EspaceSuisse

Verband für Raumplanung
Association pour l'aménagement du territoire
Associazione per la pianificazione del territorio
Associaziun per la planisaziun dal territori

# Stärkung der Orts- und Stadtkerne

## Abschlussveranstaltung ÖROK-Partnerschaft, Trofaiach

Rémy Rieder, EspaceSuisse

18. September 2019

# Leere Innenstädte, wo ist das Problem?

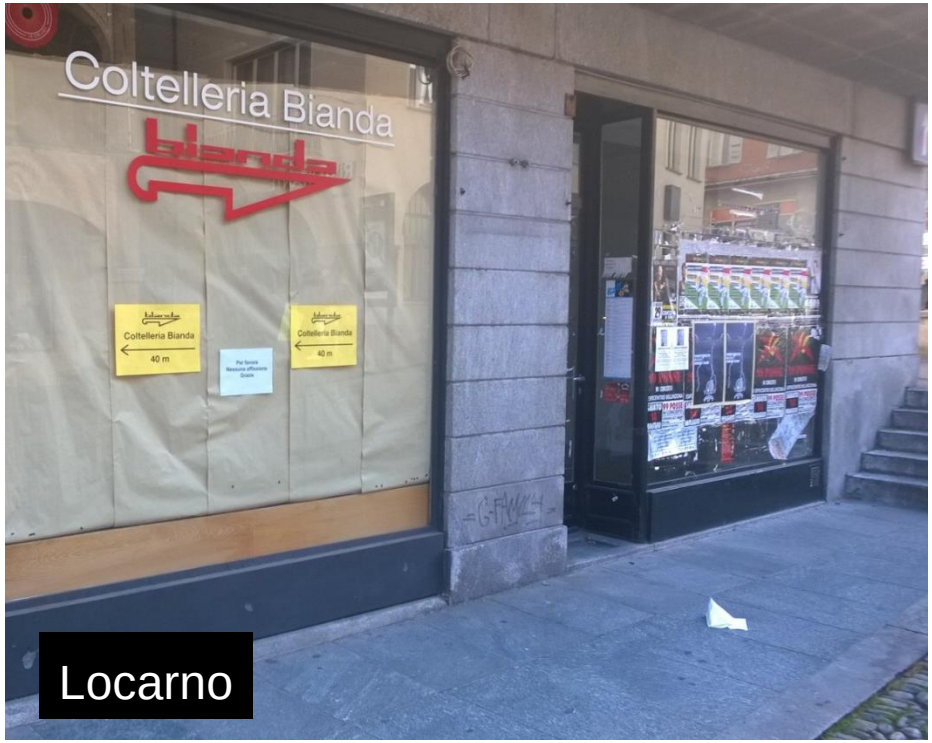
Leere Innenstädte

# Es gibt Probleme….

Verkehr

Morges VD

Detailhandel



Locarno

Zürich

Nachtlärm

Es gibt «zwei Städte»

# Die untere Stadt (Erdgeschoss) und die obere Stadt

In beiden Stadtteilen findet ein Strukturwandel statt.

Die «obere Stadt»

# Büroräume werden wieder zu Wohnungen

Quersubventionierung der Erdgeschoss-nutzungen mit den Erträgen aus Wohnnutzungen an Orten mit geringer Nachfrage nach Erdgeschossnutzungen.

Die «untere Stadt» - Erdgeschosse

# Strukturwandel im Detailhandel

## Einkaufstourismus ist im Schweizer Detailhandel eine feste Grösse

Der physische Einkauf im Ausland hat sich stabilisiert – zur neuen Gefahr für den hiesigen Einzelhandel könnte das via Internet getätigte Ausland-Shopping werden.

