



Image Schwamendingen 2005-2007

Schlussbericht des Quartierentwicklungsprozesses

Inhalt

Weshalb ein Quartierentwicklungsprozess?	3
Image Schwamendingen	7
Ergebnisse	9
Fazit und Ausblick	13

Weshalb ein Quartierentwicklungsprozess?

Schwamendingen und sein Ruf

Schwamendingen ist ein von genossenschaftlichem Wohnungsbau geprägtes Familien- und Wohnquartier, das am nordöstlichen Stadtrand von Zürich liegt. 2006 lebten 28'537 Menschen hier, 36.6% von ihnen ohne Schweizer Pass.

Für viele Aussenstehende ist Schwamendingen der Inbegriff eines langweiligen kleinbürgerlichen, anonymen Vorortes, der mit Strassen- und Fluglärm, der Kehrichtverbrennungsanlage Hagenholz, einem hohem Ausländeranteil oder Viktor Jacobbos Kultfigur «Harry Hasler» in Verbindung gebracht wird. Dieses Bild wird stark von den oft negativ gefärbten Medienberichten geprägt. «Ein Tag im Ghetto» überschrieb etwa die Weltwoche 2004 einen Bericht über Schwamendingen.

Das Image des Quartiers ist jedoch nicht erst in jüngster Zeit angekratzt. Bis zur Eingemeindung 1934 war Schwamendingen ein kleines, verarmtes Bauerndorf. Nach dem zweiten Weltkrieg wurde Schwamendingen in Anlehnung an Howards Konzept der Gartenstadt überbaut. Ein regelrechter Bauboom setzte ein, verbunden mit einem raschen Bevölkerungswachstum: Während 1941 nur gerade 3'237 Personen in Schwamendingen lebten, wuchs die Bevölkerung bis 1960 auf 33'360 Personen an. Es liessen sich damals primär Arbeiterfamilien nieder, die in der Industrie in Oerlikon ihre bescheidenen Einkünfte fanden. Schwamendingen wurde zum Arbeiterquartier und solche waren für gewöhnlich nicht mit dem besten Ruf gesegnet: «Bald schon machte in Zürich drüben das Wort die Runde, in Schwamendingen sammle sich der Trieb sand der Schweiz» wie Nikolaus Wyss im 1981 erschienenen Schwamendinger-Buch festhielt.



In den letzten 15 Jahren veränderte sich der Kreis 12 wiederum stark. Vermehrt zogen Migrantinnen und Migranten nach Schwamendingen. Diese oft junge Bevölkerung traf auf eine alteingesessene und meist ältere Schweizer Bevölkerung. Bei Teilen der Alt-

eingesessenen löste diese sehr schnelle Entwicklung Verunsicherungen und Ängste aus, manchmal auch Fremdenfeindlichkeit. Diese Veränderungsprozesse werden heute von verschiedenen Seiten für den schlechten Ruf des Quartiers mitverantwortlich gemacht.

Die Innensicht

Die Innenwahrnehmung Schwamendingens kontrastiert stark zur Aussenwahrnehmung. In Schwamendingen besteht durchaus ein gutes Selbstbewusstsein, was die Qualitäten des eigenen Wohnquartiers anbelangt. Die insgesamt gute Lebensqualität, die durchgrünte Wohnstadt, die attraktiven Naherholungsräume, das teilweise fast dörflich anmutende Vereinsleben und die gute Anbindung an die Stadt werden von grossen Teilen der Quartierbevölkerung sehr geschätzt.

Das Image von Schwamendingen wird zum Thema

Überlegungen, eine aktive Imagekorrektur zu betreiben, sind nicht neu. Der Quartierverein Schwamendingen hielt bereits 1998 in einem Quartierleitbild fest, dass im Rahmen einer Imagekampagne dem Bild des kleinbürgerlichen und langweiligen Schlafquartiers selbstbewusst mit der Darstellung der eigenen Stärken begegnet werden sollte.



