Aber mit Parkplätzen alleine macht man kein attraktives Zentrum.»

**Traditionelle Events als Publikumsmagnet**  
Wie holt man denn die Leute wieder ins Zentrum? In Klingnau hat sich der Weihnachtsmarkt aus Selbstinitiative des Gewerbes als Traditionsevent etabliert. Küssnacht verfügt mit Events wie dem Offenen Sonntag und dem August-Mäart des Vereins Marktplatz Küssnacht über bekannte Veranstaltungen. Der verkehrsberuhigte Dorfkern bietet Raum für weitere Ideen. Zusammen mit der Umgestaltung dürfte eine gute Basis für ein attraktives Zentrum vorhanden sein. Paul Hasler: «Es ist ein Miteinander. Der Bezirk kann Verkehr und Aussenraum optimieren, das Gewerbe muss Angebot und Marketing im Griff haben.» Eine gute Zusammenarbeit sei die Grundlage für ein attraktives Zentrum. Andernfalls fahre der Kunde einfach einige Kilometer weiter zur Konkurrenz. Paul Hasler betont: «Es lohnt sich also, die Chance zu packen und gemeinsam am gleichen Strick zu ziehen. Eine Umfahrung und eine Neugestaltung sind ein guter Anlass, dem Zentrum neuen Schwung zu geben.»



Die Geschäfte im Dorfkern von Küssnacht stehen im Hinblick auf die Eröffnung der Südumfahrung vor grossen Herausforderungen. Ihnen bietet sich aber auch die Chance, die neue Zentrumsgestaltung für eine weitere Steigerung der Attraktivität des Einkaufsorts zu nutzen.