Die «untere Stadt»

# Leere Erdgeschosse – was tun?

Strukturwandel in den Stadt- und Ortszentren

# Erfahrungen aus langjähriger Beratungstätigkeit

Die Läden kommen nicht zurück, zumindest nicht in der früheren Form

## Erfahrungen aus langjähriger Beratungstätigkeit

1. Läden und Publikumsnutzungen örtlich konzentrieren; es können nicht mehr alle Gassen und Einkaufsstrassen «bespielt» werden.
2. Aussenräume aufwerten, Aufenthaltsqualität schaffen, Begegnungen ermöglichen.
3. Grosse Detailhändler wie Migros und Coop als Frequenzbringer ins Zentrum holen. Vor[illegible]ichen in (peripheren) Gewerbezonen be[illegible]iken.
4. Mit Para- und Hybridläden sowie Zwischen[illegible]gen für Nutzungsvielfalt sorgen.
5. Strategien entwickeln, partizipativ mit den B[illegible]gten; jede Stadt ist anders.

ÖROK Nr. 7 + 9

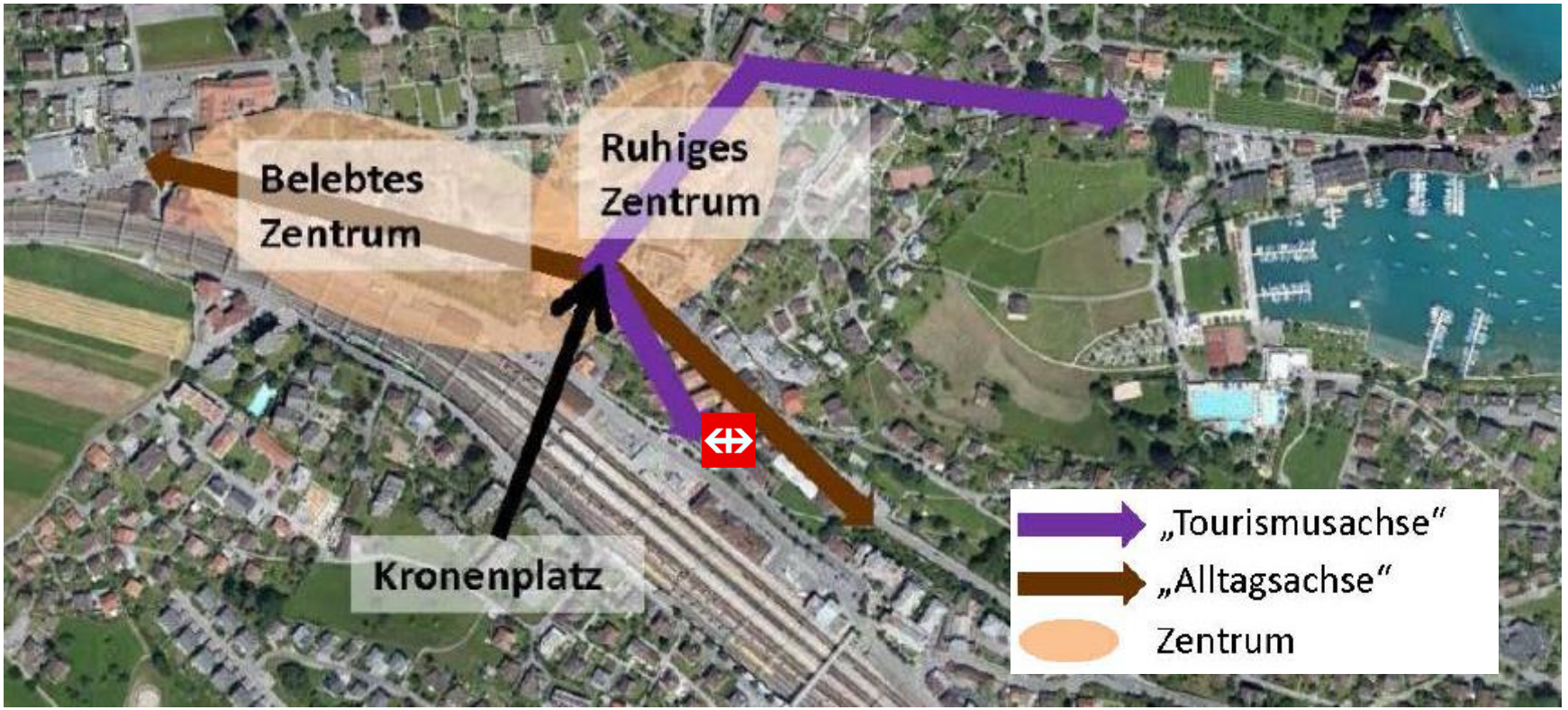
ÖROK Nr. 7 + 9

ÖROK Nr. 4 + 6

# 1 Gewerbe- und Publikumsnutzungen konzentrieren

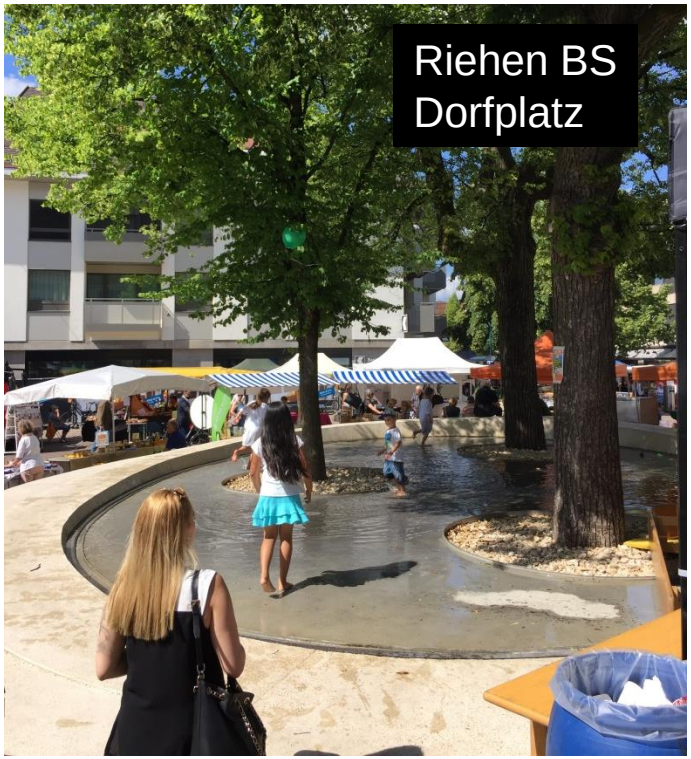
Zentrumssituation klären, Nutzungen örtlich konzentrieren und flächenmässig reduzieren. Wunschdenken und (wirtschaftliche) Realität zusammenbringen.

Spiez BE



# 2 Aussenräume aufwerten Begegnungen ermöglichen

Potenziale erkennen und nutzen


Riehen BS
Dorfplatz

Zürich, Sechseläutenplatz

Genève
Place du Vélodrome

# 2 Aussenräume aufwerten – Begegnungen ermöglichen

Sich nicht durch unergiebige Verkehrsberuhigungs- und Parkplatzdiskussionen blockieren lassen!