Auch im Quartierentwicklungsprozess «Gemeinsam für die Zukunft von Schwamendingen», den die Stadt Zürich 1999 im Rahmen der Lokalen Agenda 21 durchgeführt hatte, wurde Handlungsbedarf im Imagebereich geortet.¹ Zwar wurden in der Folge verschiedene Projekte (u.a. «Schwamedinger Märt», Frühlingsfest MOSAIK, Kulturbeiz SchwamEdinge, Neugestaltung Spielplatz Roswiesen) realisiert, die zu einer Verbesserung der Lebensqualität in Schwamendingen beitrugen. Es sollte jedoch noch einige Jahre dauern, ehe das Image Schwamendingens zu einem Kernthema wurde.

Im April 2005 lancierte der Quartierverein Schwamendingen mit einer Pressekonferenz die Imagekampagne «Gartenstadt Schwamendingen». Entlang der Hauptverkehrsachsen wurden zehn von Kindern gestaltete Flaggen mit dem Slogan «Gartenstadt-Schwamendingen» platziert. Mit der Kampagne wollte der Quartierverein ein Zeichen

¹ Mehr dazu im Bericht «Agenda Schwamendingen. Resultate der Forumsveranstaltungen», der bei Stadtentwicklung Zürich (Tel. 044 412 36 63, Mail: stadtentwicklung@zuerich.ch) erhältlich oder als Download unter www.stadt-zuerich.ch/stadtentwicklung zu finden ist.

gegen die schlechte Aussenwahrnehmung setzten und auch andere Akteure – namentlich die Stadtverwaltung – dazu bringen, vermehrt in Schwamendingen aktiv zu werden und das Thema «Image» aufzugreifen.



Bereits Ende 2004 hatte Stadtentwicklung Zürich entschieden, sich am Interreg-Projekt IMAGE, das im Folgenden weiter erläutert wird, zu beteiligen. Im Rahmen dieses internationalen Projektes wollte Stadtentwicklung Zürich im Verlauf des Jahres 2005 in Schwamendingen einen Quartierentwicklungsprozess starten. Dabei sollte das Image des Quartiers im Mittelpunkt stehen.

Stadtentwicklung Zürich nahm deshalb den Steilpass des Quartiervereins gerne auf. Gemeinsam mit einer Begleitgruppe, die sich aus Schlüsselpersonen aus dem Quartier zusammensetzte, wurde im August 2005 ein längerfristiges Projekt zur Imageverbesserung gestartet: Fortan sollten die Qualitäten Schwamendingens in den Mittelpunkt gerückt werden.

Interreg-Projekt IMAGE: *Transforming neighbourhoods, improving cities*

Stadtentwicklung Zürich war von 2004 bis 2007 Partner im Projekt IMAGE (*Increasing Metropolitan Allure by Going European*), das im Rahmen des Europäischen Rahmenprogrammes Interreg IIIB Nordwest-Europa lanciert worden war. An IMAGE waren neben Zürich die Städte Delft (Niederlande), Dublin (Irland), Bristol (England) und Antwerpen (Belgien) sowie verschiedene im Wohnungsbau tätige Entwicklungsgesellschaften und Fachexperten beteiligt. Unter dem Motto «*Transforming neighbourhoods, improving cities*» entwickeln die Partner Massnahmen zur Verbesserung der Wohn- und Lebensqualität in städtischen Wohnquartieren aus der Nachkriegszeit, setzten diese um und tauschten die gemachten Erfahrungen an neun Treffen in den Partnerstädten aus. Im Vordergrund stand dabei die (Weiter-)Entwicklung und Anwendung der Planungsinstrumente *Masterplanning*, *Neighbourhood Branding* sowie *Evaluation*.

Zu den wichtigsten Ergebnissen aus dem Projekt IMAGE zählt die Erkenntnis, dass eine rein baulich-räumlich orientierte Quartiererneuerung häufig zu kurz greift, weil es neben der funktionalen Planungslogik auch noch eine emotionale Logik, respektive weiche Faktoren der Quartierentwicklung gibt. Es zeigte sich aber auch, dass Imagearbeit allein für eine nachhaltige Imageverbesserung in der Regel nicht ausreicht. Erst eine Verknüpfung der emotionalen und der funktionalen Logik in einem integrierten Planungsansatz, dem *Integrated Regeneration Process - IRP*, schafft die Basis für einen nachhaltigen Erneuerungsprozess.

