50 JAHRE

City Vereinigung Zürich

City 1967 VEREINIGUNG ZÜRICH 2017

Seit 50 Jahren engagiert sich die City Vereinigung Zürich für eine attraktive und lebenswerte Innenstadt.

Das bebilderte Buch vermittelt spannende Einblicke in diese Erfolgsgeschichte.

50 JAHRE

City Vereinigung Zürich

INHALT

Vorwort	**5**
Grusswort	**7**
Geschichte	**8**
Damalige Verkehrspolitik	**12**
Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten	**20**
Reflexionen	**22**
Publikumsattraktionen	**30**
Shopping in the City	**46**
Weihnachtsbeleuchtungen	**52**
Die Präsidenten und Geschäftsführer	**56**
Unsere Mitglieder	**58**
Elf Menschen	**68**
Befreundete Organisationen	**76**
Weitere Aktivitäten	**78**
Probleme des Detailhandels	**84**
Ausblick Detailhandel 2025	**88**
Grosser Dank	**93**

VOR WORT

von Milan Prenosil,
Präsident der City Vereinigung Zürich

Die City Vereinigung feiert ihr 50-Jahr-Jubiläum. 50 Jahre Einsatz für gute wirtschaftliche und politische Rahmenbedingungen für Gewerbe, Detailhandel und Gastronomie sowie für eine attraktive und lebenswerte Zürcher Innenstadt.

Dabei setzt der Dachverband verschiedener Strassen- und Quartiervereinigungen sowie einzelner Branchen- und Berufsverbände auf Kontinuität, Konstanz und Dynamik. Als Präsident erfüllt es mich mit Stolz und Freude, seit nun über acht Jahren der City Vereinigung vorzustehen, und ich werde nicht müde, gemeinsam mit unseren über 1350 Mitgliedern, welche für rund 60 000 Arbeitsplätze in der City stehen, die Zukunft der Stadt als Wirtschafts-, Einkaufs- und Begegnungszentrum zu fördern.

Vieles haben wir bereits erreicht und neue Herausforderungen harren unserer. In Zeiten des ausgeprägten strukturellen Wandels, nicht zuletzt auch wegen des bis dato schwachen Euros und der immer schneller fortschreitenden digitalisierten Welt, gilt es Wege und Formen zu finden, damit die Stadt am See mit ihrer beeindruckenden Geschichte und pulsierendem Leben auch in Zukunft wettbewerbsfähig gegenüber anderen Grossstädten bleibt.

Wir setzen uns aktiv für den Erhalt der lokalen Identität Zürichs mit seiner charakteristischen Kulisse und den hier ansässigen Traditionshäusern ein. Kunst und Kultur, Detailhandel, Gastgewerbe und Tourismus begegnen sich mit dem Ziel, durch unvergessliche Eindrücke zu begeistern und Besucher zu animieren, wieder zu kommen.

In Zusammenarbeit mit anderen Wirtschaftsverbänden, mit Behörden, Parlamentariern, Einwohnerorganisationen und nicht zuletzt mit den Medien wollen wir in der City von Zürich Rahmenbedingungen etablieren, welche die unternehmerische Initiative und Leistungsbereitschaft belohnen und erfreuliche Umsatz- und Ertragsentwicklungen ermöglichen. Auf die nächsten 50 erfolgreichen Jahre. Gemeinsam sind wir stark, gemeinsam bleiben wir dran!

Mit freundlichem Gruss

Milan Prenosil
Präsident City Vereinigung Zürich

GRUSS WORT

der Stadtpräsidentin Corine Mauch

Liebe Leserinnen und Leser

Beim Flanieren durch die Einkaufsstrassen und Gassen der Innenstadt erleben Zürcherinnen, Zürcher und Gäste aus der ganzen Welt eine grossartige Vielfalt an Läden, Restaurants und Dienstleistungsangeboten – von Traditionshäusern bis zu Pop-up-Stores. Es ist nicht zuletzt diese immense Vielfalt, die wir in der Stadt schätzen und die zur hohen Lebensqualität in Zürich beiträgt.

Der Detailhandel ist heute von starkem Wandel gekennzeichnet: Digitalisierung, sich veränderndes Konsumverhalten, aber auch die demografische Entwicklung wirken sich aus. Um die passenden wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und räumlichen Rahmenbedingungen schaffen zu können, befasst sich die Stadt Zürich mit den Konsum-, Detailhandels- und Nahversorgungstrends in der Innenstadt und in den Quartieren.

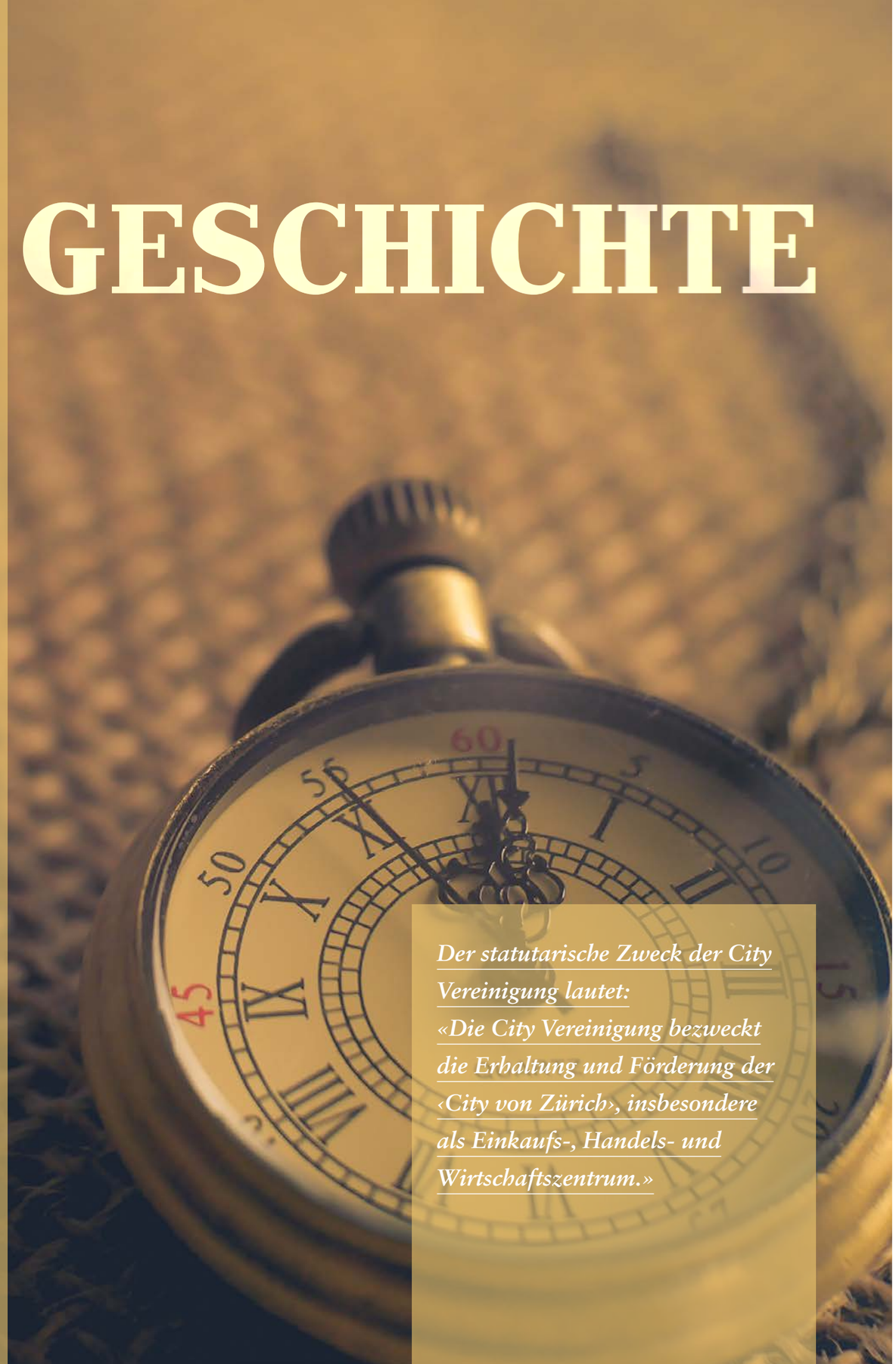
Die Stadt steht dazu schon seit vielen Jahren in einem engen Austausch mit der City Vereinigung Zürich. Der Stadtrat schätzt diese wertvolle Zusammenarbeit und die Inputs der City Vereinigung Zürich zur Entwicklung der Innenstadt.

Mit dem Projekt «Stadt der Zukunft» will die Stadtentwicklung Zürich der Frage auf den Grund gehen, wohin die Reise des Detailhandels führt und welche Herausforderungen daraus resultieren. Es werden Szenarien entwickelt zu den Auswirkungen des Umbruchs im Handel auf die Stadt Zürich. Auch dabei spielt der Dialog mit der City Vereinigung Zürich eine wichtige Rolle.

Im Namen des Stadtrats gratuliere ich der City Vereinigung Zürich herzlich zu ihrem 50-jährigen Wirken, ihrem Engagement für eine vielfältige und lebenswerte Innenstadt und freue mich auf eine weiterhin konstruktive und produktive Zusammenarbeit.

Corine Mauch
Stadtpräsidentin

GESCHICHTE



Der statutarische Zweck der City Vereinigung lautet: «Die City Vereinigung bezweckt die Erhaltung und Förderung der ‹City von Zürich›, insbesondere als Einkaufs-, Handels- und Wirtschaftszentrum.»

VORGESCHICHTE

Erste Schritte zur Gründung einer Dachorganisation

Am 20. Mai 1965 trafen sich im Hotel Elite an der Bahnhofstrasse verschiedene Vertreter des Detailhandels und der Dienstleistungen der Stadt Zürich. Das Treffen kam auf Initiative von Rechtsanwalt Dr. Richard Allemann zustande. Er schlug vor, die Kräfte der zum Teil bereits seit Jahrzehnten bestehenden Strassen- und Quartiervereinigungen sowie anderer Interessenverbände in der Stadt Zürich zu bündeln und gegenüber der Stadt und dem Kanton Zürich zu vertreten.

Unter dem Arbeitstitel «City Vereinigungen Zürich» trafen sich fortan Vertreter verschiedener Strassen- und Quartiervereinigungen, Branchenorganisationen sowie einzelner Waren- und Kaufhäuser zu Projektsitzungen und Gesellschafterversammlungen. Dabei formulierten sie verschiedene Arbeitsthesen zur Stadtentwicklung.

Im Protokoll der 2. Gesellschafterversammlung vom 29. Mai 1967 wurde folgende visionär anmutende Feststellung getroffen:

«Unser Land wird sich bei dem zu erwartenden europäischen Zusammenschluss nur dann behaupten, wenn wenigstens eine Stadt unseres Landes europäisches Format aufweist. Diese Stadt kann nur Zürich sein. Unter diesen Dimensionen ist unsere praktische Arbeit in Angriff zu nehmen.»

Gründungsmitglieder

- **Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse**
- **Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte**
- **Vereinigung Limmatquai/Marktgasse**
- **Vereinigung Bellevue-Center**
- **Vereinigung Löwenstrasse**
- **Verband Zürcherischer Kreditinstitute**
- **Gewerbeverband der Stadt Zürich**
- **Magazine zum Globus**
- **Grands Magasins Jelmoli S.A.**
- **Oscar Weber AG**
- **Neue Warenhaus AG**
- **Lebensmittelverein Zürich**

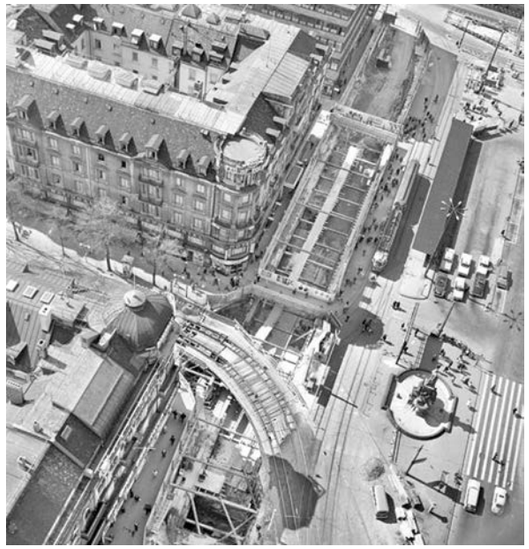
Gründung der Dachorganisation City Vereinigung Zürich

Am 21. September 1967 wurde die einfache Gesellschaft «City Vereinigungen Zürich» in einen Verein umgewandelt. An der Gründungsversammlung der neuen Dachorganisation «City Vereinigung Zürich» im Zunfthaus zur Waag nahmen zwanzig Vertreter von zwölf verschiedenen Organisationen teil. Anlässlich der Gründungsversammlung wurde ein zehnköpfiger Vorstand nominiert. Als erster geschäftsführender Präsident wurde Rechtsanwalt Dr. Richard Allemann gewählt.

VERFOLGUNG ERSTE ZIELE

Die Gründung der City Vereinigung fällt in eine Zeit, in welcher die Stadt Zürich sukzessive an Einwohnern und Arbeitsplätzen und damit auch an Kunden verlor. In der Zeit zwischen 1962 und 1975 nahm die Zahl der Einwohner um 50 000 ab und die Zahl der Arbeitsplätze schwand Anfang der 70er-Jahre im Zuge der Ölkrise rezessionsbedingt um ca. 15 000. Gleichzeitig wurden in der ständig dichter besiedelten Agglomeration nach dem Vorbild der US-amerikanischen Shoppingmalls grosse Einkaufszentren gebaut, z. B.

das Tivoli in Spreitenbach (1970) oder das Center Glatt in Wallisellen (1975), welche mit Werbebudgets in Millionenhöhe operieren konnten und mit tausenden von Gratisparkplätzen um Kunden warben.



Steigerung der Attraktivität der Innenstadt

Im Dezember 1975 veröffentlichte die City Vereinigung zwanzig Postulate. Sie formulierte ihre Vorstellungen für die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und gab Denkanstösse für weitergehende Diskussionen mit Behörden, Wirtschaft und Parteien. Die City Vereinigung drückte damit ihren Willen aus, die Bedeutung von Zürich als Wirtschafts- und Einkaufszentrum zu erhalten und zu fördern. Sie verlangte, dass die Innenstadt nicht nur durch den öffentlichen, sondern auch durch den Privatverkehr besser erschlossen und die Zahl der Besucherparkplätze markant erhöht wird. Weiter wurden die Schaffung einer urbanen Atmosphäre in Verbindung mit kleinstädtischer Ambiance sowie Massnahmen gegen eine weitere Abnahme der Wohnbevölkerung und gegen eine Abwanderung von Unternehmen gefordert. Zudem wurde die Bereitstellung zusätzlicher Arbeitsplätze im bisherigen Bürobereich verlangt.

Die Postulate, welche zum Teil heute noch Gültigkeit haben, lauteten in leicht gekürzter Form:

DIE 20 POSTULATE der City Vereinigung

1 Die Zürcher Innenstadt ist primär eine Stätte der Begegnung. Sie muss daher durch öffentliche und private Verkehrsmittel hervorragend erschlossen sein.

2 Es ist eine gute Zugänglichkeit zur Innenstadt sicherzustellen. Zu diesem Zweck muss der öffentliche Verkehr weiterentwickelt und der private Verkehr aufrechterhalten werden.

3 Die Zahl der täglichen City-Besucher und -Kunden soll erhöht werden. Verringert sich deren Zahl, so wird dadurch in erster Linie der Detailhandel betroffen.

4 Der Stadt ist ein umweltfreundliches Gepräge zu geben. Zu diesem Zweck ist ein Verkehrsring zu schaffen, der den Durchgangsverkehr kanalisiert und den Verkehr zwischen den Aussenquartieren umweltgerecht übernehmen kann.

5 Zur besseren Erschliessung der City mit öffentlichen Verkehrsmitteln gehört insbesondere der Ausbau der S-Bahnen und der dazugehörenden Bahnhöfe.

6 Die in die City führenden Radialstrassen und Querverbindungen sind offen zu halten, insbesondere die Uraniastrasse.

7 Die Zugänglichkeit der Innenstadt ist zu gewährleisten. Eine zu starke Beschränkung des motorisierten Individualverkehrs bewirkt die Abwanderung von City-Kunden und von Detailhandels- und Dienstleistungsbetrieben in die Agglomeration.

8 Für die City-Besucher und -Kunden sind in der Innenstadt und unmittelbar am Rand die Kurzzeitparkplätze zu vermehren.

9 Auf die Zu- und Auslieferdienste des Detailhandels ist gebührend Rücksicht zu nehmen.

10 Die in die Agglomeration abgewanderten 50 000 Stadtbewohner und die aus anderen Orten zugewanderten 100 000 Agglomerationsbewohner sind für die City als Kunden zu gewinnen.

11 Fussgängerbereiche sind dort zu schaffen, wo die entsprechenden Bereiche hoch frequentiert und durch Haltestellen des öffentlichen Verkehrs und eine ausreichende Anzahl von Parkplätzen in Gehdistanz gut erschlossen sind.

12 Es ist auf Sortimentsattraktivität und Sortimentsvielfalt zu achten. In der City sollen eine richtige Sortimentsmischung und ein angemessenes Verhältnis zwischen Waren- und Dienstleistungen bestehen.

13 Es ist dafür zu sorgen, dass in der Zürcher Innenstadt eine urbane und kleinstädtische Ambiance zu finden ist.

14 Anzustreben ist insbesondere eine ansprechende und elegante Gestaltung von Plätzen, Strassen und öffentlichen Anlagen. Die in einem «Hässlichkeitskataster» aufzuführenden Mängel sind Schritt um Schritt zu beseitigen.

15 Die Eröffnung und Erhaltung weiterer behaglicher Restaurationsbetriebe in der Innenstadt ist zu fördern. Der baulichen Ambiance ist besondere Beachtung zu schenken.

16 Eine weitere Abnahme der Wohnbevölkerung ist zu verhindern. In Fussgängerdistanz zur City ist vermehrt Wohnraum zu schaffen.

17 Der Dezentralisierung und der Auflösung innerstädtischer Funktionen und der Abwanderung von Unternehmen, Ausbildungsstätten und Kulturinstituten ist zu begegnen.

18 Zusätzliche Arbeitsplätze sind im bisherigen Bürobereich der Innenstadt durch Verdichtung und Mehrausnützung zur Verfügung zu stellen.

