

Erfahrungsbericht Autofrei Wohnen Zug

Unser Verein entstand im November 02 aus einem Workshop der Alternativen Zug zum Thema Mobilität. Thema einer der Gruppen war „autofreies Wohnen“. Die Teilnehmer dieser Gruppe waren sich bald klar, dass autofreies Wohnen für Zug aus verschiedenen Perspektiven eine grosse Bedeutung erhalten sollte.

Voraussetzungen in der Region

Stadtbahn-Abstimmung

Die Region leidet seit vielen Jahren an hohen Wohnungspreisen und einem stark wachsenden Verkehrsaufkommen. Dieses wiederum hat zu einer sehr deutlichen Annahme einer kantonalen Stadtbahn-Vorlage geführt.

Für die InitiantInnen des Vereins „Autofrei Wohnen Zug“ war dieses Abstimmungsergebnis und die kommende Stadtbahn das entscheidende Signal, die Chance für einen Paradigmenwechsel in Richtung auf urbane Siedlungs- und Mobilitätsformen zu nutzen.

Eigentumsverhältnisse

Charakteristisch für Zug und eines der grössten Probleme für innovative Wohnformen sind die Besitzverhältnisse bei Bauparzellen: Der Anteil der öffentlichen Hand und der genossenschaftlichen Trägerschaften ist traditionell klein. Die grössten Landreserven befinden sich im Besitz von (meist konservativen) Korporationen und General-Unternehmungen. Letztere bestimmen mit ihrer skeptischen Haltung gegenüber „Experimenten“ auch stark die Bau- und Architektur-Kultur. (So ist beispielsweise das Argument weit verbreitet, ein Objekt habe auf dem Markt nur deshalb Schwierigkeiten, weil zu wenig Parkplätze bewilligt worden seien.)

Marketing-Methoden in einem schwierigen Umfeld

Im Gegensatz zu den meisten anderen autofrei-Gruppen in der Schweiz hatten wir weder ein Territorium, auf das wir einen Anspruch anmelden konnten, noch bestand mittelfristig eine realistische Aussicht darauf. Im Gegenteil, wir gingen von einer Durststrecke von gegen 5 Jahren aus – was auch uns anfänglich als grösster Schwachpunkt erschien.

Ohne die grossen Landeigentümer war aber nicht an eine minimale Projekt-Grösse zu denken. Wir erwarteten keine Akzeptanz bei den GU, daher wählten wir den Weg über einen klaren Marketing-Ansatz: Unsere These ging von einer vorhandenen und nicht befriedigten Nachfrage nach autofreiem Wohnprojekten aus (belegt durch die Mikrozensus-Auswertung im NFP 45).

Angesichts der mangelnden Innovationsfähigkeit der hiesigen Bau-Industrie ging es in der Folge darum, das Thema mit Präsentationen zuerst bei „zugewandten“ Organisationen und dann bei den Gemeinden auf die Agenda zu bringen. Es galt (und gilt zur Zeit) auch die Chance zu nutzen, die uns das Zeitfenster der Regionalplanungs-Revisionen in den Gemeinden bietet.

„Werkzeugkasten“

Viele Gespräche mit Personen aus Exekutiven und Verwaltungen, Planungsbüros und Projekt-Trägerschaften zeigten, dass noch viele Fragen geklärt werden müssen: Ein grosses Hindernis in einem Business, welches einfache Entscheidungswege und wenig kreativen Aufwand vorzieht.

Daraus entstand die Skizze des „Werkzeugkastens“, mit dem die zuständigen Kommissionen und PlanerInnen ein konkreteres Bild über die spezifischen Probleme und Massnahmen, sowie Lösungsvorschläge zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für autofreien Wohnprojekten erhalten sollten.

„Label“

Auf einer anderen Ebene zeigte sich der Bedarf einerseits nach einer klaren Definition der USP des autofreien Wohnens (\approx Positiv-Kriterien) und der minimalen Standards, denen „Autofreies Wohnen“ entsprechen sollte. Diese Bedürfnisse wurden in vielen Gesprächen mit GemeindevertreterInnen und zugewandten Personen deutlich. Das grobe Ziel war, den hohen Argumentations-Aufwand und die grossen Ansprüche an die Kenntnisse der ProtagonistInnen zu reduzieren: Einer grössere Zahl Personen sollten als Multiplikatoren in der Lage sein, das Anliegen effizient und ohne grössere Widersprüche zu kommunizieren. Von da war der Schritt zum mittelfristigen Ziel eines positiv besetzten „Labels“ nur logisch.

Unser anfänglich grosses Argumentations-Defizit lässt sich mit diesen beiden Mitteln sehr effizient begegnen. Wir können diese Instrumente aber nicht mehr alleine aus unserem Verein weiterentwickeln: Der Schritt zu einer CH-Trägerschaft wurde damit aus unserer Sicht dringend.

„Toolbox“ und „Label-Liste“ waren rückblickend die Schlüssel zu einer grösseren Öffentlichkeit und weg von der ideologischen Ecke. Sie helfen uns auch bei der Forderung, in den Gemeinden die Zonenplanung und die Parkplatz-Reglemente in diese Richtung zu revidieren. Das heisst vor allem, dort die nötigen Spielräume zu eröffnen.

Vorteile und Nachteile des Vorgehens

Unser Weg ist aus der „Not“ geboren. Allerdings sehen wir immer mehr Vorteile einer offenen Vorgehensweise, da diese parallele Prozesse ermöglicht. Mit dem ersten realisierten Autofrei-Projekt werden wir über „Anschauungsmaterial“ verfügen, was uns die Argumentation weiter vereinfachen wird. Für uns hat das Baarer Projekt auch die Bedeutung als Prüfstein für das Vorgehen, weil sich unsere Rolle auf das eher „ideelle“ Marketing beschränkt. Unser Ziel bleibt nach wie vor der Paradigmenwechsel: Autofrei soll ein Erfolgsmodell werden, das kopiert wird.

Der Nachteil dieses Verfahrens ist, dass wir durch den Abstand zu den eigentlichen Projekten keinen direkten Einfluss ausüben können. Dies, obwohl wir für viele InteressentInnen als ProjektträgerInnen identifiziert werden.

Nachtrag: Eine Art Checkliste

Folgende Fragen sollten geklärt werden (bedarf ständiger Überarbeitung)

- Welches sind die gesetzlichen Grundlagen (Gemeinde, Kanton)?
- Wie ist der aktuelle Stand der Ortsplanung?
- Welche Areale eignen sich als Standorte für autofreie Siedlungen?
- Wie ist der Stand der öV-Erschliessung?
- Wie sind die Besitzverhältnisse von Landeigentum?
- Gibt es innovative Bauträgerschaften?
- Gibt es aufgeschlossene Ortsplanungsbüros?
- Welche Gruppierungen und Personen eignen sich als Multiplikatoren?

AWZ 25.8.2004 (nmi/mze)