Zur Verbreitung der Erfahrungen und Erkenntnisse aus dem Projekt IMAGE wurden im Sommer 2006 in Delft eine *Residential Summer School* sowie zum Projektabschluss im Oktober 2007 in Dortmund eine internationale Konferenz durchgeführt. Anlässlich dieser Konferenz ist als Schlussbericht zum Projekt IMAGE das Praxishandbuch «*The IMAGE project. New tools for neighbourhood regeneration*» der Öffentlichkeit vorgestellt worden.²



Das Teilprojekt in Zürich wurde von der Standortförderung des Kantons Zürich, Stadtentwicklung Zürich sowie aus dem Interreg-Rahmenkredit des Bundes finanziell unterstützt. Walter Schenkel, Partner im Forschungs- und Beratungsbüro *synergo*, unterstützte Stadtentwicklung Zürich in der Zusammenarbeit mit den europäischen Partnern sowie der Interreg-Koordinationsstelle beim Bund und vertrat Stadtentwicklung Zürich an den Treffen in den Partnerstädten.

→ Weitere Informationen unter: www.image-project.org und www.interreg.ch

² Das Praxishandbuch ist bei Stadtentwicklung Zürich (Tel. 044 412 36 63, Mail: stadtentwicklung@zuerich.ch) erhältlich oder als Download unter www.stadt-zuerich.ch/stadtentwicklung zu finden.

Image Schwamendingen

Neighbourhood Branding - ein partizipativer Ansatz

Angeregt durch die internationale Zusammenarbeit im Interreg-Projekt IMAGE entschied sich Stadtentwicklung Zürich, in Schwamendingen das Instrument des *Neighbourhood Branding* anzuwenden. Es war jedoch an die spezifischen Verhältnisse in Zürich anzupassen. So musste beispielsweise berücksichtigt werden, dass der Quartierverein mit «Gartenstadt Schwamendingen» bereits einen *Brand* lanciert hatte. Zudem war von Anfang an klar, dass in Schwamendingen aufgrund der beschränkten Projektmittel nur kleinere, Image fördernde Projekte realisiert werden können.

Ein zentraler Pfeiler des *Neighbourhood Branding* ist die Partizipation der Quartierbevölkerung, denn diese ist der wichtigste Imageträger eines Quartiers. Die Entwicklung von Projektideen und deren Realisierung sollte deshalb auch in Schwamendingen primär durch die Quartiervertreterinnen und -vertreter vorangetrieben werden.

Vom Grossgruppenworkshop zu Image-Projekten

Stadtentwicklung Zürich lud Mitte November 2005 zu einem ganztägigen Workshop ins Kirchgemeindehaus Saaten ein: Rund 60 Quartierbewohnende sowie Vertreterinnen und Vertreter verschiedener Quartierorganisationen, von Vereinen und Parteien, der Wohnbaugenossenschaften und des Gewerbes skizzierten dabei in sehr engagierten Diskussionen ihr Wunschimage für Schwamendingen, legten Handlungsfelder fest und entwickelten erste Ideen für Image verbessernde Massnahmen.



Im Anschluss an den Workshop bildeten sich drei Arbeitsgruppen, die auf der Basis der Erkenntnisse des Grossgruppenworkshops bis im April 2006 eine Reihe von Projektideen entwickelten. Die drei Arbeitsgruppen wurden danach zur Projektgruppe «Image

Schwamendingen» zusammengefasst, die von Stadtentwicklung Zürich regelmässig zu Koordinationstreffen eingeladen wurde. Während sich der Kreis der aktiven Personen vorerst bei rund 30 Personen bewegte, pendelte sich die Grösse der Projektgruppe «Image Schwamendingen» schliesslich bei 15 bis 20 Personen ein. Auf Wunsch der Projektgruppe wurde auch der ursprüngliche Projektname von «Imageverbesserung für Schwamendingen» zu «Image Schwamendingen» abgeändert. Nicht das Problem sondern das Potential sollte im Vordergrund stehen.