19 Die Ausnützung von Kellergeschossen ist für den Detailhandel vermehrt zuzulassen.

20 Es ist auf die Parallelität der Interessen der Stadtbewohner, City-Besucher und -Kunden, der städtischen und kantonalen Behörden und des innerstädtischen Detailhandels sowie der Dienstleistungsbetriebe hinzuweisen.

DAMALIGE VERKEHRS-POLITIK

Die Verkehrspolitik der Stadt und des Kantons Zürich war in den 60er-Jahren geprägt durch den Nationalstrassenbau und die städtebauliche Planung des Sihlraums. Geplant war die «Sihltiefstrasse» zwischen Allmend und Irchel zur unterirdischen Verbindung der beiden Autobahnen A3 und A1.

SCHAFFEN VON PARKRAUM

Das Hauptanliegen der neu gegründeten City Vereinigung war die Verbesserung der Parkplatzsituation in der Stadt Zürich. Wegen der damals rasant zunehmenden Motorisierung herrschte in der Stadt Zürich akuter Parkplatzmangel, denn es gab nur wenige öffentlich zugängliche Parkhäuser. Der Detailhandel befürchtete, dass die Autokunden – welche im Vergleich zu den mit öffentlichem Verkehr fahrenden Kunden eine ca. dreimal höhere Kaufkraft aufwiesen – in die neu entstehenden Einkaufszentren in der Agglomeration ausweichen würden.

Im Zusammenhang mit der städtebaulichen Planung des Sihlraums waren zahlreiche Grossparkierungsanlagen vorgesehen. Diese sollten direkt an das übergeordnete Strassennetz angeschlossen und von der Innenstadt in Gehdistanz zu erreichen sein. Geplant waren z. B. die Parkierungsanlagen Sihlhölzli (3000 Plätze), Kasernenwiese (4000 Plätze), Kasernenstallungen (800 Plätze), Sihlquai (2000 Plätze), Überdachung der Gleise beim Hauptbahnhof (3000 Plätze) sowie ein Ausbau des Central-Parkings (1700 Plätze). Es existierten sogar futuristisch anmutende Pläne, einzelne Parkings durch «people mover» – die aus Flughäfen bekannten Personentransportanlagen – mit der Innenstadt zu verbinden.

Planung und Bau von Parkplatzprovisorien

Nachdem sich der Bau der geplanten Sihltiefstrasse und somit auch der Bau der damit verbundenen Grossparkierungsanlagen verzögerte, nahm der Vorstand der City Vereinigung im Jahre 1968 die Planung von zwei Parkprovisorien über der Sihl in Angriff.

Als Vorbilder dienten die Mitte der 60er-Jahre auf Landreserven der Stadt Zürich errichteten beiden Parkings Escherwiese (heute Park Hyatt) und Sihlquai (heute Parking Hauptbahnhof).

Der Vorteil dieser in Stahlelementbauweise errichteten Parkings lag in einer preisgünstigen und kurzen Bauweise und im kostengünstigen Unterhalt, welche eine rasche Amortisation für die nur wenige Jahre bis zur Fertigstellung der Sihltiefstrasse geplante Betriebsdauer ermöglichten.

GRÜNDUNG CITY PARKHAUS AG

Am 9. Juli 1969 wurde die City Parkhaus AG gegründet. 104 Aktionäre aus dem Kreis der City Vereinigung, davon 68 in der City ansässige Detailhandelsfirmen und Dienstleistungsbetriebe, 6 Banken, 6 Warenhäuser und 24 Privatpersonen, brachten das Aktienkapital von 1,5 Mio. CHF auf. Als erster Präsident wurde Ständerat Dr. Fritz Honegger, damaliger Direktor der Zürcher Handelskammer und späterer Bundesrat, gewählt.

Rascher Bau der Parkflächen Stauffacherquai und Gessnerallee

Schon im Oktober 1969 konnte mit dem Bau und den Montagearbeiten für die Parkfläche Stauffacherquai auf der Sihlböschung vis-à-vis dem Tages-Anzeiger-Gebäude begonnen werden. Nach nur zehn Wochen Bauzeit konnte die 94 Abstellplätze umfassende Parkfläche Stauffacherquai am 17. Dezember 1969 eröffnet werden. Im August 1970 wurde die doppelstöckige Parkierungsanlage Gessnerallee (vis-à-vis Sihlpost) mit 345 Abstellplätzen eröffnet.

Beide Parkierungsanlagen wurden aus vorfabrizierten Teilen in Elementbauweise errichtet. Dies hatte neben tiefen Planungs- und Baukosten (ca. 5000 CHF pro Parkplatz) und einer sehr kurzen Bauzeit auch den Vorteil eines kostengünstigen Unterhalts.

«Nichts ist so beständig wie ein Provisorium.»

Die beiden Parkierungsanlagen Stauffacherquai und Gessnerallee waren lediglich als Provisorien gedacht. Sie beruhten auf einer wasserbaurechtlichen Konzession, welche der Regierungsrat für die Dauer von fünf Jahren ausgestellt hatte. Infolge der sich verzögernden Sihlraumplanung wurde die Konzession mehrere Male um fünf bzw. vier Jahre verlängert. Beide Parkdecks hatten letztlich 35 Jahre Bestand und wurden erst am Tag des am 9. Juni 2004 eröffneten Parkhauses Gessnerallee geschlossen und zurückgebaut. Wie Figura zeigt, hat in der Stadt Zürich nichts so lange Bestand wie ein Provisorium («Providurium»).

In der damaligen Zeit störte sich kaum jemand daran, dass die beiden Parkdecks den Flussraum in Anspruch nahmen. Erst viele Jahre später setzte sich auch seitens des Regierungsrates die Erkenntnis durch, dass der Sihlraum von den zweckmässigen, aber optisch störenden Einbauten befreit und die Parkierungsanlagen in eine definitive, unterirdische Lösung überführt werden müssen.

Verschärfung der Verkehrspolitik

Das Thema Luftverschmutzung und die medienwirksam verbreitete kollektive Angst vor dem Waldsterben führten in den 70er- und 80er-Jahren zu einem ideologischen Wechsel in der Verkehrspolitik. Die verkehrsfeindliche Haltung des nunmehr rot-grün dominierten Stadt- und Gemeinderats fand ihren Niederschlag in einer äusserst restriktiven Verkehrspolitik.

Scheitern weiterer Parkhausprojekte

Weitere von der City Parkhaus AG und der City Vereinigung unterstützte Parkhausprojekte (Limmat-Parking, Central-Parking, Parking Kulturinsel Gessnerallee) scheiterten am geschlossenen Widerstand aus dem links-grünen Lager bzw. am neuen Raumplanungsgesetz, welches eine strikte Trennung zwischen Bau- und Nichtbaugebiet einführte. So fiel das Projekt «Limmat-Parking», welches erstinstanzlich über eine Baubewilligung verfügte, letztlich einem Urteil des Bundesgerichtes zum Opfer, welches die Standortgebundenheit des Projektes verneinte.

Verkehrspolitischer Grabenkrieg

Die Verkehrspolitik schlug in den 80er- und den frühen 90er-Jahren in der Stadt Zürich hohe Wellen. Im Hinblick auf den Ausbau der S-Bahn setzte sich der Stadtrat dezidiert für eine Erschwerung der Zugänglichkeit für den motorisierten Individualverkehr und einen Abbau von Parkplätzen in der Zürcher Innenstadt ein. Ausfluss dieser Politik war ein schleichender Abbau von oberirdischen Parkplätzen. Gemäss statistischem Jahrbuch der Stadt Zürich wurden beispielsweise im Zeitraum zwischen 1982 und 1992 im Quartier City 236 öffentlich zugängliche Parkplätze ersatzlos aufgehoben. Nach Beendigung jeder Strassenbaustelle vermisste man einige Parkplätze. Stattdessen waren neue Trottoirnasen oder Glas-Recycling-Stellen am Strassenrand zu bestaunen.

Rückblickend gesehen war die damalige Situation grotesk. In der Stadt Zürich herrschte nicht nur ein Klima des gegenseitigen Misstrauens, sondern ein regelrechter verkehrspolitischer Grabenkrieg, mit der Folge, dass während vieler Jahre eine Pattsituation zwischen bürgerlichen und links-grünen Kräften herrschte. Es konnten weder dringend benötigte Parkhausprojekte realisiert noch Fussgängerzonen erweitert werden. Ein autofreier Rennweg wäre aus Sicht der City Vereinigung zwar wünschbar gewesen. Weil aber damit weitere siebzig Parkplätze ersatzlos aufgehoben worden wären, kam dies für den Detailhandel nicht in Frage.

HISTORISCHER KOMPROMISS

Volksinitiative für attraktive Fussgängerzonen

Die City Vereinigung versuchte, die politische Pattsituation zu beenden, indem sie zusammen mit dem Gewerbeverband der Stadt Zürich am 27. Januar 1992 die «Volksinitiative für attraktive Fussgängerzonen» lancierte. Ziel der Initiative war es, dass in den traditionellen Detailhandelsgebieten (City und Oerlikon) zusätzliche Fussgängerzonen auszuscheiden sind. Dies jedoch nur unter der Voraussetzung, dass vorgängig für jeden aufzuhebenden öffentlichen Parkplatz am Rande der Fussgängerzone Ersatz in neuen Parkierungsanlagen geschaffen wird. Durch die Lancierung der Initiative wollte der Detailhandel den negativen Folgen der bisherigen Verkehrspolitik – schleichender Parkplatzabbau in der Innenstadt ohne entsprechenden Realersatz in unterirdischen Parkierungsanlagen – endgültig einen Riegel vorschieben.

Gesprächs- und Esskultur als Brückenbauer

Der Vorsitzende der Verkehrskommission des Gemeinderates, SP-Gemeinderat Bruno Kammerer, hatte den Auftrag, einen Gegenvorschlag zur Initiative auszuarbeiten. Nach verschiedenen, bei italienischem Essen geführten Verhandlungen zwischen Gabriel Marinello, dem damaligen Präsidenten der City Vereinigung, und Bruno Kammerer – beide grosse Connaisseurs der mediterranen Küche und der entsprechenden Weinanbaugebiete – konnte Anfang 1996 ein tragfähiger Kompromiss erarbeitet werden.

Bruno Kammerer

Gemeinderat Zürich 1970–1998,
Präsident der Verkehrskommission 1988–1998

Von 1988 bis 1998 praktizierten die 21 Mitglieder der Verkehrskommission des Zürcher Gemeinderates bei ihren Beratungen eine partizipative Kommunalpolitik, welche sich an Lenins Modell der Räte orientierte. Bereits 1976 hatte die Jürgensen-Stadtentwicklungskommission dem Ratsplenum ein solches Verfahren vorgeschlagen. Die bei den einzelnen Vorlagen direkt betroffenen Personengruppen, Organisationen aus der Bevölkerung und der Wirtschaft sowie zugezogene Politiker bis zu Regierungsvertretern wurden zu den entsprechenden Kommissionsberatungen und Studienreisen in europäische Städte eingeladen und erhielten auch ein Antragsrecht. Die City Vereinigung erkannte das dynamische Potential einer solchen dialektischen Praxis und beteiligte sich an dieser Form der politischen Arbeit, welche sich im Laufe der zehn Jahre bis zum gemeinsamen kulinarischen Kochen weiterentwickelte. Das Resultat ist der «Historische Kompromiss», welcher nicht nur das Zählen von Parkplätzen, sondern in seiner Substanz die politischen Gegensätze in Dialogen fruchtbar machen bedeutet.

Inhalt des «historischen Kompromisses»

Das wichtigste Element des gemeinderätlichen Gegenvorschlages bildete die Tatsache, dass die Zahl der besucher- und kundenorientierten Parkplätze durch die Realisierung der Fussgängerzonen rückwirkend auf dem Stand von Februar 1990 belassen und somit nicht reduziert wird. Eine Aufhebung von oberirdischen, allgemein zugänglichen Parkplätzen musste in der Regel gleichzeitig mit neu zu schaffenden Parkierungsanlagen am Rande der Fussgängerzonen erfolgen.

Der im Mai 1996 verabschiedete Gegenvorschlag des Gemeinderates bewog die City Vereinigung und die übrigen Initianten, die Initiative zu Gunsten des Gegenvorschlages zurückzuziehen.

Wir gratulieren der City Vereinigung zum Jubiläum.

Gemeinsam bringen wir Energie in die Zürcher Innenstadt.

Ein Unternehmen der Stadt Zürich

ewz

UMSETZUNG DES HISTORISCHEN KOMPROMISSES

Dank des historischen Kompromisses gelang es, das politische Eis gegenüber einem Parkhausneubau auf dem Areal der Kasernenstallungen zu brechen. Vertreter der kantonalen Baudirektion und des städtischen Tiefbauamtes bezeichneten das geplante Bauvorhaben als einzige ersichtliche Alternative zum Ersatz der beiden provisorischen Parkierungsanlagen über der Sihl.

Stimmbürger brechen den politischen Widerstand

Der Gemeinderat der Stadt Zürich genehmigte im Juni 1997 den Eintrag der Parkierungsanlage Gessnerallee in den kommunalen Verkehrsrichtplan. Nachdem verschiedene Verbände (u. a. die Gruppierung «Züri autofrei», der VCS und die Grünen) das Referendum gegen den Gemeinderatsbeschluss ergriffen hatten, musste das Volk über die entsprechende Richtplanänderung befinden. Am 23. November 1997 hiessen die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger der Stadt Zürich die entsprechende Richtplanänderung mit einem überwältigenden Mehr von 70 % JA-Stimmen gut. Damit war die grösste politische Hürde genommen.

Bau des Parkhauses Gessnerallee

Gleichzeitig mit der Genehmigung des öffentlichen Gestaltungsplans am 4. März 1999 erteilte der Stadtrat von Zürich der City Parkhaus AG im Rahmen einer Konzession das Recht, im Strassenbereich der Gessnerallee eine viergeschossige, unterirdische Parkierungsanlage mit 620 Plätzen zu projektieren, zu bauen und zu betreiben. Nach Erteilung der Baubewilligung fand am 31. Januar 2002 der Spatenstich statt und nach etwas mehr als zwei Jahren Bauzeit konnte die Anlage am 9. Juni 2004 feierlich eröffnet werden.

Gleichzeitig mit der Eröffnung verschwanden an der Oberfläche in Nachachtung des historischen Kompromisses rund 600 Parkplätze, darunter die beiden Parkdecks Gessnerallee und Stauffacherquai. Mit der Aufhebung von rund vierzig Parkplätzen am Rennweg und in der Kuttelgasse konnte im gleichen Jahr die innerstädtische Fussgängerzone entsprechend ausgedehnt werden.

CP9.CH

Einkaufen ohne Parkplatzprobleme.

620 Plätze, 24 Stunden. 3 Minuten zur Bahnhofstrasse und zum Hauptbahnhof.

CITY PARKING
Das helle Parkhaus

Gessnerallee 14 8001 Zürich Tel. 043 497 26 54 info@cityparkingzuerich.ch

LIBERALISIERUNG DER LADEN-ÖFFNUNGSZEITEN

Die Mitglieder der City Vereinigung sahen sich in Bezug auf die Ladenöffnungszeiten jahrelang mit ungleich langen Spiessen konfrontiert: Während z.B. das im Jahre 1975 eröffnete Center Glatt in Wallisellen mit Ladenöffnungszeiten bis 20 Uhr aufwarten konnte, mussten die Geschäftslokale in der Stadt Zürich werktags bereits um 18.30 Uhr schliessen.

LIBERALISIERUNG DER LADENÖFFNUNGSZEITEN

1987

Auftrag an Vorstand zur schrittweisen Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten

Anlässlich einer ausserordentlichen Mitgliederversammlung vom 16. September 1987 wurde der Vorstand mit überwältigender Mehrheit beauftragt, sich im Rahmen von politischen Vorstössen für eine schrittweise Ausdehnung der Ladenöffnungszeiten einzusetzen.

1993

Der erste Anlauf zur Flexibilisierung der Ladenöffnungszeiten scheitert

In einem ersten Schritt lancierte die City Vereinigung mit Unterstützung der bürgerlichen Parteien und anderer städtischer Wirtschaftsorganisationen die Volksinitiative «für flexible Ladenöffnungszeiten». Sie verlangte, dass die städtischen Ladenlokale werktags bis 20 Uhr geöffnet werden können. An Samstagen sollte die bisherige Regelung des Ladenschlusses um 16 Uhr gelten und auch der donnerstägliche Abendverkauf bis 21 Uhr sollte beibehalten werden. Der Stadtrat von Zürich stellte der Initiative einen Gegenvorschlag gegenüber, welcher den Anliegen der Initianten weitestgehend entgegenkam. Nach der gemeinderätlichen Genehmigung des Gegenvorschlages zogen die Initianten die Initiative zurück. Am 26. September 1993 lehnten die Stimmberechtigten der Stadt Zürich die Vorlage des Stadtrates relativ deutlich ab. Die Abstimmungsniederlage bedeutete, dass der Detailhandel in der Stadt Zürich weiterhin gezwungen war, die Verkaufslokale um 18.30 Uhr zu schliessen. Demgegenüber tätigten die Einkaufszentren in der Agglomeration weiterhin mehr als 50 % der Tagesumsätze in der Zeit von 17 Uhr bis 20 Uhr.

1997

Im zweiten Anlauf erfolgreich

Eine vom Geschäftsführer der City Vereinigung mittels Einzelinitiative geforderte Regelung für ein Vorverlegen des Abendverkaufs auf den Dienstag, wenn der Donnerstag oder der Freitag auf einen Feiertag fallen, wurde im Januar 1996 vom Gemeinderat ohne Opposition genehmigt. Dieser kleine Vorstoss gab den Anschub für eine nochmalige Gesetzesrevision. Sie sah vor, dass die Ladenlokale werktags bis 20 Uhr (samstags bis 16 Uhr) offen gehalten werden können. An zwei Sonntagen in der Vorweihnachtszeit sollen die Verkaufslokale ausserdem von 11 Uhr bis 17 Uhr geöffnet werden können.

Die vom Gemeinderat freiwillig dem Referendum unterstellte Vorlage wurde am 23. November 1997 von den Stadtzürcher Stimmberechtigten mit grossem Mehr (46 022 JA – gegen 19 899 NEIN-Stimmen) angenommen. Dieser Liberalisierungsschritt wurde von den Kunden sehr gut angenommen und die Einkaufsfrequenzen (insbesondere in der Zeit zwischen 18.30 Uhr und 20 Uhr) nahmen an guten Passantenlagen im Citybereich merklich zu. Es konnte festgestellt werden, dass sich die Einkaufsgewohnheiten tendenziell eher zu den Abendstunden hin verschoben.

