

**Zeitschrift:** Anthos : Zeitschrift für Landschaftsarchitektur = Une revue pour le paysage  
**Herausgeber:** Bund Schweizer Landschaftsarchitekten und Landschaftsarchitektinnen  
**Band:** 53 (2014)  
**Heft:** 4: Mehrwert Landschaft = Plus-value paysagère

**Artikel:** Mehrwert Landschaft in der Agglomeration? = Le paysage - une plus-value de l'agglomération?  
**Autor:** Schweingruber, Lukas  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-595309>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 02.04.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

1 Sitzelemente an den Treppen zum Wasser vor dem Stadtparkcafé in Usters neuer Mitte am Aabach.  
Sièges sur les marches descendant vers l'Aabach devant le café du Stadtpark, nouveau centre de la ville d'Uster.



1

Daniela Valentini (2)

## Mehrwert Landschaft in der Agglomeration?

**Das Dilemma vieler Agglomerationsgemeinden ist, dass sie gemeinsam in einen Topf geworden werden, ohne ihnen eine eigene Geschichte und damit die Möglichkeit einer eigenständigen Entwicklung zuzugestehen. Die Gemeinde Uster, die sich selbst «Stadt am Wasser» nennt, behauptet ihren Weg.**

## Le paysage – une plus-value de l'agglomération?

**Beaucoup de communes réunies au sein d'une même agglomération sont confrontées à un dilemme: elles sont toutes mises dans le même sac, sans qu'il leur soit concédé d'histoire propre et donc de possibilité d'évoluer de manière autonome. La commune d'Uster, qui s'intitule elle-même «La ville au bord de l'eau», trace sa propre voie.**

### Lukas Schweingruber

Landschaft ist natürlich gut, irgendwie unschuldig und zeitlos. Die Alpen und der Zürichsee eignen sich hervorragend, um Regionen oder Städte marketingmässig zu positionieren. Die offensichtlichen physischen und emotionalen Werte dieser zumindest im Grundsatz intakten Landschaften eignen sich als kollektive Identitätsträger, die divergierende Interessen bündeln und ein übergeordnetes zusammenhängendes Ganzes erlebbar machen. In der Agglomeration haben wir diese offensichtlichen Werte inzwischen weitgehend aufgegeben, Landschaft beginnt 30 Autominuten weiter hinten.

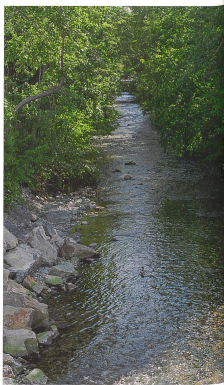
Anstelle von Landschaft gab es Park: Wohnen im Park war lange Zeit ein gutes Verkaufsargument, in der Zwischenzeit hat es sich abgenutzt und steht eher für kontextlosen, investorenlastigen Wohnungsbau. Der Parkbegriff hat auch nicht zu etwas Zusammen-

Le paysage est naturellement bon, en quelque sorte innocent et intemporel. Les Alpes et le lac de Zurich se prêtent parfaitement à un positionnement marketing des plus positifs de leurs régions et villes. Les valeurs manifestes sur le plan physique et émotionnel de ces paysages encore largement intacts, du moins sur le fond, conviennent comme vecteurs d'une identité collective apte à faire converger des intérêts initialement divergents, en faisant percevoir un tout cohérent d'ordre supérieur. Entre-temps, nous avons largement renoncé dans l'agglomération à ces valeurs manifestes, le paysage commence plus loin, là-bas, relégué à trente minutes de voiture.

Au lieu du paysage, il y avait le parc: pendant de longues années, «résider dans le parc» était un argument des plus vendeurs, qui s'est toutefois usé au fil du temps et qui, aujourd'hui, incarne plutôt la construc-



2



Stúdio Vulkan 3



Volker Schopp 4



hängendem geführt, «parkside» am linken Zürichseeufer beispielsweise steht im Verdacht, eine leere Worthülse zu sein. Umso interessanter ist es, wenn eine Stadt in der Agglomeration den Versuch macht, sich mit einem Landschaftsbegriff zu positionieren.

#### Landschaft als Strategie

Landschaft ist zuerst einmal etwas Grosses, das heisst, es müssen viele mitmachen, damit sie auch zu einem sichtbaren Wert für den Ort wird. Es braucht eine langfristig angelegte Strategie, die wachsen kann und an der viele teilhaben können. Damit eine Strategie greift, muss sie einfach sowie bezahlbar sein – und ein paar Leuchttürme aufweisen, die ihren Erfolg in-nerzt nützlicher Frist auch sichtbar machen.

Das Thema Wasser ist einfach. Usters Aabach hat zwar nicht so viel Wasser, aber im Zusammenspiel mit der Vergangenheit des Ortes, in dem sich im 19. Jahrhundert die Textilindustrie anlagerte samt deren Bauten, Kanälen und Weihern, ist er ein wichtiges stadträumliches Element. Die industriellen Zeugen jedoch verloren im Zuge der dynamischen Agglomerationsentwicklung ihre Bedeutung und drohten in Vergessenheit zu geraten. Ihre Wiederentdeckung als Teil der Identität Usters ist zugleich ein Teil ihrer Erfolgsgeschichte als «Stadt am Wasser». Damit das Label zu mehr wurde als einem einfachen Industrielehrpfad, bedurfte es einer Gefahr, die von der verdrängten Landschaft ausging: dem Hochwasser. Der Hochwasserschutz und die damit verbundene ökologische Aufwertung des Aabachs wurden zum Motor der Entwicklung.