Einen wichtigen Beitrag bei der Zuspitzung der Projektideen leistete Rian Peeters, der im April 2006 ein Koordinationstreffen in Schwamendingen besuchte. Peeters ist Brandingspezialist bei Woonbron, einer der grössten niederländischen Wohnbaugesellschaften und Partner im Interreg-Projekt IMAGE. Er berichtete von seinen Erfahrungen, mit *Neighbourhood Branding* in der Gemeinde Hoogvliet bei Rotterdam. Dieser Austausch wurde von der Projektgruppe «Image Schwamendingen» sehr geschätzt.

Schliesslich wählte die Projektgruppe aus einem grossen Fundus von Ideen drei Teilprojekte aus:

- Tele Schwamendingen – das erste Zürcher Quartierfernsehen
- Neue Bilder von Schwamendingen – Fotowettbewerb und -ausstellung, Schwamendinger Postkarten
- Kreis 12 – bekannt, unbekannt. Führungen durch die Gartenstadt Zürich-Schwamendingen

Um jedes dieser Teilprojekte bildete sich eine kleine Projektgruppe, die teils selbständig, teils in enger Zusammenarbeit mit Stadtentwicklung Zürich die Umsetzung an die Hand nahm.

Der Brand

Für Irritation sorgte immer wieder die Tatsache, dass der *Brand* bei «Image Schwamendingen» nicht so sehr im Vordergrund stand. Dies hatte vor allen Dingen damit zu tun, dass der Quartierverein bereits vor dem Projektbeginn mit dem Slogan «Gartenstadt Schwamendingen» operierte. Damit war der *Brand* bereits gesetzt und konnte nicht mehr Ziel des Prozesses sein. Trotzdem flammte in der Projektgruppe immer mal wieder die Diskussion auf, ob «Gartenstadt Schwamendingen» der treffendste *Brand* sei. Schliesslich einigte man sich darauf, die Diskussionen um den *Brand* zu beenden und weiterhin mit «Gartenstadt Schwamendingen» zu operieren.

Ergebnisse

Tele Schwamendingen

Schon am Grossgruppenworkshop im November 2005 war etwas überraschend ein Kameramann aufgetaucht, der den Tag filmerisch begleitete. Was damals noch als Dokumentation über den Imageprozess angedacht war, entwickelte sich schon bald zum Projekt «Tele Schwamendingen» dem ersten Zürcher Quartierfernsehen, das über eine Internetplattform öffentlich zugänglich gemacht werden sollte.

Die beiden treibenden Kräfte des Projekts, Raoul Meier und Matthes Schaller, nahmen sich vor, Schwamendingen mit der Kamera zu erkunden und so eine Art Video-Feldforschung zu betreiben. Damit sollten die Möglichkeiten und Grenzen dieser innovativen Kommunikationsform in der Quartierentwicklung und Imagearbeit ausgelotet werden. Stadtentwicklung Zürich einigte sich mit den beiden auf eine Pilotphase von zwei Jahren, während der das Projekt in bescheidenem Rahmen finanziell unterstützt wurde.