2000

Aufhebung der kommunalen Ladenschlussbestimmungen

Die kantonsrätliche Kommission befasste sich im Spätherbst 1999 mit einem regierungsrätlichen Vorstoss für eine totale Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten. Danach sollten alle Geschäfte im Kanton Zürich ihre Lokalitäten wochentags bis 23 Uhr offen halten können.
Am 24. September 2000 stimmten die Stimmberechtigten des Kantons Zürich der Revision des kantonalen Ruhetags- und Ladenöffnungsgesetzes überraschend deutlich mit 210 000 Ja-Stimmen gegen 166 000 Nein-Stimmen zu. Das am 1. Dezember 2000 in Kraft getretene Gesetz erlaubt allen Läden im Kanton Zürich, von Montag bis Samstag von 6 Uhr bis 23 Uhr und zudem an vier Sonntagen im Jahr offen zu halten. Mit der Gesetzesrevision fielen die einschränkenden kommunalen Ladenschlussbestimmungen dahin. Gleichzeitig wurde für die Läden in den Zentren des öffentlichen Verkehrs (d. h. im ShopVille im Hauptbahnhof, im Bahnhof Stadelhofen, im Bahnhof Enge sowie im Flughafen Kloten) eine formelle gesetzliche Grundlage geschaffen, um die Läden auch an Sonn- und allgemeinen Feiertagen offen zu halten.

RE FLEXIONEN

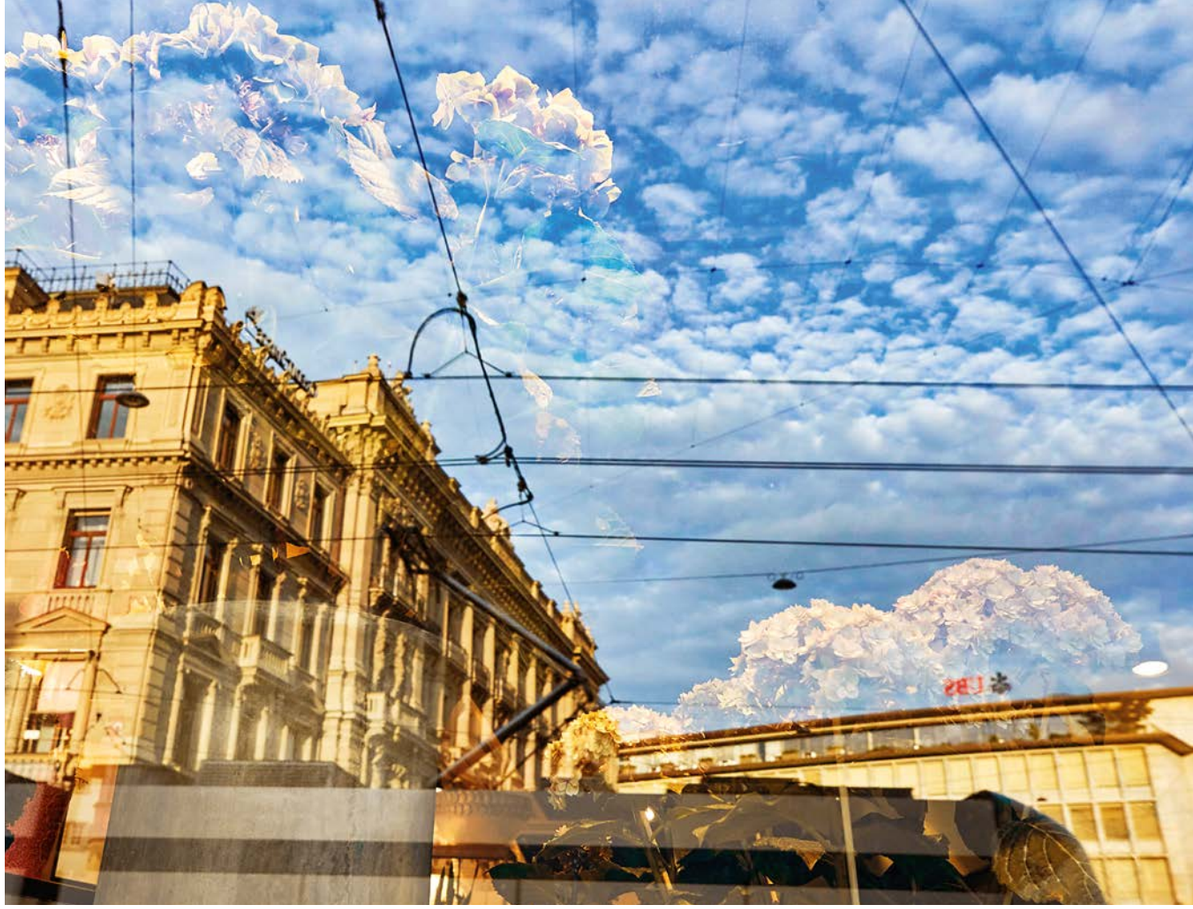
Wenn der Blick sich zwischen innen und aussen verliert.

Wer hat noch nie ein Schaufenster betrachtet und plötzlich sein Spiegelbild entdeckt? Eben waren die Gedanken noch beim ausgestellten Produkt und plötzlich schweifen sie ab zur eigenen Person. Sehe ich gut aus heute?

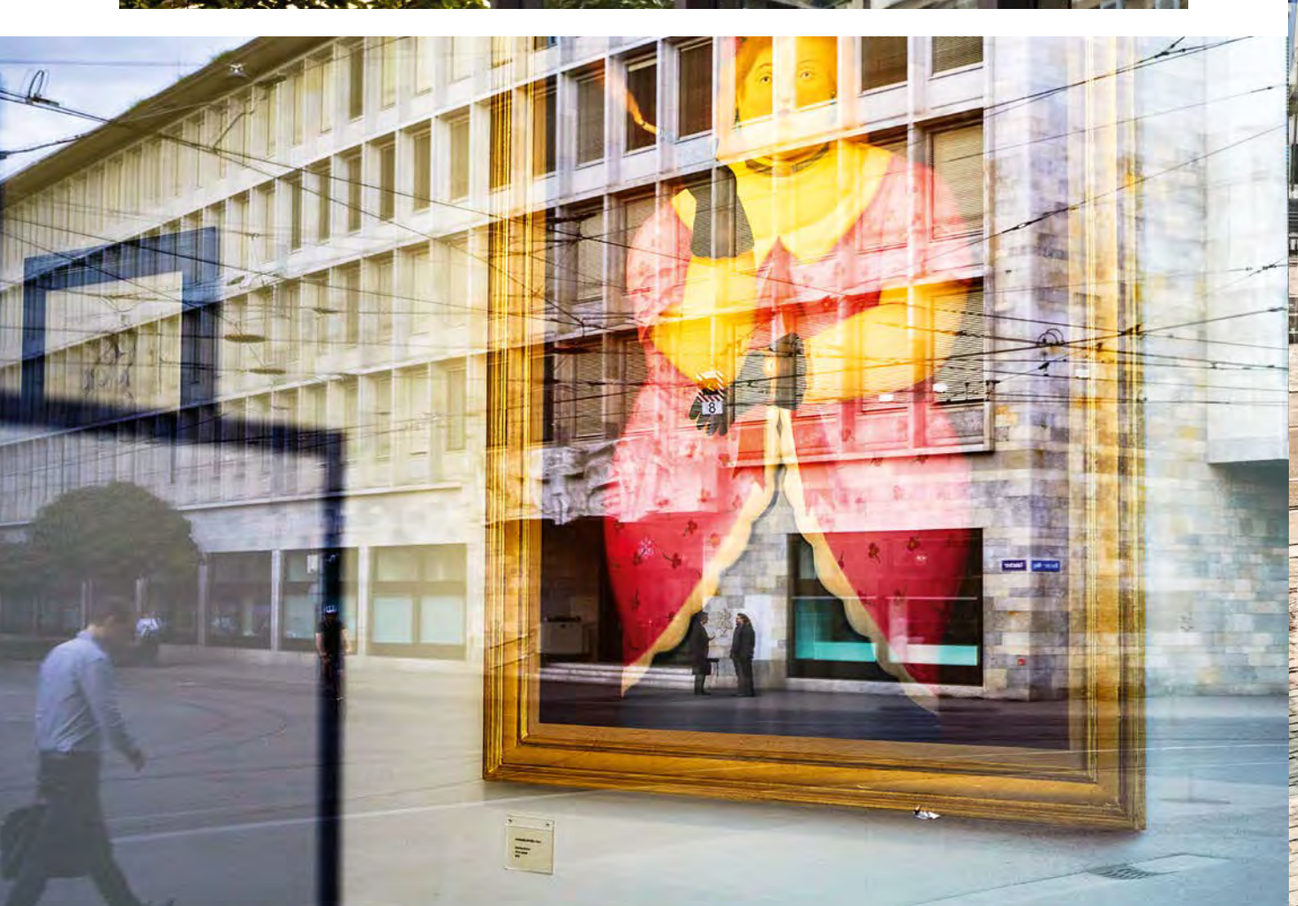
Reflexionen. Ein Wort mit zwei Bedeutungen, die sich scheinbar widersprechen. Ein innerer Prozess des Nachdenkens und gleichzeitig ein äusserer Prozess des Spiegelns. Tiefgang und Oberflächlichkeit vereint in einem Begriff. Genau diesen Gegensatz gilt es im Detailhandel täglich zu meistern.

Nur wer den Blick stetig nach innen richtet und sich kritisch hinterfragt, kann in einem sich verändernden Marktumfeld bestehen. Wer reflektiert, entwickelt neue Ideen und trägt damit selbst zum Wandel bei. Die Kunden sind dabei Spiegel und helfen, blinde Flecken zu erkennen, die im Prozess des Nachdenkens verborgen blieben. So entsteht Innovation durch Reflexion in seiner Doppeldeutigkeit.

Die Bildstrecke «Reflexionen» entstand in Zusammenarbeit zwischen CP9 und Reto Schlatter.



CENTRAL–
HOCHSCHULE



PUBLIKUMS-ATTRAKTIONEN

Eine der wichtigsten Aufgaben der City Vereinigung besteht darin, die Attraktivität und die Aufenthaltsqualität des Standortes Zürich mit publikumswirksamen Aktivitäten und Aktionen zu steigern. Ereignisse zu schaffen, welche die Innenstadt beleben, den Erlebnischarakter stärken und hunderttausende Besucher und Gäste aus dem In- und Ausland zu einer Reise nach Zürich anregen.

«Die Resonanz zu den von der City Vereinigung durchgeführten Publikumsattraktionen war durchwegs sehr positiv.»

LÖWEN-AKTION 1986

Im Zusammenhang mit der 2000-Jahr-Feier der Stadt Zürich liess sich die Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse etwas Besonderes einfallen. 400 künstlerisch gestaltete Züri-Wappentiere aus Polyester zierten im Sommer 1986 während dreier Monate die Zürcher Bahnhofstrasse und verwandelten die Flaniermeile in eine farbenfrohe Savanne.

Die in der Präsidialzeit von Richard Sprüngli von der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse lancierte Innenstadtaktion hat Jung und Alt begeistert. In der Schweiz wurde bis zu diesem Zeitpunkt noch keine vergleichbare Aktion realisiert.

PROMENALE ’93

Die von der City Vereinigung in Zusammenarbeit mit dem Chef Kulturpflege der Stadt Zürich entwickelte Idee hatte zum Ziel, das Thema «Japan» im Zusammenhang mit den Junifestwochen 1993 einer breiteren Bevölkerungsschicht näherzubringen und durch verschiedene Outdoor-Aktivitäten zu visualisieren. Die enge Zusammenarbeit zwischen der beauftragten Agentur, der japanischen Botschaft in Bern, der Präsidialabteilung sowie weiteren Verwaltungsabteilungen bot Gewähr dafür, dass mit der Dekoration der Zürcher Innenstadt vielseitige und gezielte Aspekte der japanischen Alltagskultur an die Öffentlichkeit hinausgetragen werden.

In der Zeit vom 10. Juni bis zum 31. August 1993 wurden in verschiedenen Strassen, in Gassen und auf Plätzen in der Zürcher Innenstadt abwechslungsreiche und interessante Aktionen und Attraktionen zum Thema «Japan» geboten. Beispiele:

Japan-Zelt auf dem Sechseläutenplatz

Eines der Highlights bildete das speziell für diese Aktion geschaffene Japan-Zelt auf der Sechseläutenwiese, welches sich in der äusseren Form an das bekannte «Heureka»-Eingangszelt anlehnte. Zusammen mit Zauberweltmeister Marco Tempest und vielen japanischen Künstlern wurden die Besucher in einem abendfüllenden Programm auf eine magische Zeitreise mitgenommen.

Im Foyer des Japan-Zeltes wurde die plakative Ausstellung «Japan-Schweiz 1:1» gezeigt, in welcher verschiedene Themen aus dem japanischen und dem schweizerischen Alltag in überraschender Gegenüberstellung dargestellt wurden.

Im Infoteil des Japan-Zeltes konnte man sich über alle Aktivitäten und Aktionen, die in den Kulturinstituten und auf den Strassen stattfanden, informieren und sich zu Japan-Erlebnissen in Zürichs Strassen und Schaufenstern animieren lassen.

Promenaleweg in der Innenstadt

Verschiedene Geschäfte und Restaurationsbetriebe setzten das Sommerthema um, indem sie eigene Interpretationen und Installationen in ihren Häusern und Schaufenstern realisierten und damit beim Bummel durch die Innenstadt überraschende Einblicke in die japanische Kultur vermittelten.

VBZ eröffnet Sushi-Linie

Auch die VBZ Züri-Linie konnte sich dem Japan-Fieber nicht verschliessen. Das attraktiv gestaltete Triebfahrzeug war für den Allwetterbetrieb bestimmt, der «Cabriolet-Anhänger» mit japanischer Ausstattung für die schönen Sonnentage geeignet. Das Japan-Tram bildete ein willkommenes und tolles Transportmittel für die zahlreichen City-Besucher.

Origami-Zoo an der Bahnhofstrasse

Auf der ganzen Länge der Bahnhofstrasse begegnete man lebensgrossen Tiergruppen mit Elefanten, Pfauen, Pinguinen, Robben, Kranichen, Schwänen und Giraffen. Als Inspirationsquelle diente Origami, die traditionelle Kunst des Papierfaltens. Die farbigen Figuren aus Chromstahl wurden nach Original-Papiervorlagen des japanischen Meisters Akira Yoshizawa angefertigt. In der Bahnhof-Vorhalle begrüsste ein Origami-Dino die ankommenden Gäste.

Die in die Junifestwochen 1993 integrierten Aktivitäten und Aktionen haben Publikum und Gäste begeistert.

ZÜRCHER KUH-KULTUR 1998

Im Jahre 1995 beauftragte die Generalversammlung der City Vereinigung Zürich den Vorstand, im Jahre 1998 eine neue, publikumswirksame und frequenzfördernde Sommeraktion durchzuführen, welche an den Erfolg der «Löwenaktion» (1986) anknüpfen sollte und bei der sowohl der öffentliche Raum als auch die Schaufenster des Detailhandels in Anspruch genommen werden sollten.

Der Vorstand beauftragte einen Projektausschuss mit der Ausarbeitung verschiedener Vorschläge, und von den drei unterbreiteten Projekten wurde die Aktion unter dem Titel «Land in Sicht – Auf nach Zürich!» zur Weiterbearbeitung ausgewählt.

Im Jahre 1996 hatte die Projektgruppe den schwierigen Auftrag, den Mitgliedsorganisationen und deren Mitgliedsfirmen ein Konzept zu unterbreiten, welches einerseits technisch und finanziell realisierbar war und andererseits in gestalterischer Hinsicht überzeugen konnte.

BRASSERIE LIPP RESTAURANT

Il y a toujours une bonne raison de faire la fête!

Die Brasserie Lipp gratuliert der City Vereinigung Zürich.

Uraniastrasse 9 | 8001 Zürich | www.brasserie-lipp.ch | +41 43 888 66 66

Zwei Jahre später waren die Vorarbeiten abgeschlossen und am Eröffnungstag ging am Bürkliplatz mit heimatlichem Geläut die Vorhut einer riesigen Kuhherde an Land. Ihre Ebenbilder schickten sich an, vom 28. Mai bis 10. September 1998 das Weideland der ganzen Innenstadt einen Alpsommer lang abzugrasen. Den Besuch der 850 lebensgrossen, kunstvoll herausgeputzten Kühe liessen sich tausende Besucherinnen und Besucher aus dem In- und Ausland nicht entgehen. Beispiele:

Ganz hoch hinaus

Mobil wie das Mobile sei der Geist Zürichs und seiner Freunde auf der ganzen Welt. In der Tat waren es vor allem geistige Regsamkeit und dauernde Innovationen, die Zürich zu dem gemacht haben, was es heute ist: eine kleine Weltstadt an der Limmat als schweizerische Metropole des Handels, der Kunst, der Presse und der Wissenschaften.

Die Zusammenarbeit zwischen Bundes- und kantonalen Bahnen, zwischen Privatbahnen, Bergbahnen und Schifffahrtsgesellschaften symbolisierte das weltgrösste Mobile in der originalgetreu renovierten, seinerzeitigen Ankunftshalle im Zürcher Hauptbahnhof. Munter baumelten die Kühe zwischen Niki de Saint Phalles Reiseengel und den in Lichtröhren umgesetzten Zahlenreihen von Mario Merz. In der Elmer Kuh sah man das Martinsloch, eine Gebirgslücke in den Glarner Alpen, durch die zweimal jährlich, Ende September und Anfang Oktober, die Sonne ihre morgendlichen Strahlen auf den Kirchturm von Elm wirft.

Milch macht Müde munter

Der Talacker galt als das sauberste Pflaster der Stadt, und der Schnittpunkt der Talackerstrasse mit der Peikanstrasse erhielt die für Zürich ganz neue, grossstädtische Form eines übereck gestellten Quadrates, im Volk von Anfang an «das Plätzli» genannt. Gottfried Keller rühmte mit feiner Ironie das noble Quartier der zu Geld gekommenen Seidenherren, wo sich weit und breit keine Schenke oder anderes Gewerbe finde und das Strassenpflaster reiner und weisser sei als sonst irgendwo in Zürich. Ausgerechnet diesen barocken Platz hatten die Ostschweizer Milchproduzenten zur Präsentation ihrer prachtvollen, mit ländlichen Szenen bemalten Kühe gewählt.

Das Traditionelle, in Verbindung mit Ideenreichtum und künstlerischem Können, wurde von weiten Kreisen attestiert und ist innert kurzer Zeit über die Grenzen von Zürich hinausgewachsen. Die Aktion wurde dutzendfach kopiert und weltweit von anderen Städten in gleicher oder ähnlicher Weise gezeigt.