Ruheinseln schaffen…

Aarberg BE

Provisorien ermöglichen…

Altstätten SG

# 2 Strassenräume umdeuten - Aufenthaltsqualität bieten

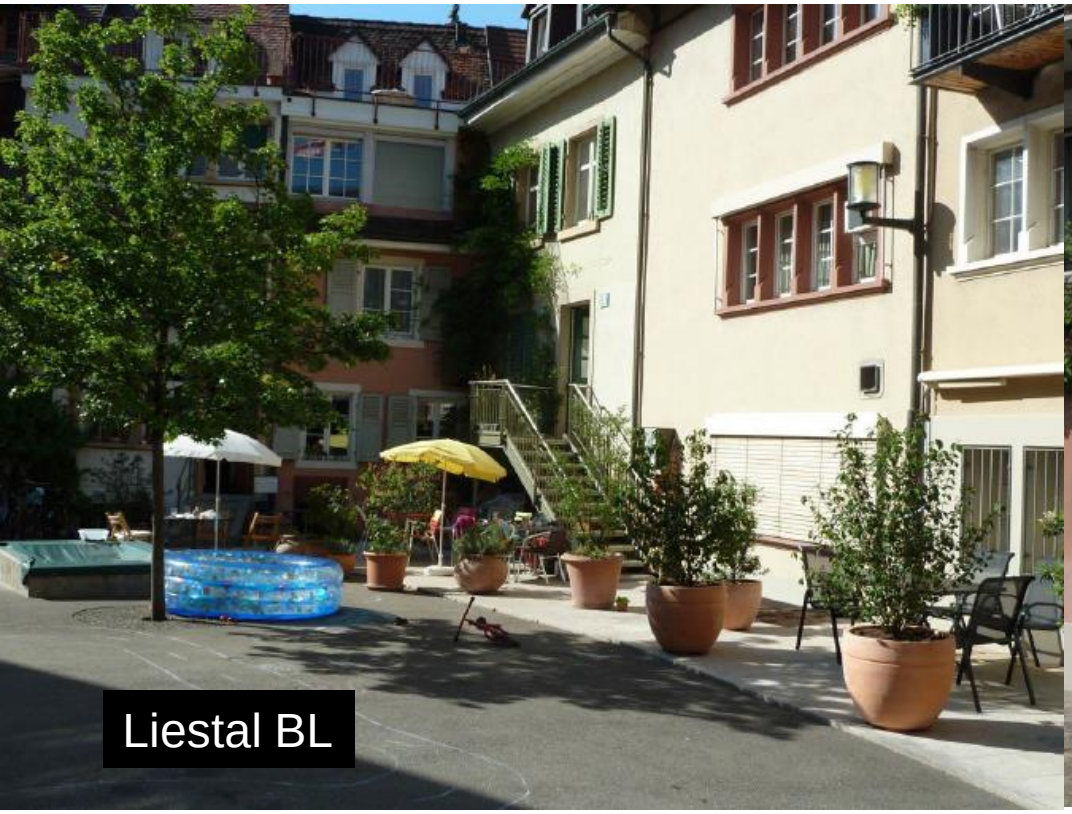
# 2 Strassenräume neu gestalten - Koexistenz ermöglichen