Die Ironie dieser Ausgangslage war, dass sich die zwei Treiber der Entwicklung in ihrer Interessenslage

tion résidentielle hors de tout contexte et principalement axée sur les intérêts des investisseurs. La notion de parc n'a d'ailleurs engendré aucune entité cohérente; «parkside», sur la rive gauche du lac de Zurich, notamment, est soupçonné de n'être qu'une coquille vide de sens. Il est d'autant plus intéressant d'observer quand une ville intégrée à une agglomération tente de se positionner à travers la notion de paysage.

#### Le paysage en tant que stratégie

Le paysage, c'est d'abord quelque chose de grand, cela implique que beaucoup de parties prenantes doivent participer afin qu'il se mue vraiment en une valeur visible pour la localité. Pour cela, il s'impose de disposer d'une stratégie conçue sur le long terme, capable de croître et d'intégrer la participation de nombreux intervenants. Pour qu'une stratégie prenne, elle doit être aussi simple que finançable, tout en arborant quelques projets phares rendant également son succès visible dans un délai utile.

Le thème de l'eau est d'un abord facile. Certes, le débit de la rivière Aabach, à Uster, n'est pas très important, mais restituée dans le contexte du passé de cette localité, où l'industrie textile s'implanta au 19<sup>ème</sup> siècle, avec toutes ses constructions, canaux et étangs, la rivière constitue un élément urbanistique important. Quant aux témoins industriels, ils perdirent peu à peu de leur importance au fil du développement dynamique de l'agglomération, et menaçaient de tomber dans l'oubli. Leur redécouverte comme composantes intrinsèques de l'identité d'Uster représentée en même temps l'un des chapitres de l'histoire à succès de cette «ville près de l'eau». Pour que ce label franchisse le cap du simple sentier didactique

2 Entwicklungsphasen entlang des Aabachs. Etapes de développement le long de l'Aabach.

3 Fischtreppen setzen die Forderungen des revidierten Gewässerschutzgesetzes um und erfüllen die Auflagen des Naturschutzes. Les échelles à poissons réalisées selon les demandes de la protection de la nature: mise en œuvre de la loi sur la protection des eaux.

4 Ruhe und Schaulust am Zellweger-Weiher inmitten des urbanen Stadgefüges. Calme et plaisir de regarder au bord de l'étang Zellweger au milieu du tissu urbain.

diametral gegenüberstanden: raumgreifender mäandrierender Flussraum versus Kanal mit industriellem Duktus. Dank dem «sich Zusammenraufen» des kantonalen Amts für Abfall, Wasser, Energie und Luft AWEL und der Stadt Uster mittels einer Testplanung entstand in einer ersten Phase ein übergeordnetes Konzept, das den grundsätzlichen Umgang mit dem Aabach auf Gemeindegebiet definiert und es allen Stakeholdern ermöglicht, sich darin wiederzufinden.

#### Preisträchtige Inwertsetzung

Richtig populär und damit auch Schulthess-Preiswürdig wurde die Strategie durch die beiden Leuchtturmprojekte «Stadtspark» und «Luwa-Zellweger-Park». Beide sind nur im Kontext des Aabachraums zu verstehen, sie erzählen von einer Wiederentdeckung der industriellen Vergangenheit.

Wiederentdeckung bedeutet hier Neuinterpretation im Sinne von Mehrwert schaffen in Bezug auf Ökologie und Freizeitnutzung, und dies immer ohne den industriellen Duktus zu verneinen.

Weitere Interventionen entlang des Aabachs werden folgen und «Landschaft» als Mehrwert in der Agglomeration wieder stärker sichtbar machen – und sie so aus der Verbannung des «30 Autominuten weiter hinten» wieder hervorholen.

de l'industrie, il fallut une menace née du paysage refoulé: les crues. La protection contre les hautes eaux et la revalorisation écologique de la rivière Aabach allant de pair sont devenues le moteur du développement.

Le côté ironique de cette situation de départ était qu'initialement, les intérêts des deux promoteurs du développement étaient diamétralement opposés: un vaste espace fluvial, quelque peu envahissant et tout en méandres, contre un canal au tracé industriel. Une fois que l'office cantonal pour les déchets, les eaux, l'énergie et l'air AWEL et la ville d'Uster eurent éliminé leurs dissensions grâce à un projet de planification, la première étape donna le jour à un concept global définissant le principe de l'approche de l'Aabach sur le territoire communal et permettant à toutes les parties prenantes d'y trouver leur compte.

#### Valorisation digne de récompense

Grâce aux deux projets phares «Stadtspark» (parc municipal) et «Luwa-Zellweger-Park», la popularité de la stratégie décolla véritablement, devenant ainsi digne du prix Schulthess. Chacun des deux projets s'inscrit exclusivement dans le contexte de l'espace de la rivière Aabach, ils narrent la redécouverte du passé industriel.

Cette redécouverte se veut ici une réinterprétation dans le sens de la création de plus-value en termes d'écologie et d'activités de loisirs, mais sans jamais renier la trame industrielle.

D'autres interventions suivront le long de l'Aabach, pour rendre à nouveau plus visible «le paysage» en tant que plus-value de l'agglomération, le libérant ainsi de l'exil du «là-bas, à trente minutes de voiture».