Die am 28. September 1998 durchgeführte Versteigerung von 200 Kuhobjekten brachte einen nie erwarteten Gesamterlös von 1,4 Mio. CHF. Davon gingen über 370 000 CHF an wohltätige Institutionen.

Mit dieser Aktion hatte sich die Stadt Zürich als aktive, sympathische und lebenswerte Weltstadt profiliert.

Wir gratulieren der City-Vereinigung zu ihrem 50 Jahre Jubiläum.

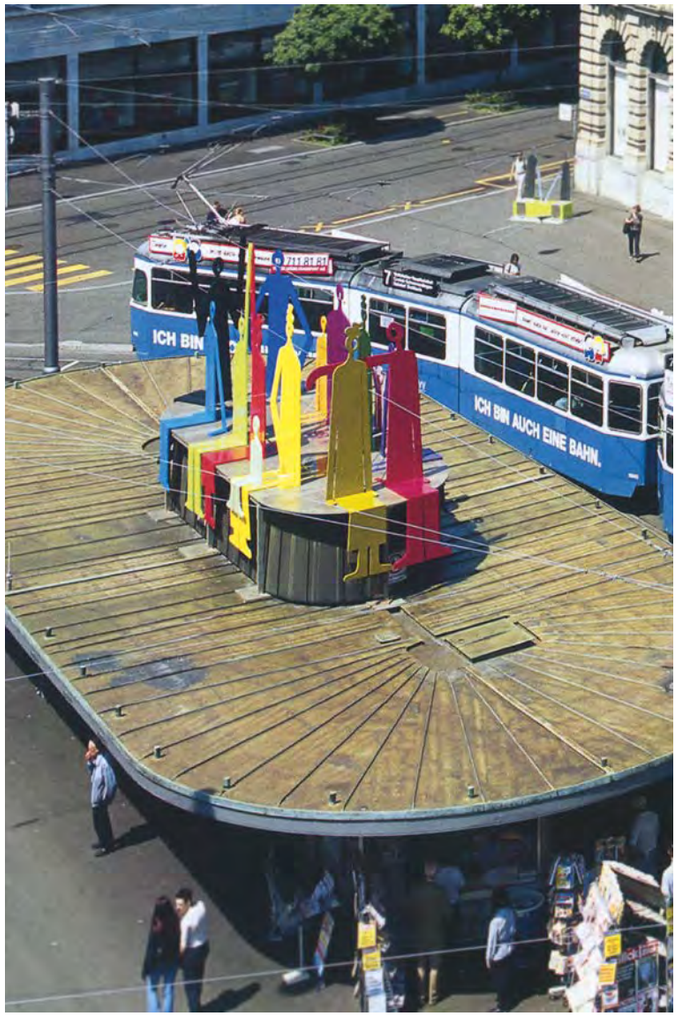
Wir bleiben an Ihrer Seite!

Die nahe Bank Zürcher Kantonalbank

BANKART – ZÜRICH 2001

Nach dem überragenden Erfolg der «Kuhaktion» und den durchwegs positiven Reaktionen der Medien und aus der Bevölkerung war die Erwartungshaltung an die City Vereinigung für die Durchführung einer neuen Innenstadtaktion sehr hoch.

Die Projektgruppe war gefordert, nach einem geeigneten Thema zu suchen, das erneut einen wesentlichen Bezug zur Stadt Zürich nachweisen konnte.



Von der Bankenstadt zur Stadt der Bänke – Eine Aktion, die sitzt!

Die Idee traf überall auf reges Interesse und Zustimmung, womit gewährleistet war, dass sich der Detailhandel und die verschiedenen Organisationen wiederum einbinden würden. Mit Wortkombinationen wie Sandbank, Schnitzelbank oder Bankgeheimnis war ein fast grenzenloser Spielraum für die Gestaltung der Bankobjekte gegeben. Die Objektwahl liess Raum für kreative Gestaltung. Beispiele:

Einen Höhepunkt unter der Vielzahl der Bänke bildeten die kunstvoll gestalteten Sitzgelegenheiten von «Stoneman». Waren sie nicht schon immer da, die beiden Herren mit Aktenkoffern, die sich steif und distanziert die Hände reichten? Oder der junge Geschäftsmann, der mit dem Laptop auf den Knien die nächste Sitzung plante? 56 Chromstahlfiguren spiegelten auf dem Paradeplatz Alltagsszenen wider. Die Chromstahlmenschen telefonierten, lasen Zeitung, waren dick oder dünn, gross oder klein, freuten sich oder liessen betrübt den Kopf hängen.

Die Bank der Verkehrsbetriebe Zürich vor dem Helmhaus liess die Werber vor Neid erblassen. Auf dieser Bank, in den Farben der öffentlichen Verkehrsmittel gehalten, stand: «Ich bin auch eine Kuh.» Der «Chocolate Dream» der Confiserie Sprüngli, eine Bank in Gestalt eines Schokoladenkuchens, sah so echt aus, dass manches Kind überrascht war, wenn es nach Holz griff. Auch der Stadtzürcher Verband der evangelisch-reformierten Kirchgemeinden hatte sich auf dem Hof der Kirche St. Peter mit der Bank «Genesis. Relax – The Power of Angel» präsentiert.

Die 1075 Bänke in bunten Farben und verspielten Formen, mit romantischen, idyllischen, lustigen und auch frechen Sujets luden vom 18. Mai bis zum 15. September 2001 die Betrachter zum Schmunzeln, zum Nachdenken und zum Träumen ein. Auf ihnen wurde gesessen, gegessen, diskutiert, debattiert, geschlafen, geschäftet, geflirtet, geküsst, gespielt, telefoniert oder gelesen – alles, was die Bänke hielten. Sie boten kleine Oasen des Innehaltens, ermöglichten Momente des Sicherholens und des Durchatmens.

Die Bänke wurden grösstenteils aus einheimischem Holz, welches der Orkan «Lothar» am 26. Dezember 1999 in unserem Land gefällt oder entwurzelt hatte, gefertigt. Mit dieser Aktion konnte ein kleiner, jedoch sinnvoller Beitrag zur Bewältigung der immensen Schäden dieses Jahrhundertsturms geleistet werden.

Auch diese Aktion war ein grosser Erfolg, der sowohl Kunstkritiker wie auch Touristen und Besucher zu begeistern vermochte.

TEDDY SUMMER – ZÜRICH 2005

Die von der City Vereinigung organisierten und durchgeführten Innenstadtaktionen hatten inzwischen Traditionscharakter angenommen.

Die Messlatte für eine weitere Aktion lag sehr hoch und auch die Ansprüche waren gestiegen. Das neue Projekt sollte wiederum viel Freude bereiten, auch Kinder ansprechen und in erster Linie Emotionen wecken.

Nachdem mit den über 1000 Bänken der Platz in der Stadt Zürich allzu stark ausgeschöpft worden war, war das Ziel, die nächste Sommeraktion in kleineren Dimensionen zu halten.

«Ich liebe Teddys – ich liebe Zürich.»

Mit dem Teddy wurde ein Objekt gewählt, das längst Kultstatus erlangt hatte, das dem Zeitgeschmack entsprach und mit dem sich Gross und Klein gefühlsmässig identifizieren konnte.

Die Geschichte des Teddybären: Teddybären kennt man bereits seit Anfang des 20. Jahrhunderts. Bis heute ist nicht eindeutig geklärt, wer den ersten Teddy erfunden hat. Diese Version möchten wir Ihnen nicht vorenthalten.

Im November 1902 ereignete sich folgende Geschichte: Der 26. Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika, Theodore Roosevelt, ein passionierter Jäger mit Spitznamen Teddy, musste in einem Grenzkonflikt zwischen den Bundesstaaten Louisiana und Mississippi vermitteln. Anlässlich eines Besuches an der Grenzlinie wurde eine Bärenjagd auf Grizzlybären angesetzt.

Der Präsidentenbesuch muss sich jedoch unter den Bären herumgesprochen haben, denn selbst nach tagelangem Suchen fanden die Treiber nur einen kleinen Bären, der seine Mutter verloren hatte. Er wurde gefangen und an einen Baum gebunden. Eiligst wurden der Präsident und seine Jagdgesellschaft über den Fang informiert. Als jedoch Theodore Roosevelt den kleinen Bären sah, weigerte er sich, diesen zu erschiessen.

In dieser Jagdgesellschaft befand sich auch der Korrespondent und Karikaturist der Washington Post namens Clifford Berryman. Seine Spezialität war es, seine Berichte durch Zeichnungen zu ergänzen. Er hatte schon mehrmals die Jagdleidenschaft des Präsidenten aufs Korn genommen. So erschien am 16. November 1902 die Geschichte über die nicht stattgefundene Bärenjagd. Die Leser lachten über den Präsidenten, hatten jedoch auch grosses Verständnis für seine Handlung.

Herzlos müsste sein, wer die neue Sommeraktion nicht zum Herzerwärmen findet.

Mit kleinem Speckbauch, pummeligem Po und einem immerwährenden Lächeln wurden die 650 Teddys in der Zeit vom 23. Mai bis zum 18. September 2005 umarmt, geknuddelt, ins Herz geschlossen und fotografiert – sogar entführt. Und auf einzelnen Zürcher Trams hatten sich die Teddys einen Sommer lang einen echten Spitzenplatz erobert.

Mit dem Teddy Summer landete die City Vereinigung Zürich wiederum einen Volltreffer und erreichte damit, die Stadt Zürich als weltoffen, sympathisch und familienfreundlich hinauszutragen.

GARTENCITY – ZÜRICH 2009

Bei der Planung der neuen Innenstadtaktion wurde beschlossen, dass die Gestaltung der Töpfe im Gegensatz zu den früheren Aktionen höheren künstlerischen Ansprüchen genügen mussten und keine Firmenlogos und Werbeschriftzüge akzeptiert würden. Im Zentrum der Aktion standen nicht zufällig die Pflanzen. Sie sollten das Image Zürichs als attraktive und naturnahe Stadt unterstreichen und im Einklang mit dem Zeitgeist stehen.

Das Hauptziel dieser Aktion war, die Pflanzen und Gefässe in den Mittelpunkt zu stellen. Die Gehölze stammten aus Schweizer Baumschulen und die angebrachten Schilder erläuterten ihre Geschichte. So wurden dem Betrachter auf unterhaltsame Art bekannte und weniger bekannte Gewächse wie der Trompetenbaum, der Japanische Hartriegel, der Blumenhartriegel, der Perlmuttstrauch, die Strauchkastanie und viele andere mehr nähergebracht.

Eine Stadt in voller Pflanzenpracht: Zürich zeigte sich einen Sommer lang von einer ihrer schönsten Seiten: blühend, gedeihend, sich mit den Jahreszeiten verändernd. Vom 18. Mai bis zum 19. September 2009 bereicherten die 300 kunstvoll gestalteten Topfobjekte, bestückt mit über dreissig verschiedenen Gewächsen, das Stadtbild von Zürich. Beispiele:

ShopVille aus der Vogelperspektive

Als den Passanten und Besuchern im ShopVille-Zürich Hauptbahnhof einen Sommer lang schräge Vögel und komische Käuze ins Auge stachen, lag dies weniger an seltsamen Gestalten, die dort Zuflucht suchten, als vielmehr an den «Artgenossen» des Künstlers Birdman alias Hans Langner, welcher sich seit vielen Jahren von der Vogelwelt inspirieren lässt.

24 Pflanzentopfobjekte mit unzähligen Vögeln konnte der aufmerksame Besucher auf dem ganzen Areal vom ShopVille-Zürich Hauptbahnhof entdecken; farbenfrohe Töpfe mit ebensolchen gefiederten Wesen darauf, die im Schatten der Pflanzen Passanten beäugten, Nester bauten, einfach nur dastanden oder sich in die Lüfte erhoben. Mit wenigen Pinselstrichen gemalt, entfalteten sie eine grosse Wirkung.

Graffitikunst am Paradeplatz

11 international bekannte Graffitikünstler gestalteten das gemeinsame Projekt der Anrainer des Paradeplatzes.

Ursprünge von Graffiti: Graffiti ist ein Sammelbegriff für Bilder und Texte, die mit der Sprühdose gestaltet werden, und bezeichnet in erster Linie illegal oder legal gesprühte Bilder, sogenannte «pieces», auf Gebäuden, Betonmauern und anderen grossflächigen Objekten. Was bedeuten zum Beispiel «End to End» oder «Window-down»? Beides sind bemalte Flächen auf Zügen. Kein leichtes Unterfangen für die Künstler, die 22 Blumentöpfe zusprayen.

Was war das Besondere an dieser Aufgabe?

«Einen Blumentopf zu besprühen, ist wirklich nichts Cooles, das spürte ich immer wieder, wenn ich jemandem vom Projekt erzählte. Als aber diese Monstertöpfe eintrafen, änderte ich meine Meinung.»

«Der Reiz liegt für mich darin, dass so ein Topf eine ganz andere Form hat, als ich sonst so bemale. Die Kunst liegt darin, eine logische Verknüpfung zu finden, wenn man einmal um den Topf gemalt hat. Zu wissen, dass dieser Topf dann auf dem Paradeplatz in Zürich steht, beflügelt meine Arbeit.»

«Ich muss gestehen, dass mein Daumen wohl alle anderen Farben hat als Grün.»

«Ich halte Pflanzen für sehr wichtig in der Stadt. Sie beleben und erfreuen den, der sie sehen will. Eigentlich genau wie Graffiti im urbanen Umfeld.»

Blumen- und Gartenfreunde, Naturromantiker und Stadtbummler haben den botanischen und kreativen Aspekt begrüsst. Die blühende Gartenstadt mit den ideenreich gestalteten Töpfen wurde tausendfach fotografiert und trug eine schöne Botschaft in die ganze Welt hinaus.

IDEE-SUISSE wählte die Aktion zum Ideenfavoriten des Monats Mai 2008. Sie gratulierten den Initianten zu einer faszinierenden Idee und hielten fest, dass die kunstvolle und dem ökologischen Zeitgeist entsprechende, kreative Aktion Leute aus nah und fern erfreuen werde.

Trotz vieler Sachbeschädigungen (Vandalen beschädigten nachts dutzende Objekte) wurde die Sommeraktion als wunderbare Geschichte betrachtet.

AUFSEHEN! 2015

Die Zeit war gekommen, etwas Neues zu wagen! Das Ziel der City Vereinigung war unverändert: der Bevölkerung und den Besuchern Freude zu bereiten, Zürich bunt und attraktiv zu gestalten, die Stadt, die Räume und Plätze ins Geschehen einzubinden und mit kreativen Inhalten zu bewerben. Es sollte jedoch ein völlig neu ausgerichtetes Ereignis werden, das die Zürcher City in den Sommermonaten belebt, den Alltag mit kreativen Werken bereichert und die Besucher und Kunden aus dem In- und Ausland begeistert.

Der Fragenkatalog an die Projektgruppe war sehr lang:

- Auf welche Weise sollte die City Vereinigung einen ihrer Hauptaufträge erfüllen, möglichst viele Besucher aus dem In- und Ausland in unsere schöne Stadt zu bringen, damit unser Detailhandel, die Gastronomie, die Hotellerie, der Standort Zürich davon einen Nutzen haben?

- Wie kann der zur Verfügung stehende Raum einmal anders als am Boden genutzt werden? Können Gebäude oder Gebäudeteile mit den Inhalten eines Sommerfestivals verwoben werden?
- Ist ein solches Unterfangen überhaupt wirtschaftlich und von der Bewilligungsseite her machbar?
- Bringen wir genügend Interessenten, genügend Inhalte zusammen, um ein qualitativ wertiges Festival auf die Beine zu stellen? Zumal anders als bei den früheren Aktionen sich einzelne Geschäfte vielleicht nicht mehr im Rahmen eines individuellen Auftrittes präsentieren könnten.

Aus diesem Prozess entwickelte sich eine enorme, kreative Energie und es entstand die Idee, Fassaden künstlerisch zu bespielen. Gebäudeteile, an welchen wir alle oft unser Leben lang vorbeigehen, -eilen, -hetzen und die wir nie wahrnehmen.

Das Projekt «AUFSEHEN!» nahm seinen Lauf. Beflügelt wurden die Verantwortlichen jeweils von den ausserordentlich positiven Reaktionen sämtlicher involvierter Instanzen, welchen das Projekt vorgestellt wurde.

Der Weg zum Sommerfestival war lang und äusserst anspruchsvoll. Aber alle, die sich während mehr als drei Jahren intensiv mit dem Projekt beschäftigten, haben immer an das gute Gelingen geglaubt.

TRANSPHERE SA
natürliche Eleganz
GRIEDER
brunschwig group
www.bongenie-grieder.ch

Die Zürcher City als Freilichtausstellung!

Zwischen der Konzeptentwicklung und der Ausstellung lagen drei intensive Jahre. Drei Jahre, in denen über 300 Präsentationen stattgefunden haben und intensive und interessante Gespräche geführt wurden. In denen zahlreiche Ideen entwickelt, die technischen Daten gerechnet, geprüft und getestet wurden.

Die Idee war einfach, der Effekt aussergewöhnlich: Die bisher wenig beachteten, oberen Fassadenteile von öffentlichen und privaten Gebäuden wurden durch visuelle Gestalter in Szene gesetzt: Die Fassaden dienten als Leinwand für Bilder, Projektionen und Visionen, für Fotografien und andere Darstellungen – von alten Meistern bis zu neuen Inspirationen. Durch die Vielfalt der verschiedenen und kreativen Werke präsentierte sich eine einzigartige Ausstellung hoch über dem Alltag.

Doch nicht nur Projekte mit «hochstehender» Kunst fanden Aufnahme im Sommerfestival: An der Fassade von Coop City St. Annahof prangte ein spielerisches Werk von Kindern mit einem riesigen Tatzelwurm. Beim Projekt «Knitted Parking» hatten über 200 in- und ausländische Strickerinnen die vier Abluftkamine des City Parkings an der Gessnerallee mit annähernd 250 000 Laufmeter verarbeiteter Wolle eingestrickt. Eines der aufwändigsten Projekte war der «Nation Walk» von Reiner Roduner, der vom Hauptbahnhof bis in die Europaallee reichte und Fotoporträts von Menschen aus 195 Nationen, die in der Schweiz leben, vereinte.

Zürich Tourismus bot im Rahmen ihrer Führungen «Altstadt Geschichten» zusätzliche Sommer-Specials an, in welchen verschiedene Projekte des Sommerfestivals angesteuert wurden. Für Gruppen, Privatpersonen und Journalisten bestand die Möglichkeit, private Stadtführungen zum Projekt AUFSEHEN! zu buchen.