# 2 Erreichbarkeit der Zentren verbessern

Fussgängern und Rad-fahrerinnen Platz einräumen

Bestehende Wegnetze erhalten und ausbauen

# 2 Den Anwohnern die Nutzung des Aussenraums ermöglichen



# 3 Frequenzbringer ins Zentrum holen

ÖROK Nr. 7 + 9

Bassersdorf ZH

Renens VD
Place du Marché

X

# 4 Auf vielfältige Nutzungen setzen

ÖROK Nr. 7

Schwyz

Hybridläden

Regionale Produkte

Zürich

Sozio-kulturelle Einrichtungen

Paraläden

Paraläden

# Nicht vom Ertrag leben müssen…

4

ÖROK Nr. 7 + 9

# Zwischennutzungen fördern

Lichtensteig SG
Kultur im Rathaus

Lausanne

Zürich

# 4 Gastronomie belebt einen Ort

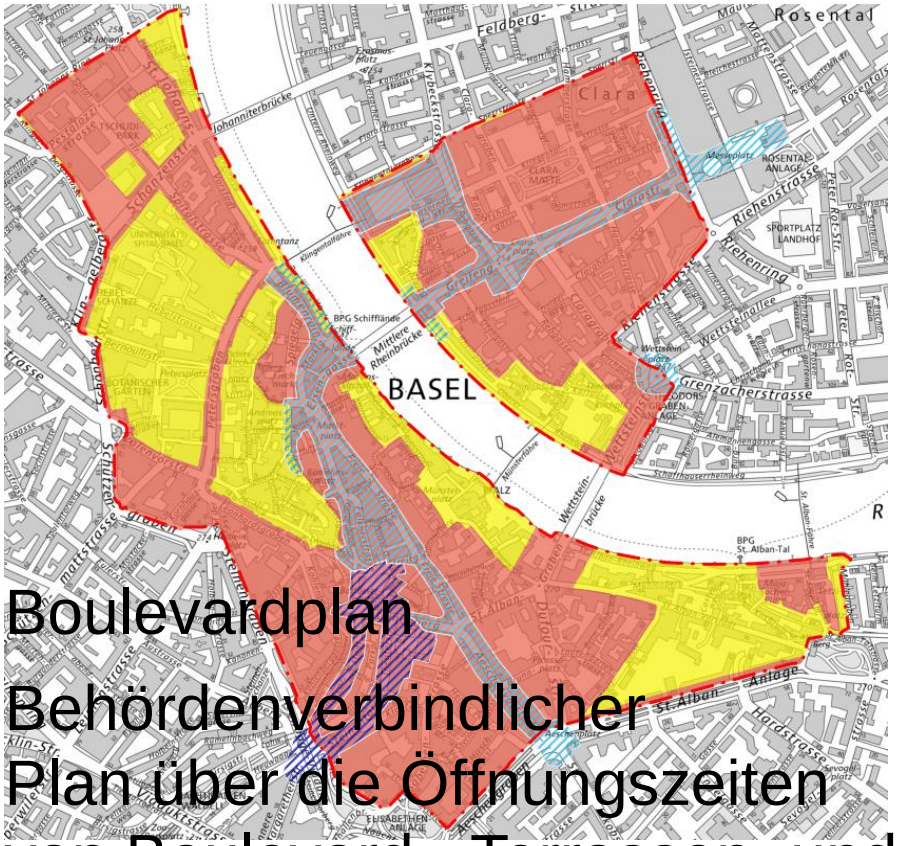
Gastronomie/Kultur und Wohnen

## ….nicht frei von Konflikten!

Megatrends (Individualisierung, Demografie, Klimawandel…) werden die Konflikte noch verschärfen.

Gastronomie/Kultur und Wohnen

# Boulevardplan Innenstadt und Gastronomie-Sekundärlärm-Beurteilungsinstrument (GASBI)




Boulevardplan

Behördenverbindlicher Plan über die Öffnungszeiten von Boulevard-, Terrassen- und Gartenwirtschaften

**Bewilligungsverfahren für Gastrobetriebe und Veranstaltungsorte**

## Beurteilung der Sekundärlärm-Immissionen

| **Objektbezeichnung** | **Name des Betriebes** | |
|---|---|---|
| Baugesuchsnummer | BBG 9091681 | |
| Adresse/Lage | Marktplatz 34 | |
| Gesuchsart | ☐ Vorabklärung | |
| | ☑ Änderung der Öffnungszeiten | |
| | ☐ Änderung Betriebscharakter | |
| | ☐ Baugesuch / Betriebsbewilligung | |
| **Weitere Abklärungen / Auflagen** | | |
| LSV, Anhang 6, Gewerbelärm | ☐ [Prognose/Auflage] | |
| SIA 181, Schallschutz im Hochbau | ☐ [Schallschutznachweis] | |
| Cercle Bruit[1], Richtlinie | ☐ [Auflage für Betriebskontrolle] | |
| Schall- und Laserverordnung | ☐ [Auflage für Betriebskontrolle] | |
| **zulässiger Störgrad** | | |
| zulässiger Störgrad gemäss Plan | 32 | 32 |
| Empfindlichkeitsstufe | III | |
| **berechneter Störgrad** | | **Störgrad** |
| Publikum, Besucherkategorie | "Beizengänger", Alkohol ist ein v | 9 |
| Nutzung: | | |
| Take Away | kein Take Away | 0 |
| Erschliessung | ☑ gute öV-/MIV-Erschliessung | -1 |
| Kapazität | > 500 | 5 |
| Betriebszeiten | Betriebszeiten gem. Cercle Bruit[1] / GGG[2] | 20 |
| Mo - Do | durchgehender Betrieb (bereits vor 05:00 geöffnet) ☑ | ☑ 05-07 ☑ 07-19 ☑ 19-22 ☑ 22-01 ☑ 01-05 |
| Fr / Sa | ☑ | ☑ 05-07 ☑ 07-19 ☑ 19-22 ☑ 22-02 ☑ 02-05 |
| Sonntag | ☑ | ☑ 05-07 ☑ 07-19 ☑ 19-22 ☑ 22-01 ☑ 02-05 |
| zeitl. Konzentration Besucherstrom ? | ☐ | 0 |
| Neuanlage / Umnutzung ? | ☐ Neuanlage | 0 |
| öffentliches Interesse | ☐ | 0 |
| **Summe Störgrad** | | 33 |

**Beurteilung**

**Der berechnete Störgrad liegt im Toleranzbereich von ±10% um den zulässigen Störgrad. Aus diesem Grund ist eine einzelfallweise Prüfung des Gesuches durchzuführen.**