Seit März 2006 ist Tele Schwamendingen nun auf Sendung. Der Sender kann unter www.teleschwamendingen.ch empfangen werden. In regelmässigen Abständen werden kurze Filmbeiträge veröffentlicht, die Eigenartiges und Überraschendes über Schwamendingen zeigen. Gebräuche und Sitten des Quartiers sind ebenso Gegenstand der Berichte wie Meinungen und Geschichten prominenter und weniger prominenter Menschen.

www.teleschwamendingen.ch
das erste zürcher quartierfernsehen



Mittlerweile ist das Quartierfernsehen in Schwamendingen in weiten Kreisen bekannt und insbesondere auch von allen Seiten akzeptiert. Es war einer der tragenden Pfeiler von «Image Schwamendingen» und leistete damit einen gewichtigen Beitrag zu einer guten Entwicklung Schwamendingens. Ob Tele Schwamendingen innerhalb des Quartiers regelmässig als Informationsquelle genutzt wird, ist hingegen eher fraglich. Auch die Möglichkeit, die Plattform mit eigenen Filmen zu bespielen, wurde kaum genutzt. Grösser war vermutlich die Wirkung gegen aussen. Allein im Jahr 2007 wurde die Website von Tele Schwamendingen von mehr als 53'000 Internet-Usern besucht. Mit der Zeit hat sich ein Stammpublikum herausgebildet, das die Site regelmässig besucht. Auch in den Printmedien erhielt Tele Schwamendingen eine beachtliche Resonanz.

Es hat sich gezeigt, dass der Aufwand Tele Schwamendingen zu betreiben, zeitweise im Bereich einer 50%-Stelle lag. Ein Aufwand, der nebenberuflich kaum zu leisten ist. Nach dem Ablauf der Pilotphase, während der Stadtentwicklung Zürich Tele Schwamendingen finanziell unterstützte, wird nun ein Trägerverein gebildet, der Tele Schwamendingen beim Fundraising unterstützen soll. Nur wenn es gelingt, zumindest einen Teil des Aufwandes zu decken, wird Tele Schwamendingen weiter bestehen können.

→ Weitere Informationen unter: www.teleschwamendingen.ch

Neue Bilder von Schwamendingen

Postkarten sind gewissermassen die Visitenkarten eines Ortes oder Quartiers. Über Postkarten können Bilder in die ganze Welt getragen werden. Deshalb entstand die Idee, als weitere Imagemassnahme eine Serie von Schwamendinger Postkarten herzustellen.

Die Projektbeteiligten entschieden, die Sujets für die Postkarten nicht über eine Auftragsarbeit, sondern über einen Wettbewerb zu suchen. Ganz Zürich war eingeladen, Bilder für Schwamendingens neue Postkarten zu schiessen.

Anfang Juli 2006 wurde deshalb unter dem Motto «Neue Bilder von Schwamendingen» ein Wettbewerb öffentlich ausgeschrieben. Gesucht waren attraktive Bilder zu den Themen «Gartenstadt Schwamendingen» und «Zusammenleben in Schwamendingen»: Die Fotografinnen und Fotografen sollten Schwamendingens Qualitäten in den Fokus nehmen. Bis Ende September reichten 77 Teilnehmerinnen und Teilnehmer insgesamt 122 Bilder ein. Eine siebenköpfige Fachjury unter dem Vorsitz von Nikolaus Wyss, Rektor der Hochschule Luzern – Design & Kunst, beurteilte die eingereichten Arbeiten. Die Jury verlieh einen Hauptpreis und zeichnete fünf weitere Arbeiten aus.



Die preisgekrönten Arbeiten dienten als Vorlagen für die neuen Schwamendinger Postkarten. Für den Druck und den Vertrieb der Karten konnte der auf Ansichtskarten spezialisierte Verlag Photoglob AG gewonnen werden. Die Karten können beispielsweise auf der Post Schwamendingen, in der Bibliothek oder am Kiosk am Schwamendingerplatz gekauft werden. Bis heute sind von 18'000 gedruckten Postkarten rund 2'000 verkauft worden.³ Angesichts dieser doch recht bescheidenen Verkaufszahlen und nur

³ Weitere 4'500 Stück sind von Stadtentwicklung Zürich erworben worden. Diese sind den Projektbeteiligten sowie den Wettbewerbsteilnehmenden zur Verfügung gestellt worden.

wenigen Verkaufsstellen, wäre es wohl zielgerichteter gewesen, die Postkarten gratis zu verteilen und so für eine möglichst gute Verbreitung zu sorgen.