In der ganzen Innenstadt – vom Hauptbahnhof bis zum Bellevue – sowie in den angrenzenden Stadtkreisen 2, 4 und 5 waren 36 einzigartige Werke von nationalen und internationalen Künstlern, aber auch von Nachwuchstalenten und Kindern zu sehen.

Ein neuer Weg, eine einzigartige Grossstadtaktion, die von den Medien, von Besuchern und Gästen durchwegs sehr positiv beurteilt wurde und international Interesse erweckte. Mit dieser, anders ausgerichteten Innenstadtaktion hat die City Vereinigung neue Massstäbe für Folgeaktionen gesetzt.

Impressionen vom Sommerfestival AUFSEHEN! 2015

SHOPPING IN THE CITY

Die Durchführung des Night Shoppings, der drei Sonntagsverkäufe im Advent und des verkaufsoffenen Berchtoldstags erfolgt seit 2012 unter der erfolgreichen Dachmarke «Shopping in the City».

SHOPPING IN THE CITY

Vorgeschichte

1995 reichte die City Vereinigung beim Polizeivorstand erstmals ein Gesuch um Durchführung eines Sonntagsverkaufes ein. Das Gesuch wurde damals unter Hinweis auf das Ruhebedürfnis des Verkaufspersonals in der Vorweihnachtszeit abgelehnt. Auf Druck der City Vereinigung klappte es dann zwei Jahre später: An den ersten zwei Sonntagsverkäufen vom 7. und 14. Dezember 1997 beteiligten sich im ganzen Citybereich über 400 Geschäfte.

Die beiden Sonntagsverkäufe wurden in der Zeit von 1997 bis 2010 mittels mehrfach wechselnder Labels, z. B. «Shopping-Zauber», beworben.

Vereinigung der Shopping-Events unter neuer Dachmarke

Mit der Einweihung der Weihnachtsbeleuchtung «Lucy» im Jahr 2010 wurde von der City Vereinigung erstmals ein Night Shopping bis 22 Uhr durchgeführt. Der Event ist seither fester Bestandteil am Tag der Inbetriebnahme der Weihnachtsbeleuchtungen, und tausende Besucher warten in der Bahnhofstrasse jeweils gespannt darauf, bis um 18 Uhr die Lichter eingeschaltet werden. Viele Geschäfte organisieren an diesem Abend spezielle Anlässe und Kundenapéros, bieten an zahlreichen Aussenständen Speisen, Getränke und Aktionen an. Auf Bühnen im ShopVille-Zürich Hauptbahnhof, an der Bahnhofstrasse (Höhe Bärengasse), am Löwenplatz, am Rennweg, am Hirschenplatz im Niederdorf und auf dem Vorplatz des Bahnhofs Stadelhofen präsentieren Nachwuchstalente ihr musikalisches Können.

Seit dem Jahr 2012 wird ein dritter Sonntagsverkauf im Advent durchgeführt. Die drei Shopping-Events (Night Shopping, Sonntagsverkäufe, Berchtoldstag) werden seither nicht mehr einzeln, sondern unter der bekannten Dachmarke «Shopping in Zürich» beworben. Damit sich auch internationale Touristen angesprochen fühlen, wurde für das Label bewusst die englische Sprache gewählt.

SHOPPING IN THE CITY

BILDUNG DACHMARKE

Neupositionierung: Die vorweihnachtlichen Sonntagsverkäufe, der Berchtoldstag und das Night Shopping sollten nicht mehr wie bis anhin mit viel Aufwand einzeln beworben, sondern unter einer Dachmarke vereint werden.

Im Juni 2012 wurde in einer Projektgruppe beschlossen, für die in früheren Jahren laufend wechselnden und unterschiedlichen Sujets bei der Bewerbung der vorweihnachtlichen Sonntagsverkäufe, dem Berchtoldstag und dem Night Shopping einen einheitlichen und modernen visuellen Auftritt zu schaffen.

Im präsentierten Konzept von CP9 wurde nebst Layoutvorschlägen für die künftige Bewerbung der Weihnachtsevents auch gleichzeitig die Idee für die Schaffung einer Dachmarke, unter welche alle von der City Vereinigung lancierten Aktivitäten gestellt werden könnten, vorgetragen.

Die Layoutvorschläge für die Bewerbung der Weihnachtsevents überzeugten durch die klare und aussagekräftige Sprache und durch die Farbgebungen mit Stil. Sie zeigten einen klaren Absender, fielen auf, profitierten gegenseitig von Synergien durch Wiedererkennbarkeit und wirkten plakativ. Ebenso wurde der neu einzuschlagende Weg für die Bildung einer Dachmarke für die Bewerbung der Shopping-Events der City Vereinigung gutgeheissen und realisiert. Damit sich auch die Touristen angesprochen fühlen, wurde das englische Wording «Shopping in the City» gewählt.

60 JAHRE
LUFTIG-LEICHTE
VERSUCHUNG.

Unsere legendären Luxemburgerli®
sorgen für unvergessliche Genussmomente.

spruengli.ch/shop

Confiserie Sprüngli seit 1836

Impressionen der Shopping-Events

NIGHT SHOPPING ZÜRICH

NIGHT SHOPPING

Der Publikumsmagnet zum Auftakt in die Adventszeit! Gemeinsames Einschalten der Weihnachtsbeleuchtungen um 18 Uhr, Shopping bis 22 Uhr, zahlreiche In- und Outdoor-Aktivitäten sowie Live-Musik auf Bühnen.

SUNDAY SHOPPING ZÜRICH

SUNDAY SHOPPING

Die verkaufsoffenen Sonntage! Eine willkommene Gelegenheit, die stimmungsvolle Adventszeit zu geniessen und von 11 bis 18 Uhr Weihnachtseinkäufe zu tätigen.

NEW YEAR SHOPPING ZÜRICH

NEW YEAR SHOPPING

Der erste Shopping-Event im neuen Jahr! Ab 2. Januar von 9 bis 20 Uhr mit der Familie, Freunden und Bekannten zum Bummel und zur Schnäppchenjagd in die Innenstadt.

WEIHNACHTS-
BELEUCHTUNGEN

Den Auftakt in die Adventszeit bildet jeweils das Einschalten der Weihnachtsbeleuchtungen in der Zürcher Innenstadt. Tausende Besucher und Gäste strömen nach Zürich und lassen sich vom Lichterglanz verzaubern.

WEIHNACHTS-BELEUCHTUNGEN IN DER BAHNHOFSTRASSE

Die City Vereinigung zeichnet für das Einholen der Bewilligung zum jährlichen Einschalten der Weihnachtsbeleuchtungen in der Zürcher Innenstadt verantwortlich. Diese werden jeweils am Donnerstag in der Kalenderwoche 47 eingeschaltet.

Für das Publikum, die Kunden und Gäste bildet insbesondere das Einschalten der Weihnachtsbeleuchtung in der Bahnhofstrasse ein spezielles Ereignis. Diese wird seit 1971 von der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse und ihren angeschlossenen Mitgliedsfirmen organisiert.

Lichterbaldachin

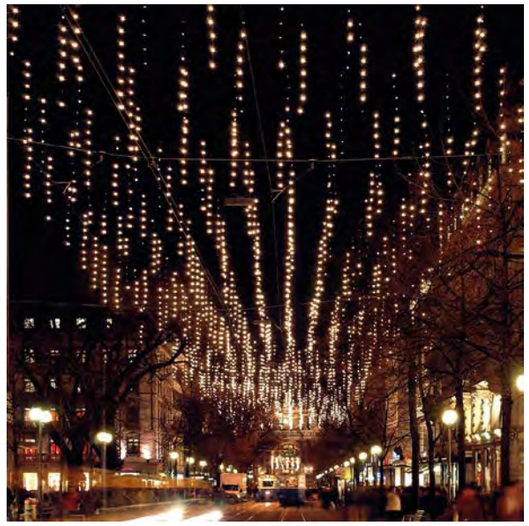
Der «Lichterbaldachin» mit seinen über 20 000 Lämpchen an 215 Girlanden mit je zwölf 2,5 m langen Lichterketten hatte nach über 30 Jahren ausgedient, und die schlichte wie geniale Weihnachtsbeleuchtung musste ersetzt werden.

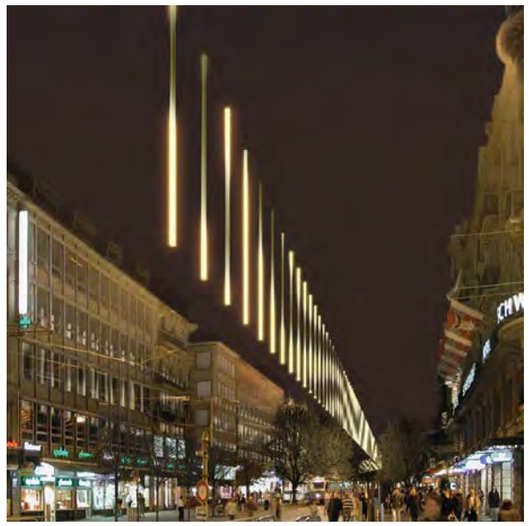
The World's Largest Timepiece

Eine Jury der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse hatte entschieden, dass als Nachfolger das Projekt «The World's Largest Timepiece», bestehend aus einem 1,1 km langen Band mit 315 stabförmigen Lichtkörpern, realisiert werden soll. Das Lichtkonzept wurde im Jahre 2005 zum 50-Jahr-Jubiläum der Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse in Szene gesetzt. Technisch gelungen durch die geometrische Strenge und das kalte Licht, jedoch nicht dem klassischen Bild einer Weihnachtsbeleuchtung entsprechend, musste auf Druck der Öffentlichkeit bald nach einer neuen Lösung gesucht werden.

Lucy

Seit November 2010 erstrahlt über der Zürcher Bahnhofstrasse wieder ein Sternenhimmel. «Lucy», benannt nach dem Beatles-Song «Lucy in the Sky with Diamonds», ersetzt das vorangegangene Projekt. Der 1,1 km lange Baldachin strahlt mit seinen über 23 000 Leuchtdioden wieder Wärme und Festlichkeit aus und vermittelt den Besuchern das Gefühl, unter einem fantastischen Sternenhimmel zu stehen.

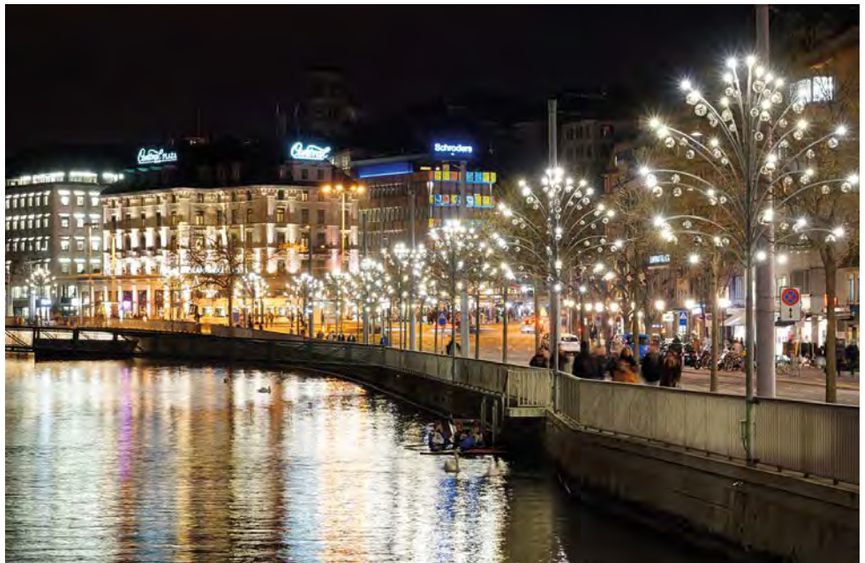




Rennweg ▲
Die tief hängenden Lichterketten in einer der ältesten Einkaufsstrassen von Zürich verbreiten eine zauberhafte Stimmung.

Stadelhofen ▲
Der Lichterbaldachin harmoniert mit den vom Architekten Santiago Calatrava geschaffenen Rundbogen.

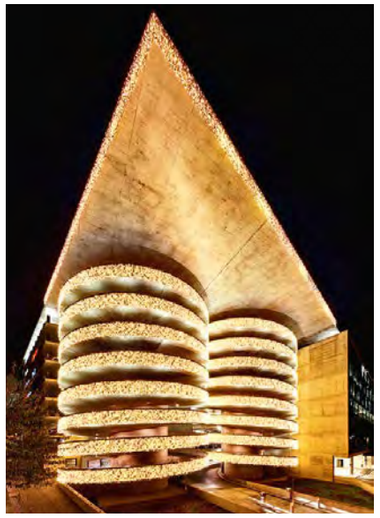
Shopville-Zürich Hauptbahnhof
Die mit Kristallsteinen bestückten Lichterketten verleihen den Passagen im Bahnhof weihnachtlichen Glanz. ▼



◀ ***Limmatquai***
Die Lichter der stilisierten Christbäume spiegeln sich im Wasser und verströmen eine zauberhafte Atmosphäre.

◀ ***Löwenstrasse***
Die originellen aus PET-Flaschen geformten Sternengirlanden verströmen ein festliches, warmes Licht.

Storchen-/Strehlgasse
Die mit Weihnachtssternen dekorierten Gebäude verleihen den engen Gassen einen speziellen Charme. ▼



Sihlcity ▲
Das prachtvolle, weihnachtliche Beleuchtungskonzept an den Parkhausrampen und dem Kamin bildet ein ganz spezielles Highlight.

◀ ***Europaallee***
Mit verschiedenen weihnachtlichen Motiven präsentiert sich die Europaallee in einem märchenhaften Licht.

DIE PRÄSIDENTEN UND GESCHÄFTS-FÜHRER

Die Führung der City Vereinigung Zürich ist über lange Zeitabschnitte hinweg geprägt von Kontinuität und Vertrauen. Dies trägt dazu bei, dass im Laufe der Jahre intensive, persönliche Kontakte zu Politikern sowie zu Behörden- und Wirtschaftsvertretern geknüpft werden können.

PRÄSIDENTEN

Dr. Richard Allemann
1967–1983
Rechtsanwalt. Initiant und strategischer Denker der City Vereinigung und der City Parkhaus AG. Ihm gelang es, die Interessen von Detailhandel und Dienstleistungsbetrieben zu vereinen und zu bündeln.

Dr. Hans Georg Lüchinger †
1983–1992
Rechtsanwalt und FDP-Nationalrat. Unermüdlicher Kämpfer für den Erhalt von Parkraum in der Stadt Zürich während der Zeiten des verkehrspolitischen Grabenkrieges in der Ära Koch.

Gabriel Marinello †
1992–1998
Selbsternannter «Grossgmüesler». Statt auf Konfrontation zu setzen, gelang es ihm, gemeinsame Ziele mit den städtischen Behörden zu formulieren und den «historischen Kompromiss» zu schmieden. Wegbereiter der Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten.

Robert Ober
1998–2009
Textilkaufmann. Erfolgreiche Umsetzung der liberalen Ladenöffnungszeiten im Kanton Zürich und in den Zentren des öffentlichen Verkehrs. Lancierung von publikumswirksamen Innenstadtaktionen mit Kühen, Bänken, Teddys und Blumentöpfen.

Milan Prenosil
Seit 2009
Verwaltungsratspräsident Confiserie Sprüngli AG. Erfolgreiche Umsetzung von Night Shopping und Christmas Shopping sowie der Innenstadtaktion AUFSEHEN!. Einführung interdisziplinärer Arbeitsgruppen bestehend aus Vertretern verschiedener Strassen- und Quartiervereinigungen. Setzt auf verstärkten Dialog und Zusammenarbeit mit Behörden und Politik.

GESCHÄFTSFÜHRER

Dr. Richard Allemann
1967–1987
Übte das Amt des Präsidenten und des Geschäftsführers in Personalunion aus (vgl. Hinweise unter «Präsidenten»).

Lic. iur. Andreas Zürcher
Seit 1987
Rechtsanwalt. Umsetzung der liberalen Ladenöffnungszeiten und des «historischen Kompromisses». Beharrlicher Verfechter von verkehrspolitischen Anliegen. Initiant des «City-Weihnachtsmarktes» in der Linth-Escher-Gasse. Erfolgreiche Planung und Umsetzung der Innenstadtaktionen.

UNSERE MITGLIEDER

Stimmberechtigte Mitglieder der City Vereinigung sind statutengemäss die angeschlossenen Strassen- und Quartiervereinigungen, Branchen- und Berufsverbände, Warenhäuser und Grossverteiler sowie bedeutende Einzelmitglieder, z.B. Banken, Versicherungen und andere Dienstleistungsbetriebe.

STRASSEN- UND QUARTIERVEREINIGUNGEN, BRANCHEN- UND BERUFSVERBÄNDE

Einkaufszentrum ShopVille

Europaallee

GLD Geschäftsvereinigung Limmatquai-Dörfli

Mietervereinigung Bahnhof Stadelhofen

Sihlcity

Vereinigung Bellevue und Stadelhofen

Vereinigung Löwenstrasse Zürich

Vereinigung Münsterhof

Vereinigung Rennweg Geschäfte

Vereinigung Storchengasse Strehlgasse

Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse

Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte «PlusPunkt»

Zürcher Hoteliers

BEDEUTENDE DIENSTLEISTUNGSBETRIEBE

City Parkhaus AG

Credit Suisse AG

NZZ

SBB AG

UBS Switzerland AG

Zürcher Kantonalbank

Zurich Insurance Group Ltd.

WARENHÄUSER UND GROSSVERTEILER

Coop City St. Annahof

Migros City Shopping

Jelmoli

Globus

Manor

«1350 angeschlossene Mitgliedsfirmen mit 60 000 Arbeitsplätzen»

Dem Charakter eines Dachverbandes entsprechend vertritt die City Vereinigung auch die wirtschaftlichen und politischen Interessen der angeschlossenen Mitgliedsfirmen. Die Anzahl der «Mitglieder unserer Mitglieder» beträgt ca. 1400. Insgesamt sind die in der City Vereinigung angeschlossenen Mitgliedsfirmen und Gönner für rund 60 000 Arbeitsplätze im Bereich des Detailhandels und der Dienstleistungen in der Stadt Zürich verantwortlich.

Einkaufszentrum ShopVille

Das Einkaufszentrum ShopVille ist ein Verein im Sinne von Art. 60 ZGB und verfolgt den Zweck, die Interessen der im ShopVille-Zürich Hauptbahnhof zusammengeschlossenen Detailhandelsunternehmen und Dienstleistungsbetriebe zu vertreten und alle Fragen mit den Vermieterinnen (SBB AG/Liegenschaftenverwaltung Stadt Zürich) in einer einvernehmlichen Weise zu besprechen und zu regeln.

Wir bieten einen einzigartigen Standort, mitten im Herzen von Zürich, ein breitgefächertes Sortimentsangebot und verfügen über Öffnungszeiten, welche sich nach wie vor von weiteren Einkaufszentren abheben.
Mit publikumswirksamen Aktionen und Aktivitäten tragen wir diese Botschaft nach aussen und sind bestrebt, die Attraktivität vom ShopVille-Zürich Hauptbahnhof laufend zu steigern.

Gründungsjahr: 1998
Anzahl Mitglieder: 195
www.shopville.ch

Europaallee

Die Europaallee befindet sich direkt beim Zürich Hauptbahnhof und wächst noch bis 2020 weiter. Von acht Etappen sind fünf bereits fertiggestellt und in Betrieb.
Entlang der Europaallee, der Lagerstrasse und in der Europaallee-Passage setzt der neue, dynamische Stadtteil auf eine gute Durchmischung von Einkaufen, Verweilen, Studieren, Arbeiten und Wohnen. In den Erdgeschossen findet sich schon heute ein attraktives Nebeneinander von Shopping-, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie weiteren Verweilmöglichkeiten. Mit dem 25hours Hotel dockt die Europaallee an das lebendige Langstrassenviertel an.

Für einen spannenden Mix sorgt auch das neue Kulturhaus Kosmos u. a. mit sechs Art-House-Kinos. Kurz: Die Europaallee ist auf bestem Weg, ein belebtes Stadtviertel von Zürich zu werden.

Gründungsjahr: 2012
Anzahl Mitglieder: 14
www.europaallee.ch

GLD Geschäftsvereinigung Limmatquai-Dörfli

Die GLD bezweckt die Wahrung und Förderung der ideellen und wirtschaftlichen Interessen der Mitglieder.
Mit Öffentlichkeitsarbeit und der Durchführung von diversen Veranstaltungen in enger Zusammenarbeit mit anderen Organisationen ist es das Ziel, die Attraktivität des Raumes Limmatquai/Dörfli als Einkaufs-, Handels-, Wirtschafts- und Begegnungszone stetig zu steigern. Unter dem Namen Unternehmergemeinschaft Niederdorf schlossen sich 1968 Geschäftsleute aus dem Raum Niederdorf-Hirschenplatz zusammen. 1986 wurde daraus die Unternehmergemeinschaft Dörfli.

Im Jahre 1990 schloss sich die UGD mit der Vereinigung Limmatquai/Marktgasse, gegründet 1965, zur GLD zusammen. Die GLD fördert die Belebung der Altstadt und vertritt die Interessen ihrer Mitglieder gegenüber Behörden und Ämtern.

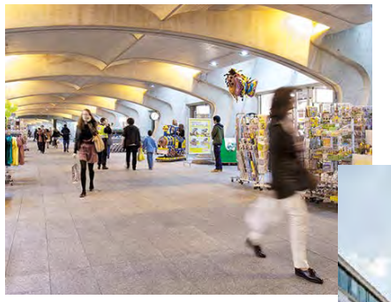
Gründungsjahr: 1990
Anzahl Mitglieder: 173
www.gld.ch

SBB CFF FFS

ShopVille-
Zürich HB,
an 365 Tagen
für Sie geöffnet.

sbb.ch/shopville

ShopVille Zürich Hauptbahnhof



MIETERVEREINIGUNG BAHNHOF STADELHOFEN

sihlcity
Alles fürs Leben.

VEREINIGUNG BELLEVUE UND STADELHOFEN

Mietervereinigung Bahnhof Stadelhofen

Der Verein verfolgt den Zweck, die Interessen der in der Mietervereinigung Bahnhof Stadelhofen zusammengeschlossenen Detailhandelsunternehmen und Dienstleistungsbetriebe zu vertreten und alle Fragen mit der Vermieterin, SBB AG, in einer guten und einvernehmlichen Weise zu regeln.
Der neue, nach den Plänen vom spanischen Stararchitekten Santiago Calatrava gestaltete Bahnhof ist einer der meistfrequentierten Bahnhöfe der Schweiz und ist ein wichtiger Knotenpunkt des Zürcher S-Bahn-Systems.
Es ist das Ziel, den Bekanntheitsgrad der stark vom Architekten geprägten Ladenpassage im Bahnhof Stadelhofen stetig zu steigern. Dabei mit gezielten Werbemassnahmen die Produktvielfalt und das Dienstleistungsangebot der über 20 Geschäfte, Restaurants und Takeaways in den Vordergrund zu stellen.

Gründungsjahr: 1989
Anzahl Mitglieder: 24

Sihlcity

Mit 80 Geschäften, 16 Restaurants, 16 Wohnungen, einem Kino mit 18 Sälen, einem Kultursaal, einem Fitnesscenter, einem Kinderparadies, einer Bibliothek, einem Ärztezentrum, einer Kirche und einem Hotel hat das Center jedem etwas zu bieten. Dank der guten Erschliessung ist Sihlcity mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Individualverkehr schnell und bequem erreichbar. Sihlcity verzeichnet heute eine Frequenz von durchschnittlich 24 000 Besuchern pro Tag und beschäftigt dabei auf 98 000 m² rund 2300 Mitarbeitende. Die Miteigentümergemeinschaft Sihlcity, Zürich, setzt sich zusammen aus der börsenkotierten Swiss Prime Site und fünf Immobilienanlagegefässen, die durch die Credit Suisse bewirtschaftet werden.
Zuständig für das Center Management des Urban Entertainment Centers ist Wincasa.

Gründungsjahr: 2007
Anzahl Mitglieder: 92
www.sihlcity.ch

Vereinigung Bellevue und Stadelhofen

Selbsterklärend lässt sich vom Namen unserer Vereinigung her auch deren Wirkungskreis benennen: Wir vertreten die Interessen der Anwohner sowie der Detailhandels- und Dienstleistungsunternehmen im Raum Bellevue-Stadelhofen. Eigentlich das, was sich die City Vereinigung für die ganze Stadt auf ihre Fahnen geschrieben hat. Dass sich diese nun im Jubiläumsschmuck präsentieren kann, ist Grund genug, ganz herzlich zu gratulieren!
Das Quartier erlebte einen markanten Aufschwung – der Bahnhof Stadelhofen hat durch die Anbindung ans kantonale S-Bahn-Netz Pendlerfrequenzen eröffnet, der neue Sechseläutenplatz Publikum gefunden.
Dank den Behörden ist das Leben auch ausserhalb von Ladenöffnungszeiten vielfältiger geworden, und durch den Calatrava-Neubau erhoffen wir uns zusätzliche Impulse. Das alles stimmt uns optimistisch für die Zukunft.

Gründungsjahr: 1968
Anzahl Mitglieder: 111
www.bellevue-stadelhofen.ch

HAPPY BIRTHDAY,
CITY VEREINIGUNG ZÜRICH!
Manor gratuliert ganz herzlich.

Zürich, Bahnhofstrasse
manor.ch

MANOR

Vereinigung Löwenstrasse Zürich

Wir fördern die wirtschaftlichen Interessen unserer Mitglieder und initiieren Massnahmen zur Positionierung der Löwenstrasse als Geschäftsstrasse. Unseren Mitgliedern bieten wir regelmässige Aktivitäten.
Im Juni 1965 wurde die Vereinigung gegründet mit dem Ziel, eine Rolltreppe von der Unterführung Bahnhof zur Löwenstrasse zu bauen.
1979 wurde die Studie «Löwenstrasse 2000» in Auftrag gegeben und diente als Grundlage für die Weiterentwicklung der Löwenstrasse mit Nebenstrassen. 1985 erfolgte der Umbau der oberen, 1990 der unteren Löwenstrasse.
Im November 1968 strahlte die erste Weihnachtsbeleuchtung, 2009 wurde die aktuelle Weihnachtsbeleuchtung eingeweiht.
Wir sind stolz darauf, eine Zürcher Vereinigung zu sein – verbunden mit Tradition und Geschichte. Wir sind stets offen für die Vielfalt des aktuellen Weltgeschehens!

Gründungsjahr: 1965
Anzahl Mitglieder: 47
www.loewenstrasse-zuerich.ch

Vereinigung Münsterhof

Die Vereinigung bezweckt, die Interessen der Anrainer des Münsterhofes zu vertreten. Sie setzt sich ein für eine gute Erschliessung des Münsterhofes sowie für Massnahmen, die der Aufwertung des historischen Platzes dienen. Im Jahr 2003 befürworteten die Stimmbürger einen autofreien Münsterhof. Die Vereinigung setzt sich im Dialog mit der Stadt Zürich dafür ein, dass der im Jahr 2015 umgebaute Platz eine neue und attraktive Identität erhält, um ihn zu einem Anziehungspunkt zu machen und die Aufenthaltsqualität zu steigern. Die Vereinigung Münsterhof und der Förderverein Kulturplatz Münsterhof wollen, dass der zentrale und für die Stadtgeschichte bedeutende Münsterhof zu einem offenen Platz mit einladender Atmosphäre wird und mit ruhigen, qualitativ hochstehenden Veranstaltungen bespielt werden kann, die zum historischen Ensemble passen.

Gründungsjahr: 2003
Anzahl Mitglieder: 34
www.muensterhof.ch

Vereinigung Rennweg Geschäfte

Der Rennweg ist eine der ältesten Strassen der Zürcher Altstadt. Er führt von der Bahnhofstrasse auf einen Hügel, von wo aus die Strehlgasse zur Limmat hinunterführt.
Die ersten festen Häuser entstanden hier um das Jahr 1000, erstmals urkundlich erwähnt wurde der Rennweg im Jahr 1221. Damals war hier eine Vielzahl von Berufen vertreten: Metzger, Bäcker, Tischmacher, Holzschnitzer, Sattler und Zimmermänner. Der Name ist Programm: Rennwege wurden im Mittelalter für Pferdewettrennen genutzt, weshalb sie breit und gerade angelegt wurden.

Die Vereinigung engagiert sich dafür, die Interessen der Geschäfte zu vertreten und das vielseitige Angebot nach aussen zu tragen. Sie setzt sich zudem dafür ein, dass das wunderschöne Weihnachtsbeleuchtungskonzept im Rennweg aufrechterhalten bleibt.

Gründungsjahr: 1973
Anzahl Mitglieder: 79
www.rennwegquartier.ch

Vereinigung Storchen-/Strehlgasse

Die Vereinigung Storchen-/Strehlgasse wurde im Jahr 1985 gegründet. Sie setzt sich zum Ziel, die Identität des kulturellen Gebietes Weinplatz-Storchengasse-Münsterhof sowie der angrenzenden Gassen stetig zu fördern. Dazu pflegt sie den regen Austausch und eine enge Zusammenarbeit mit den umliegenden, individuellen Geschäften und Dienstleistungsunternehmen.

Als Nebengasse der Bahnhofstrasse, mitten im Herzen der Zürcher Altstadt, befinden sich im Storchen-/Strehlgassenquartier viele einzigartige und exklusive Luxusgeschäfte sowie das für seine Gastfreundschaft bekannte 5-Sterne-Hotel Storchen.

Die während der Weihnachtszeit mit besonderen Weihnachtssternen dekorierten Häuser verleihen den engen Gassen einen ganz speziellen Charme.

Gründungsjahr: 1985
Anzahl Mitglieder: 27
www.storchengasse.ch

Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse

Die Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse wurde bereits 1955 gegründet und ist damit eine der ältesten Interessenorganisationen in der Stadt Zürich. Damals wie heute setzt sich die Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse gemeinsam mit ihren Mitgliedern für den Erhalt der Zürcher Bahnhofstrasse als eine der weltweit schönsten und renommiertesten Einkaufs- und Geschäftsstrassen ein.

Hierfür realisiert der Verein unter anderem die beliebte, weit über die Landesgrenzen hinaus bekannte Weihnachtsbeleuchtung und organisiert das Jahr hindurch weitere zielführende Massnahmen. Für ihre Mitglieder setzt sie sich des Weiteren für attraktive Rahmenbedingungen an und in unmittelbarer Nähe zur Bahnhofstrasse ein. Zu diesem Zweck ist die Vereinigung gegenüber der Öffentlichkeit und Behörden die Anlaufstelle für Anliegen im Gesamtinteresse der Bahnhofstrasse.

Gründungsjahr: 1955
Anzahl Mitglieder: 131
www.bahnhofstrasse-zuerich.ch

Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte

Die Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte (VZS) ist ein Zusammenschluss von Detailhandels- und Dienstleistungs-Spezialgeschäften in der Zürcher Innenstadt. Die Mitglieder bieten ihren Kunden ein umfassendes Waren- und Dienstleistungssortiment an. Die Vereinigung vertritt die politischen und wirtschaftlichen Interessen ihrer Mitglieder. Durch das Angebot von regelmässig durchgeführten Seminaren und Anlässen fördert sie branchenübergreifend die Schulung und den Zusammenhalt des Verkaufspersonals. Sie ist die Herausgeberin der beliebten elektronischen «PlusPunkt»-Geschenkkarte, welche in über 150 Geschäftslokalen in der Zürcher Innenstadt als Zahlungsmittel akzeptiert wird. Freuen Sie sich auf das Jahr 2018, wenn die Geschenkkarte auch bei anderen interessierten Mitgliedsfirmen der City Vereinigung akzeptiert wird.

Gründungsjahr: 1919
Anzahl Mitglieder: 134
www.pluspunkt-zuerich.ch

Zürich und Region
hotelleriesuisse Swiss Hotel Association

Zürcher Hoteliers

Um die Vision einer Topstadt bezüglich Gästezufriedenheit zu erreichen, arbeiten die Zürcher Hoteliers auf drei verschiedenen Ebenen. Zum einen gilt es, den Zürcher Tourismus zu fördern und die Attraktivität der Destination Zürich sicherzustellen. Im Mittelpunkt stehen allerdings die direkt beeinflussbaren Handlungsfelder. Es sollen nicht nur die bisherigen Leistungsangebote für Mitglieder weitergeführt, sondern auch optimiert werden. Durch gezielte Massnahmen wird eine Qualitätssteigerung und erhöhte Nachhaltigkeit angestrebt. Als letzten Punkt wird das Lobbying für günstige Rahmenbedingungen als eine der Hauptaufgaben der Zürcher Hoteliers definiert.
Nebst diversen Anlässen für seine Mitglieder engagiert sich der Zürcher Hoteliers Verein politisch und hat Einsitz in branchenrelevanten Verbänden.

Gründungsjahr: 1880
Anzahl Mitglieder: 250
www.zhv.ch

«Die City Vereinigung Zürich – eine gut funktionierende Organisation mit einem guten Image!»

Zum intakten Ansehen einer gut funktionierenden Detailhandelsorganisation zählen in erster Linie eine kompetente Führung sowie ein standortbezogenes Handeln. Die City Vereinigung ist ein Dachverband verschiedener Strassen- und Quartiervereinigungen sowie einzelner Branchen- und Berufsverbände in der Zürcher Innenstadt und vertritt die Interessen von über 1350 angeschlossenen Mitglieds- und Gönnerfirmen.

Wir suchen

Gönnermitglieder (100%)

per sofort oder nach Vereinbarung

Wie und wo engagiert sich die City Vereinigung Zürich?

- Die Förderung der urbanen Vielfalt von Zürich
- Die Bewahrung der lokalen Identität von Zürich
- Die Attraktivitätssteigerung mittels gezielter Marketingmassnahmen
- Die Schaffung politischer und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen

Was bietet die City Vereinigung Zürich ihren Gönnermitgliedern?

- Orientierung über ordentliche und ausserordentliche Ladenöffnungszeiten
- Orientierung über ausserkantonale Feiertage
- Organisation und Durchführung von Night Shopping, Sunday Shopping in der Adventszeit sowie New Year Shopping
- Organisation und Durchführung von Publikumsattraktionen/aktionen
- Erarbeitung und Abgabe von Mustereinzelarbeitsverträgen
- u. a. m.

Wir würden uns freuen, auch Sie als Gönnermitglied in der City Vereinigung Zürich begrüssen zu können.

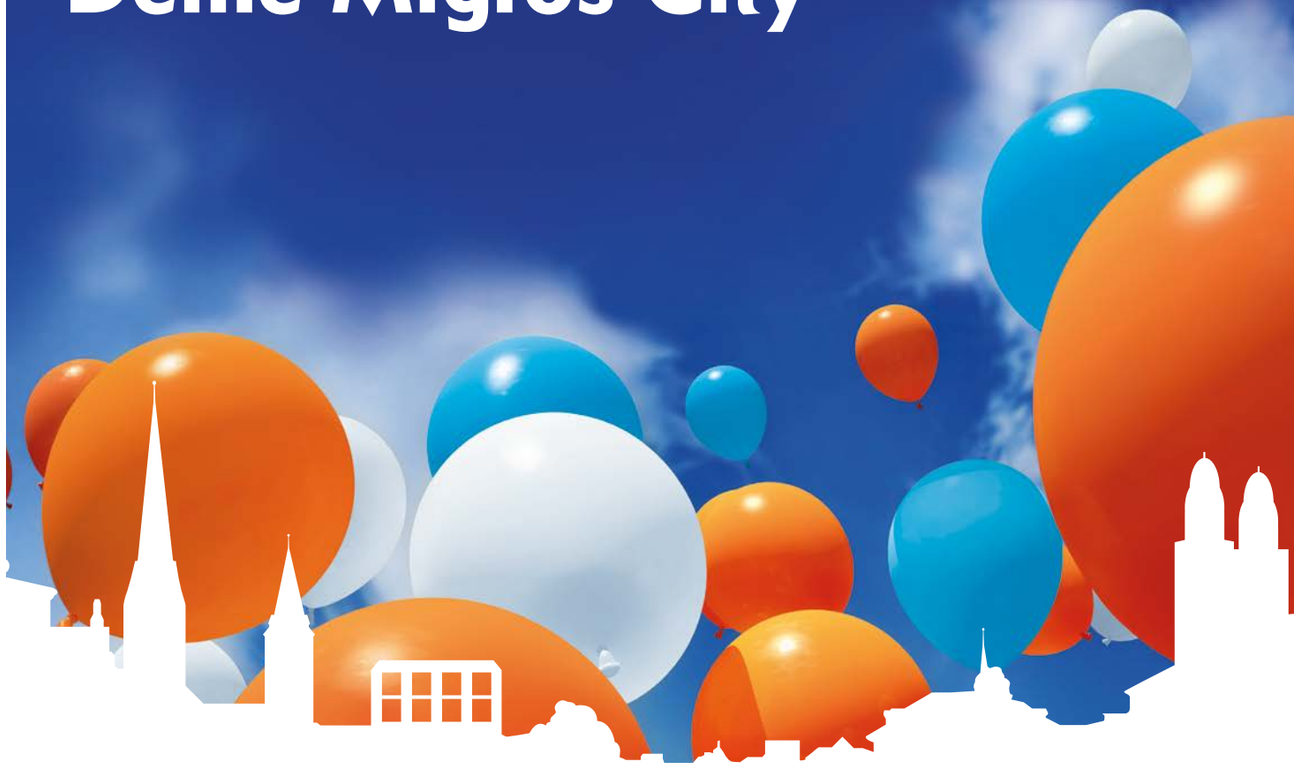
City VEREINIGUNG ZÜRICH

Löwenstrasse 61 Postfach
CH-8021 Zürich
Telefon 044 224 66 11
Fax 044 224 66 24
cityvereinigung.ch
info@cityvereinigung.ch

Liebe City Vereinigung Zürich

Ich gratuliere Dir ganz herzlich zu Deinem 50 jährigen Jubiläum.