Die für den Wettbewerb eingereichten Bilder wurden zwischen dem 12. und 19. November 2006 in Schwamendingen ausgestellt. Stadtrat Gerold Lauber eröffnete die Ausstellung an einer gut besuchten Vernissage, in deren Rahmen auch die Preisverleihung des Wettbewerbs stattfand. Die Fotoausstellung wurde zu einem grossen Erfolg – rund 900 Personen besuchten sie. Auch das Echo der Medien fiel sehr positiv aus. Ausstellung und Wettbewerb sorgten zudem in Schwamendingen für angeregte und kontroverse Diskussionen. Das ist gut so, denn Kunst ohne Auseinandersetzung hätte ihr Ziel wohl verfehlt.

Kreis 12 – bekannt, unbekannt. Führungen durch die Gartenstadt Zürich-Schwamendingen

Vorurteile verschwinden oft erst dann, wenn man sich unmittelbar vom Gegenteil überzeugen lassen kann. Deshalb bot die Projektgruppe «Image Schwamendingen» zusammen mit dem Quartierverein Schwamendingen im Sommerhalbjahr 2007 fünf Führungen an. Unter dem Motto «Kreis 12 – bekannt, unbekannt» sollte das Quartier und vor allen Dingen seine Qualitäten als grünes Wohn- und Familienquartier Auswärtigen, Einheimischen und Neuankommenden näher gebracht werden. Die Führungen widmeten sich folgenden Themen:

- Gartenstadt Schwamendingen: Imagefrage oder gestalterische Herausforderung? Eine Suche nach Inspirationsquellen.
- Schwamendingen zwischen Erneuern und Erhalten: Beobachtungen und Feststellungen.
- Züri z' Fuess: Stadt-Spaziergang in Schwamendingen.
- Der Baumbestand Schwamendingens: eine Führung durchs Quartier.
- Schulhausbau in Schwamendingen gestern und heute: eine Tour durch kürzlich transformierte Schulanlagen.

Die Führungen stiessen auf ein reges Interesse: Rund 180 Personen nutzten die Gelegenheit, die Gartenstadt Zürich-Schwamendingen zu Fuss zu erkunden. Erfreulicherweise waren neben Einheimischen immer auch neu Zugezogene, interessierte Auswärtige, teilweise mit Zuzugsabsichten, mit von der Partie.



Der Quartierverein, der auch in den vorangegangenen Jahren immer wieder Führungen zu aktuellen Themen der Quartierentwicklung durchgeführt hatte, wird 2008 wieder vier Führungen anbieten. Eine davon wird sich speziell an neu Zugezogene richten, die so ihr Wohnquartier kennen lernen können.

➔ Weitere Informationen unter: www.qvs.ch

Die «Nebenprodukte»

IG Integration

Ausgehend vom Startworkshop im November 2005 hatte sich eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern integrativ tätiger Organisationen, gebildet. Diese Gruppe beschäftigte sich in der Folge nicht primär mit Image fördernden Massnahmen. Sie setzte sich vielmehr zum Ziel die Vernetzung unter den im Integrationsbereich tätigen Organisationen, aber auch den Informationsfluss von diesen zur Quartierbevölkerung zu verbessern. Zu diesem Zweck wurde die IG Integration gebildet, die sich zwei Mal jährlich zu einem Austausch trifft. Die IG Integration baute zudem die Informationsplattform «Farbiges Schwamendingen» auf.

➔ Weitere Informationen unter: www.farbigesschwamendingen.ch

Ein Quartiersekretariat für Schwamendingen?

Am Startworkshop wurde auch die Idee eingebracht, in Schwamendingen ein Quartiersekretariat einzurichten. Nach längeren Diskussionen konnte im Sommer 2007 eine Arbeitsgruppe aus Quartiervertreterinnen und -vertretern gebildet werden. Diese klärt nun die Bedürfnisse und Ansprüche an ein mögliches Quartiersekretariat und wird auf dieser Basis ein Grobkonzept entwerfen.