Deine Migros City



Mo bis Sa 9 – 20 Uhr

MIGROS · MIGROS Restaurant · MIGROS Take Away · ALNATURA · m electronics · SPORTXX · SPORTXX Outdoor · SPORTXX Coffee Fellows · KAIMUGBOX · APOTHEKE SUN STORE · DELINAT · HERREN GLOBUS · Hotelplan · intimissimi · MISTER MINIT · PASITO · Press R&B Books · WALDER SCHUHE

MIGROS LÖWENSTRASSE CITY

Zu Fuss, mit dem Fahrrad oder dem Auto. Damit die Erwartungen ihrer Kunden erfüllt werden, sind sie täglich und bei jeder Witterung unterwegs.

ELF MENSCHEN

Hinter den Kulissen

Ohne die vielen Helferinnen und Helfer hinter den Kulissen könnte die Versorgung der Einwohner, der Besucher und der Kunden der Zürcher Innenstadt mit Gütern des täglichen Bedarfs nicht sichergestellt werden. Wir möchten an dieser Stelle all denjenigen Menschen, welche sich Tag und Nacht für den Unterhalt, die Sicherheit und die Sauberkeit der Stadt Zürich einsetzen, ganz herzlich danken. Unser Dank gilt gleichermassen den Angestellten der öffentlichen Hand wie auch den Mitarbeitenden der Privatwirtschaft.

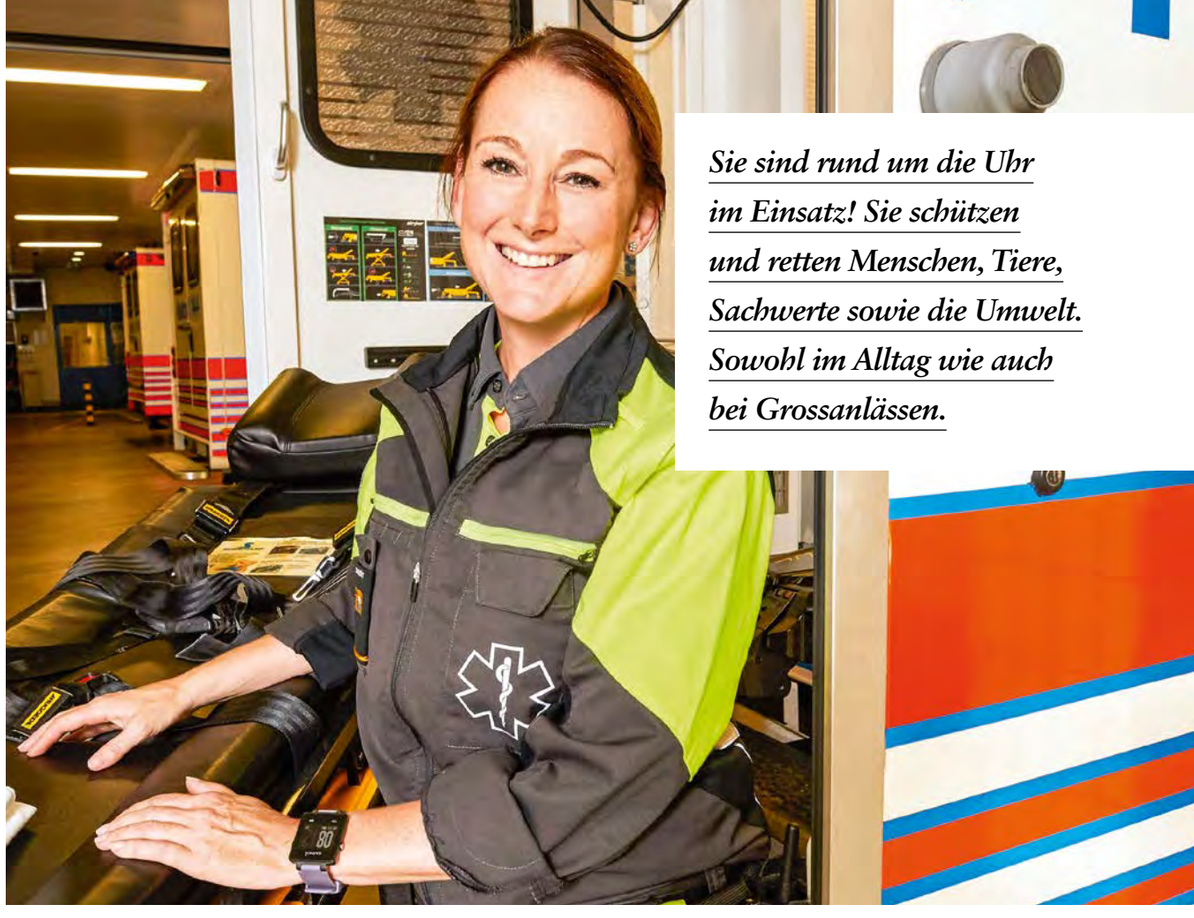
Unsere Polizistinnen und Polizisten stehen jeden Tag im Einsatz! Ihre Aufgabe ist wichtig, wertvoll und anforderungsreich. Mit ihrer Verantwortung tragen sie dazu bei, dass wir uns in einem sicheren und verlässlichen Umfeld bewegen können.

Was für den Verkehr auf der Strasse gilt, gilt auch auf dem Wasser. Damit diese Regeln auf dem stark frequentierten Zürichsee eingehalten werden, braucht es Kontrollen durch die Wasserschutzpolizei.

Sie haben den Schirm, die Schlüssel, das Handy oder vielleicht Ihr Lieblingsspielzeug verloren? Die letzte Hoffnung für verlorene Gegenstände ist ein Besuch im Fundbüro.

Bereits in der Mitte der Nacht ermöglichen sie der Gastronomie, der Hotellerie und dem Detailhandel den Einkauf einer Vielfalt und Frische an Gemüse, Obst und anderen Spezialitäten.

Fenster sind die Visitenkarte jedes Unternehmens. Ob in luftiger Höhe oder auf dem Boden, ob beschlagene oder verschmierte Fenster. Sie reinigen glasklar, damit Sie immer den Durchblick haben.



Sie sind rund um die Uhr im Einsatz! Sie schützen und retten Menschen, Tiere, Sachwerte sowie die Umwelt. Sowohl im Alltag wie auch bei Grossanlässen.

Während die Stadt noch schläft, sorgen sie mit Maschinen und Besen für ein sauberes Zürich. Sie entfernen aus der Stadt, was Menschen liegen lassen und Jahreszeiten mit sich bringen.

Eine saubere Sache, so ein Kaminfeger! Ihre fachgerechte Reinigung und Wartung trägt dazu bei, dass ein behagliches Zuhause genossen werden kann.

Sie planen, gestalten, pflegen und bewirtschaften den öffentlichen Grünraum in der Stadt Zürich. Wo sie arbeiten – blüht Zürich.

Zürich einmal von oben betrachten? Lösen Sie ein Ticket und geniessen Sie vom Turm des Grossmünsters die einmalige und beeindruckende Aussicht über die Stadt und den See.

BEFREUNDETE ORGANISATIONEN

Die City Vereinigung steht in engem Kontakt mit zahlreichen anderen Verbänden und Organisationen, welche Zürich als attraktiven, international konkurrenzfähigen Wirtschafts- und Lebensraum fördern und entwickeln.

BEFREUNDETE ORGANISATIONEN

Automobil Club der Schweiz, ACS, Sektion Zürich

Baumeister-Verband Zürich-Schaffhausen, Zürich

Gewerbeverband der Stadt Zürich

Hauseigentümerverband Stadt und Kanton Zürich

Industrie-Verband Zürich

Kantonaler Gewerbeverband Zürich

Komitee Weltoffenes Zürich

Stiftung Technopark Zürich

SVSM Schweizerische Vereinigung für Standortmarketing, Zürich

Swiss Retail Federation, Bern

Touring Club der Schweiz, TCS, Sektion Zürich

Unternehmergruppe Wettbewerbsfähigkeit, UGW, Zürich

Vereinigung Zürcher Handelsfirmen

Vereinigung Zürcher Immobilienunternehmen

VZAI Vereinigung Zürcherischer Arbeitgeberverbände der Industrie

Zürcher Bankenverband

Zürcher Handelskammer

Zürich Tourismus

WEITERE AKTIVITÄTEN

In den vergangenen Jahren hat die City Vereinigung eine Vielzahl weiterer Aktivitäten an die Hand genommen und Projekte umgesetzt.

Parkleitsystem Stadt Zürich

Auf Initiative der City Vereinigung, des Gewerbeverbandes der Stadt Zürich und des TCS Sektion Zürich haben im Frühjahr 1999 verschiedene private Parkhausbetreiber und Interessenorganisationen gemeinsam die «PLS Parkleitsystem Zürich AG» gegründet. Das auf privater Basis im Jahr 2001 errichtete Parkleitsystem zeigt den motorisierten Kunden und Besuchern der Stadt Zürich frühzeitig an, in welchen Parkhäusern noch wie viele Parkplätze frei sind. Nach Inbetriebnahme des Parkleitsystems übernahm die Stadt Zürich die Aktienmehrheit. Die Parkleitsystem Zürich AG wird heute im Sinne einer *public private partnership* (PPP) auf privatrechtlicher Basis betrieben. Heute sind insgesamt 38 Parkhäuser ans Parkleitsystem angeschlossen.

Leitbild Innenstadt

1997 fanden sich auf Initiative der City Vereinigung Zürich verschiedene Vertreter aus Wirtschaft, Bevölkerung und Stadtverwaltung zusammen, um gemeinsam ein Leitbild Innenstadt zu erarbeiten. Es wurde ein Zukunftsbild entworfen, welches die City von Zürich für Besucher und Kunden, für die dort domizilierten Firmen und Arbeitenden sowie für alle Bewohnerinnen und Bewohner attraktiver machen soll. Verschiedene Projekte wurden seither umgesetzt (z. B. Verbesserung der Strassenreinigung in der Innenstadt, Aufwertung des Carparkplatzes Sihlquai, Renovation des Parkhauses Sihlquai). Nach zehn Jahren wurde im November 2008 das Leitbild überarbeitet und vom Stadtrat genehmigt. Dieser dynamische Prozess soll trotz unterschiedlicher Auffassungen in der Verkehrspolitik auch in Zukunft weitergeführt werden. Das gemeinsame Ziel der Beteiligten liegt darin, die Zürcher Innenstadt zum beliebtesten Begegnungszentrum mit kultureller, gastronomischer und städtebaulicher Vielfalt zu entwickeln.

Erweiterung der Fussgängerzonen

Die City Vereinigung befürwortet grundsätzlich eine schrittweise Ausdehnung der Fussgängerzonen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen (d. h. Parkplätze in Gehwegdistanz, Möglichkeit für Boulevardcafés, Erhöhung der Sicherheit für Besucher und Kunden, Zugänglichkeit für Ver- und Entsorgung, keine Verödung in Randzeiten). Sofern diese Rahmenbedingungen eingehalten werden, stimmt die City Vereinigung auch dem nächsten Schritt zur Erweiterung der Fussgängerzonen zu. Die Sihlstrasse soll im Bereich zwischen Sihlporte und Bahnhofstrasse für den Durchgangsverkehr gesperrt werden. Im Bereich der mittleren Bahnhofstrasse ist ebenfalls eine neue Fussgängerzone vorgesehen (Bereich Trülleplatz und Abschnitt St. Peterstrasse – Münzplatz). Dafür soll die Uraniastrasse neu im Gegenverkehr befahren werden.

Sauberkeit und Sicherheit in der Stadt Zürich

Die City Vereinigung setzt sich seit jeher für eine saubere und sichere Innenstadt ein. Nur dann fühlen sich die Einwohner und die Besucher wohl. Das sog. «broken window»-Prinzip besagt, dass eine Stadt jeder Zerstörung und Unsauberkeit von Anfang an begegnen muss, weil Vandalismus, Schmutz und Schmierereien Indikatoren einer beginnenden Verwahrlosung darstellen. Die Aufrechterhaltung der öffentlichen Ordnung gehört zu den primären Aufgaben der Behörden. Es ist deshalb Aufgabe der Stadt Zürich, entsprechende Massnahmen nicht nur auf kreative Art und Weise zu kommunizieren, sondern beschlossene Massnahmen auch konsequent durchzusetzen und Fehlbare zu bestrafen.

Jährliche Meetings mit Delegation des Stadtrates

Seit 2009 treffen sich ein Ausschuss der City Vereinigung und eine Delegation des Stadtrates sowie verschiedene Chefbeamte zu einem jährlichen Gespräch. Dabei werden verschiedene Themen debattiert, welche für die City Vereinigung von aktuellem Interesse sind (Häufung von Baustellen, historischer Kompromiss, Parkplatzproblematik, Sonntagsverkäufe, Vorschriften betreffend Passantenstopper, Projekt Seerestaurant etc.).

Zürcher Empfehlung für den Detailhandel

Es ist der City Vereinigung ein Anliegen, dass die ArbeitnehmerInnen in arbeitsrechtlicher Hinsicht faire Konditionen haben. Der Vorstand beschloss deshalb bereits im Jahre 2001, weitergehende Regelungen zum Schutz der ArbeitnehmerInnen in die «Zürcher Empfehlung für den Detailhandel» (Muster-Einzelarbeitsvertrag der City Vereinigung) einfliessen zu lassen (z. B. Essensentschädigung und Zeitgutschriften bei Abendverkauf bis 20 Uhr; Prinzip der Freiwilligkeit und Lohn- bzw. Zeitzuschläge für Arbeitseinsätze nach 20 Uhr). Im Oktober 2017 wird die 6. überarbeitete Auflage des Muster-Einzelarbeitsvertrags erscheinen. Er kann weiterhin für CHF 4.00 pro Exemplar beim Sekretariat bestellt werden.

Homepage

Die Homepage www.cityvereinigung.ch wird laufend weiterentwickelt und aktualisiert. Auf ihr sind aktuelle Informationen zu den Themen Ladenöffnungszeiten, ausserkantonale Feiertage, Night Shopping, Sonntagsverkäufe, Parkieren in Zürich, Veranstaltungen, Muster-Einzelarbeitsvertrag, Adressen der Mitgliedsorganisationen sowie hilfreiche Links zu anderen detailhandelsspezifischen Themen zu finden.

Bau eines neuen Kongresszentrums

Die City Vereinigung Zürich unterstützt den Bau eines neuen Kongresszentrums mit einer Kapazität für rund 3000 Personen. Das von privaten Investoren geplante und von der Stadt Zürich mitgetragene Projekt «Moneo» am bisherigen Standort des Kongresshauses ist von den Stimmberechtigten der Stadt Zürich im Jahr 2008 abgelehnt worden.

Als Mitglied der IG Kongress-Stadt Zürich unterstützt die City Vereinigung die Realisierung eines neuen Projektes auf dem Areal des Carparkplatzes.

Zürich braucht ein neues, grosses Kongresszentrum mit einem Kongresshotel, um für nationale und internationale Kongresse wieder attraktiv zu werden.

Aufwertung obere Bahnhofstrasse / Realisierung Seerestaurant am Bürkliplatz

Die City Vereinigung hat zusammen mit Gemeinderäten der FDP und der CVP Motionen erarbeitet, mit denen der Regierungs- bzw. Stadtrat beauftragt werden soll, in gegenseitiger Zusammenarbeit eine Projektierungsvorlage zu erarbeiten, die den Bau eines Seerestaurants im Bereich des oberen Seebeckens, vorzugsweise beim Bürkliplatz, vorsieht. Dieses von privaten Investoren getragene Projekt ist geeignet, die obere Bahnhofstrasse aufzuwerten und noch besser an den See anzubinden. Das Seerestaurant käme auf eine Holzplattform in der Nähe der Schiffsanlegestelle beim Bürkliplatz zu liegen. Von dort hätten die Besucher und Kunden der Innenstadt freien Blick auf das herrliche Panorama der Glarner Alpen. Da die politischen Mühlen langsam mahlen, dürfte eine Umsetzung der Vorstösse noch einige Jahre in Anspruch nehmen.

Mit der PlusPunkt Geschenkkarte Träume erfüllen:

Süsses vom Sprüngli, Blumen von Marsano, ein Schreibgerät von Landolt-Arbenz, Turnschuhe von Och Sport, eine Handtasche von Leder-Locher, ein Diamant von Bucherer… Mit der PlusPunkt-Geschenkkarte kaufen Sie in den über 100 teilnehmenden Fachgeschäften in der Zürcher Innenstadt ein. Schenken Sie Ihren Mitarbeitenden, Geschäftsfreunden oder Bekannten ein unvergleichliches Einkaufserlebnis.

Mitglied bei der Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte werden:

Sie möchten gerne Mitglied bei der Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte werden? Unser Sekretariat freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:
Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte
Löwenstrasse 61, Postfach, 8021 Zürich, Tel. 044 224 66 60
Mail: info@pluspunkt-zuerich.ch

www.pluspunkt-zuerich.ch

KMU-Forum

Am 15. April 2011 trat auf Initiative des Gewerbeverbandes der Stadt Zürich die städtische «Verordnung über die Verbesserung der Rahmenbedingungen für KMU» in Kraft. Diese verpflichtete den Stadtrat, eine beratende Kommission (sog. «KMU-Forum») zu wählen, welche ihm bei der Durchführung der Verordnung beratend zur Seite stand. Das KMU-Forum bestand aus zwölf Mitgliedern, welchem u. a. auch drei Mitglieder der City Vereinigung angehörten. Dem KMU-Forum kam die Aufgabe zu, bestehende und neue Erlasse der Stadt Zürich auf ihre Verträglichkeit für KMU zu überprüfen und das Prozedere für die sog. Regulierungsfolgenabschätzung bei neuen Erlassen festzulegen. Nach vierjähriger Arbeit löste sich das KMU-Forum im Jahr 2015 auf, nachdem es seine Arbeit grundsätzlich erledigt hatte. Mit der Regulierungsfolgenabschätzung müssen nun beim Erlass einer jeden neuen Regelung die Auswirkungen für das KMU-Gewerbe überprüft werden.

Bildung Kampf-Fonds

Angesichts der aktuellen verkehrspolitischen Verhältnisse in der Stadt Zürich muss die City Vereinigung Zürich je länger, je mehr ihren statutarischen Hauptzweck – Verbesserung der politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Zürcher Innenstadt – auf dem Rechtsmittel- bzw. dem politischen Weg erkämpfen bzw. verteidigen. Die dafür notwendigen Mittel können nicht mehr im Rahmen des ordentlichen Budgets bereitgestellt werden. Aus diesem Grund hatte die Generalversammlung der City Vereinigung im Jahr 2014 beschlossen, einen Kampf-Fonds zu bilden. Er dient dazu, im Rahmen der statutarischen Zweckbestimmung der City Vereinigung Mittel für rasch zu ergreifende Massnahmen in verkehrs- und finanzpolitischen sowie in planungsrechtlichen Gebieten bereitzustellen (z. B. für Einwendungen, Beschwerden, Einsprachen, Rekurse, Gutachten, Vernehmlassungen etc.). Angeschlossene Mitgliedsfirmen und Gönner werden periodisch dazu aufgerufen, eine freiwillige Einlage in den Kampf-Fonds zu leisten.

Regelmässige Kontakte mit anderen Organisationen

Die Anfang der 90er-Jahre auf Initiative der City Vereinigung zurückgehende Zusammenarbeit aller wichtigen Wirtschaftsorganisationen und Verkehrsverbände der Stadt Zürich, des Hauseigentümerverbandes, des ACS sowie der Partei- und Fraktionspräsidenten der bürgerlichen Stadtparteien FDP, CVP und SVP funktioniert bis heute. Unter der Bezeichnung «Forum Zürich» treffen sich mehrmals jährlich deren Vertreter, um sich zu aktuellen politischen Fragen auszutauschen.

Zürich Tourismus gratuliert zu 50 Jahren City Vereinigung Zürich

PROBLEME DES DETAIL-HANDELS

Der Detailhandel in der Stadt Zürich hatte in der Vergangenheit verschiedene konjunkturelle Zyklen zu meistern. Momentan befindet er sich jedoch in einem von der Konjunktur unabhängigen Strukturwandel. Verschiedene Faktoren haben negative Einflüsse auf Umsätze und Kaufverhalten der Kunden.

PROBLEME DES DETAILHANDELS

Frankenschock beflügelt Einkaufstourismus

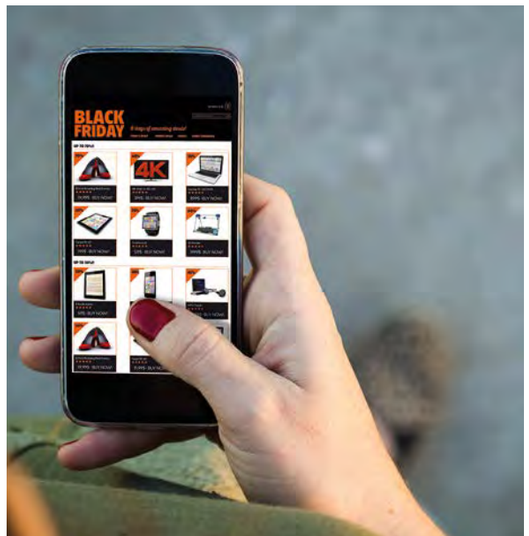
Im Januar 2015 hatte die Schweizerische Nationalbank für viele überraschend den während Jahren gestützten Mindestkurs von CHF 1.20 gegenüber dem Euro ohne Vorankündigung aufgehoben und den Zins für Guthaben auf den Girokonten, die einen bestimmten Freibetrag überstiegen, auf –0,75 % gesenkt. Dieser in volkswirtschaftlicher Hinsicht nachvollziehbare Schritt hatte für den Detailhandel gravierende Folgen. Durch die Aufhebung der EUR/CHF-Untergrenze wertete sich der Franken gegenüber dem Euro kurzfristig um rund 15 % auf. Als Folge davon nahmen die Auslandeinkäufe der Schweizer Bevölkerung rapide zu, nachdem sie sich während mehrerer Jahre auf hohem Niveau stabilisiert hatten. Am stärksten schlugen die Auslandeinkäufe in Deutschland zu Buche, der wichtigsten Region für den Schweizer Einkaufstourismus. Laut Experten liegt der Wert der Schweizer Auslandeinkäufe (stationär und online) jährlich bei ca. 11 Milliarden Franken, Tendenz steigend.

Steigender Anteil von E-Commerce

Zusätzlich zum Frankenschock machte sich auch eine weitere Verlagerung vom stationären zum Onlinehandel bemerkbar. Dafür sprechen zahlreiche Aktivitäten des Detailhandels im E-Commerce, wie zum Beispiel die Einführung von Onlineshops in fast allen Bereichen, das Angebot von Home-Delivery, Drive-ins und Pick-up-Stationen, sowie neue digitale Beratungsangebote und Logistiklösungen. Während Jahren konnte in diesem Bereich kaum ein Anbieter effektiv Geld verdienen, weil die dahinterstehenden logistischen Probleme allen Profit wegfrassen. Grosse in- und ausländische Anbieter scheinen diese Probleme jedoch gelöst zu haben und erzielen inzwischen Onlineumsätze in Milliardenhöhe. Mittlerweile gibt es wohl kaum mehr einen klassischen Detailhändler, welcher auf den Onlinehandel verzichten kann. Man muss beim Onlinehandel dabei sein, ob man will oder nicht, sonst verliert man weitere Marktanteile.

Der Onlineumsatz der Schweizer Detailhändler ist seit 2010 überdurchschnittlich gewachsen und erreichte 2014 erstmals einen Umsatzanteil von über 5 %. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis zweistellige Umsatzanteile erreicht werden.

Der Onlinehandel hat sich mittlerweile wie der Einkaufstourismus als feste Grösse im Detailhandel etabliert.



Hochpreisinsel Schweiz – Dünne Margen belasten Detailhandel

Die Forderung, dass der inländische Detailhandel seine Preise weiter senken soll, geht in den meisten Fällen an der Margenrealität vorbei. Tatsache ist, dass die grenznahen Detailhändler im Ausland eine ganz andere Kostenstruktur haben: So bewegt sich beispielsweise das Bruttomonatseinkommen von Verkäuferinnen und Verkäufern im deutschen Einzelhandel auf Basis einer 38-Stunden-Woche ohne Sonderzahlungen durchschnittlich bei ca. 1890 Euro (± 2050 CHF).

Im Vergleich zum Inland sind somit die Löhne im deutschen Detailhandel gerade mal halb so hoch wie in der Schweiz. Bei den Mieten von Geschäftsräumlichkeiten dürfte die Preisspanne gegen unten noch viel höher liegen.

Trotz Preiszerfall schlechte Konsumentenstimmung

Der seit mehreren Jahren anhaltende Preiszerfall im Detailhandel setzt sich weiter fort. Gleichzeitig verringerten sich wegen der sinkenden Nachfrage die realen Umsätze. Das Forschungsbüro BAK Basel rechnete damit, dass nach dem historischen Umsatzrückgang im Jahr 2015 auch in den Folgejahren weniger in den Kassen der Detailhändler liegt. Insbesondere die angespannte konjunkturelle Lage, wetterbedingte Kapriolen sowie die international anspruchsvolle Wettbewerbssituation belasten die Dynamik im Detailhandel. Laut BAK Basel bewegen sich die Detailhandelspreise mittlerweile auf dem Niveau von 1990, währenddem sich die Kosten, insbesondere die Löhne und die Mieten, seither um über 25 % nach oben entwickelt haben. Dies zeigt mit aller Deutlichkeit, mit welchen Margenproblemen der Detailhandel momentan zu kämpfen hat.

Zu den beim innerstädtischen Detailhandel stagnierenden Umsätzen gesellt sich eine Verschlechterung der Konsumentenstimmung. Kundenumfragen zeigen, dass Preisanstiege erwartet werden, andererseits herrscht weiterhin eine gewisse Unsicherheit auf dem Stellenmarkt. Das Fehlen von nachhaltig positiven Konjunkturdaten wirkt sich zudem lähmend auf das Kaufverhalten aus.

AUSBLICK
DETAILHANDEL 2025

Der Detailhandel sieht sich in den kommenden Jahren – unabhängig von lokalen und nationalen politischen Entscheidungsprozessen – immer deutlicher mit ökonomischen Megatrends und sozialdemografischen Problemen konfrontiert.

Globalisierung

Lange Zeit hoffte der Handel, aufgrund seines lokalen Geschäftes würde ihn die Globalisierung kaum tangieren. Inzwischen wird über 70 % des Non-Food-Einkaufs importiert und der Anteil wächst stetig. Zwar findet der Detailhandel immer neue Wege, um kostengünstiger einzukaufen; doch er muss in seinem Absatzwettbewerb diese Einkaufsvorteile an die Kunden weitergeben. Der Verfall von Preisen und Margen trifft einzelne Branchen, wie Textilien und Unterhaltungselektronik, insbesondere in den Innenstädten, überproportional.

Marktsättigung

In den meisten Konsumgütermärkten Europas herrscht ein anhaltend latentes Überangebot. Ware gibt es auch in der Schweiz mehr als genug und der Kampf um kaufwillige Konsumenten wird immer härter. Die Kunden kaufen gerade bei Non-Food-Artikeln im Rahmen ihres verfügbaren Einkommens nicht aus einer Mangelsituation, sondern weil sie Lust auf Konsum haben. Lust und Frust, insbesondere aber auch die Angst um ihre Arbeitsplätze, beeinflussen somit direkt das Einkaufsverhalten der Konsumenten.

Weitere Wachstumsschritte des E-Commerce

Die im In- und Ausland zu beobachtenden Trends deuten darauf hin, dass der E-Commerce in der Schweiz noch ein grosses Potenzial zu weiteren Wachstumsschritten hat. Der Kunde weiss mit wenigen Klicks, wer welche Ware zu welchen Preisen anbietet. Metasuchmaschinen helfen dem Kunden, die günstigsten Angebote im Netz zu finden. Spätestens im Jahr 2022 dürfte der Anteil des E-Commerce die Schwelle von 10 % des gesamten Detailhandelsumsatzes erreicht haben. Der stationäre Detailhandel wird sich diesen ständig wandelnden Verkaufsformen anschliessen müssen.

Konzentration

Eine Antwort auf Globalisierung und Marktsättigung ist die Konzentration. Das Streben nach Grössen- und Verbundvorteilen vollzieht sich unaufhaltsam. In manchen Branchen verdichtet sich der Wettbewerb dadurch auf wenige marktbeherrschende Spitzenanbieter (Oligopol).

Insbesondere bei international tätigen Anbietern ist im Detailhandel eine Tendenz zur Vertikalisierung zu beobachten (von der Rohstoffverarbeitung bis zum Ladentisch alles in einer Hand, unter Ausschaltung des Zwischenhandels).

Dezentralisierung

Das Standortnetz des Detailhandels dezentralisiert und vergrössert sich ständig. Viele Vorortsgemeinden, aber auch grenznahe Orte im Ausland weisen dank guter Erreichbarkeit durch den Privatverkehr und die S-Bahn immer attraktivere Einkaufsangebote auf, so dass der Pendler seine Einkäufe problemlos auch auf dem Nachhauseweg erledigen kann. Gleichzeitig sind aber auch gegenläufige Entwicklungen zu beobachten: In Citynähe entstehen an Lagen mit hoher Arbeitsplatzdichte neue Einkaufszentren mit attraktiven Freizeitangeboten (z. B. Sihlcity).

Migrationsentwicklung

Das Bevölkerungswachstum war in den letzten Jahren für den Detailhandel ein zentraler Nachfragetreiber und wird stark von der Migrationsentwicklung beeinflusst. Aufgrund des zu beobachtenden Rückgangs in der Nettozuwanderung dürfte das Bevölkerungswachstum inskünftig tiefer ausfallen als in den Jahren zuvor.

Demografischer Wandel

Ein Blick auf die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur zeigt, dass in zehn Jahren der Anteil der Senioren markant zunehmen wird. Verbunden mit einer stetig steigenden Lebenserwartung führt dies einerseits zu noch ungelösten Problemen in der Finanzierung der Altersvorsorge und somit auch in der Kaufkraft der Senioren. Im Jahre 2050 wird jeder Dritte über sechzig Jahre alt sein und die Altersklasse der 20- bis 49-Jährigen wird um ca. 25 bis 30 % schrumpfen.

Der Alterungsprozess der Gesellschaft ist bereits in vollem Gange und prägt schon heute den Detailhandel über schleichende Verschiebungen des Konsumentenverhaltens, der Bedarfsschwerpunkte und des Einkaufsverhaltens. Längerfristig werden einzelne Branchen (z. B. Young-Fashion-Bereich) weiter unter Druck geraten, wenn deren primäre Zielgruppe wegbrechen wird. Das Menschenbild in der Werbung wird genau wie das Produktdesign stillschweigend an das höhere Durchschnittsalter der zukünftigen Kunden angepasst werden müssen.

Der Vorstand der City Vereinigung Zürich wird sich inskünftig in noch stärkerem Ausmass neben politischen und rechtlichen Sachfragen auch mit sozialdemografischen Fragen, die den Detailhandel und die Gastronomie direkt oder indirekt betreffen, auseinandersetzen müssen, um die in diesen Branchen geschaffenen 60 000 Arbeitsplätze in der Stadt Zürich schützen zu können.

ZUM **GLÜCK**
GIBT ES DIE CITY
VEREINIGUNG ZÜRICH

Wir gratulieren herzlich zum 50. Geburtstag.

SWISS CASINOS
Zürich

GROSSER DANK

von Milan Prenosil, Präsident der City Vereinigung Zürich

Das vorliegende Werk wäre ohne den starken und unermüdlichen Einsatz vieler engagierter Persönlichkeiten sowie die mit der City Vereinigung eng verbundenen Mitglieder und Organisationen nicht zustande gekommen.

Eine ganz besondere Anerkennung geht aber an unsere Geschäftsstelle und an unsere Marketing- und Kommunikationsagentur CP9 advanced marketing solutions AG. Namentlich seien hier unser Geschäftsführer, Herr lic. iur. Andreas Zürcher, seine Mitarbeiterin Frau Marianne Mosimann, und unser Creative Director, Herr Stephan Dubi, erwähnt. Sie und weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Hintergrund trugen die Hauptlast der Arbeiten bei der Erstellung dieses besonderen Zeitdokuments. Sie alle haben mit viel Herzblut und Akribie in verschiedensten internen und externen Archiven recherchiert, Unmengen an Informationen und Bildmaterial gesichtet, gesammelt und ausgewertet. Sie haben Strukturen gelegt, Themen definiert und Inhalte formuliert, getextet und gestaltet. Ihnen allen gebührt unser grosser Dank.

Für alle Beteiligten hatte diese Zeitreise auch eine sehr persönliche und emotionale Komponente, wurden doch viele Erinnerungen an vergangene Erfolge, politische Auseinandersetzungen, aber auch an nicht mehr unter uns weilende Persönlichkeiten wach, die sich um die City Vereinigung verdient gemacht haben.

Milan Prenosil
Präsident City Vereinigung Zürich

IMPRESSUM

50 Jahre City Vereinigung Zürich

Idee City Vereinigung Zürich
Löwenstrasse 61, 8021 Zürich

Das Projektleitungsteam
Milan Prenosil
Präsident City Vereinigung Zürich
lic. iur. Andreas Zürcher
Geschäftsführer City Vereinigung Zürich
Marianne Mosimann
Geschäftsstelle City Vereinigung Zürich
Stephan Dubi
Creative Director CP9 advanced marketing solutions AG
Gilbert Neukom
Art Director CP9 advanced marketing solutions AG
Marlon Manser
Consultant CP9 advanced marketing solutions AG

Texte City Vereinigung Zürich

Fotos/Bildmaterial
Adobe Stock, Boris Adolf, City Parkhaus AG, City Vereinigung Zürich, Corine Mauch, Dominique Meienberg & Dieter Seeger, Einkaufszentrum ShopVille, Erwin auf der Mauer, Europaallee, GLD Geschäftsvereinigung Limmatquai-Dörfli, Ilka Michel, Marcel Werren, Mietervereinigung Bahnhof Stadelhofen, Reto Schlatter, Sihlcity, Stadt Zürich Stadtarchiv, Vereinigung Bellevue und Stadelhofen, Vereinigung Löwenstrasse Zürich, Vereinigung Münsterhof, Vereinigung Rennweg Geschäfte, Vereinigung Storchengasse Strehlgasse, Vereinigung Zürcher Bahnhofstrasse, Vereinigung Zürcher Spezialgeschäfte «PlusPunkt», Zürich Tourismus

Gestaltung CP9 advanced marketing solutions AG

Hinweis
Diese Jubiläumsschrift wurde sorgfältig erarbeitet. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Redaktion noch Verlag können Haftung für eventuelle Fehler übernehmen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der City Vereinigung Zürich.

CP9.CH

50 JAHRE

City Vereinigung Zürich

50 JAHRE

City Vereinigung Zürich

EINKAUFEN UND GENIESSEN

im Wandel der Zeit

Das Buch erzählt davon, wie sich die City Vereinigung Zürich seit 50 Jahren für die Förderung der urbanen Vielfalt von Zürich als Wirtschafts- und Kulturstandort engagiert und sich dafür einsetzt, dass die lokale Identität von Zürich nicht verloren geht.

Durch ihre Aktivitäten trägt sie massgebend dazu bei, dass die Einkaufsstrassen in Zürich mit ihrer charakteristischen, historischen Kulisse und den ansässigen Traditionshäusern ihre Eigenständigkeit und Vielfalt behaupten können. Zudem engagiert sie sich dafür, dass ein Standort von internationalem Format erhalten bleibt, an welchem die Menschen gerne leben, einkaufen oder ihre Freizeit verbringen.