Fazit und Ausblick

Qualitäten im Fokus

Dank des grossen Engagements aller Beteiligten kann zum Abschluss des Quartierentwicklungsprozesses «Image Schwamendingen» ein positives Fazit gezogen werden. Tele Schwamendingen, Fotowettbewerb und -ausstellung sowie die Führungen haben Schwamendingen in ein positives Licht gerückt und dazu beigetragen, dass in den Medien und in der Öffentlichkeit immer wieder von den Qualitäten der Gartenstadt Schwamendingen und nicht nur von (angeblichen) Problemen die Rede war.

Ob sich aber mit solch kleinen Massnahmen und Interventionen der Ruf Schwamendingens nachhaltig verändern lässt, ist letztlich fraglich. Dafür bräuchte es ein langfristiges und permanentes Quartiermarketing sowie eine noch engere Kooperation zwischen der öffentlichen Hand und den wichtigsten Akteuren aus dem Quartier, insbesondere mit denjenigen, die ein unmittelbares ökonomisches Interesse an einem guten Image haben. Dazu wären beispielsweise das Gewerbe oder die Wohnbauträger zu zählen. Zudem wäre eine Verknüpfung der Imagearbeit mit grossen Bauvorhaben wie der Einhausung der Autobahn oder (Ersatz-) Neubauten von Wohnsiedlungen angezeigt. Denn gerade diese Erneuerungsprozesse haben das Potential, die Aussensicht auf Schwamendingen positiv zu verändern.

Unbesehen davon hat «Image Schwamendingen» eine positive Aufmerksamkeit auf Schwamendingen lenken können und zu einer guten Vernetzung unter verschiedenen Akteuren im Quartier beigetragen.



Herausforderungen der Zukunft

Entscheidende Auswirkungen auf das Image Schwamendingens wird die Art und Weise haben, wie Stadt und Quartier mit den Herausforderungen der nächsten Jahre umzugehen wissen. Dazu zählen vor allen Dingen die bauliche Entwicklung und Erneuerung des Quartiers, die Einhausung der Autobahn sowie das Zusammenleben verschiedener Bevölkerungsgruppen.

Die Veränderung der Bevölkerungszusammensetzung der letzten Jahre hat, wie eingangs erwähnt, zu Ängsten, Verunsicherungen und Spannungen geführt. Hier sind zusätzliche Anstrengungen für ein gutes Zusammenleben und gegenseitige Verständigung wichtig. Es muss gelingen, einen Dialog zwischen den verschiedenen Bevölkerungsgruppen aufzubauen. Zudem wäre ein vertiefter Austausch zwischen der Stadtverwaltung und denjenigen, die durch die Veränderungen der Bevölkerungszusammensetzung verunsichert worden sind, zu begrüssen.



Bei der baulichen Erneuerung gilt es, ein ausgewogenes Mass zwischen der Erhaltung der Qualitäten der Gartenstadt und einer baulichen Verdichtung zu finden, damit Schwamendingen weiterhin ein attraktives Wohn- und Familienquartier bleibt.

Dank

Im Namen der Stadt Zürich möchten wir allen Beteiligten für ihren grossen Einsatz zugunsten des Images von Schwamendingen danken. Ein ganz grosses Merci geht insbesondere an die Mitglieder der Projektgruppe «Image Schwamendingen».



Herausgeberin: Stadtentwicklung Zürich, Präsidialdepartement, Postfach, 8022 Zürich, Standort: Bäckerstr. 7, 8004 Zürich
Telefon 044 216 36 63, Fax 044 216 36 81, stadtentwicklung@zuerich.ch, www.stadtentwicklung-zuerich.ch

Bericht: Orlando Eberle, Stadtentwicklung Zürich, Februar 2008

Fotos und Abbildungen: Stadtentwicklung Zürich, Fotowettbewerb «Neue Bilder von Schwamendingen», S. 5: Quartierverein Schwamendingen, S. 6: Interreg IMAGE, S. 7: Alexandra Roskosny/Die Vorstadt, S. 9: Tele Schwamendingen