[1] Cercle Bruit: Vollzugshilfe vom 10. März 1999

[2] GGG: Gastgewerbegesetz

# 5 Analyse und Strategien

ÖROK Nr. 4

Analisi urbana Lugano

Novembre 2018

Fribourg

Analyse de ville

Document final pour l'assemblée publique du 26.06.2018

| Detailhandelsbarometer Innestadt Glarus (12'500 Einwohner, 2017) | | | Vergleich | |
|---|---|---|---|---|
| Aspekt | Beurteilung<br>vorteilhaft<br>mittel<br>unvorteilhaft | Kommentar / Begründung | Solothurn 16'000 Einw. | Delémont 12'000 Einw. |
| **Aktuelles Angebot** | | | | |
| Anzahl Geschäfte | | + Detailhandel ist "noch" vielfältig<br>- Strukturveränderungen spürbar<br>- Leerstände entstehen | | |
| Dichte der Einkaufszone | | + Konzentration im Zentrum<br>- Eine zusätzliche Konzentration tut gut | | |
| Ladengrössen | | - eher klein strukturiert | | |
| Ladenmix | | + interessante Vielfalt<br>+ neue Formen entstehen, Wochenmarkt | | |
| Image und Marketing | | - Gemeinsames Marketing kaum spürbar<br>- Zusammenarbeit auf keinem guten Level | | |
| Leerstände & Nachnutzungen | | + Nicht viele empfindliche Leerstände | | |
| **Einkaufsgefühl** | | | | |
| Einkaufsumgebung | | + Schöne Angebote<br>- Frequenzschaffer fehlt | | |
| Flanierqualität | | - Atmosphäre kaum vorhanden<br>- Strasse trennt und stört<br>- Kein Wasserzugang | | |
| Aufenthaltsqualität | | + Schöne Plätze (Potenzial)<br>- Plätze laden nicht ein<br>- Zaunplatz mit Fahrzeugen zugestellt | | |
| Gastronomie und Sehenswürdigkeiten | | + Gastronomie vorhanden, ausbaufähig<br>- Sehenswürdigkeiten zuwenig inszeniert<br>- Kein Leuchtturm vorhanden | | |
| **Erreichbarkeit** | | | | |
| Lage innerhalb Stadtgebiet | | + Altstadt liegt zentral<br>+ Bahnhof liegt nahe, Fusswegdistanz | | |
| Parkplatzangebot | | + Viele Parkplätze vorhanden | | |

# 5 Strategie mit konkreten Massnah (partizipativ)

ÖROK Nr. 4

| B-2 | Réaménager la Grand-Rue |
|---|---|
| Objectifs | • Augmenter la qualité de l'espace public<br>• Favoriser les usages et les mobilités douces<br>• Valoriser le patrimoine architectural et urbain |
| Description de la mesure | • Réaménagement de la Grand-Rue : suppression des trottoirs, surface uniforme |
| Premier p | |
| Type de m | |
| Direction | |
| Calendrier | |
| Mesure(s) | |
| Ressource | |

| Stossrichtung | | Ziel | Massnahmenfelder | |
|---|---|---|---|---|
| A | Das Zentrum erlebbar machen | Weinfelden positioniert sich als attraktive Zentrumsgemeinde. | A1 | Den Bahnhofplatz zum Eingang machen |
| | | | A2 | Den Markplatz zum Stadtplatz machen |
| | | | A3 | Den historischen Ortskern in Szene setzen |
| | | | A4 | Die untere Rathausstrasse aufwerten |
| | | | A5 | Das Flanieren verbessern |
| B | Das Typische an Weinfelden weiterentwickeln | Weinfelden gewinnt Kunden durch Qualität und Charme. | B1 | Messen und Ortskern besser koordinieren |
| | | | B2 | Kulinarik und Wein zelebrieren |
| | | | B3 | Das Element Märkte gezielt einsetzen |
| | | | B4 | Einen Hauslieferdienst einführen |
| C | Die publikumsorientierten Nutzungen steu- | Weinfelden überzeugt als dichte und vielfältige | C1 | Ein gemeinsames Flächenmanagement aufbauen |
| | | | C2 | Ein regionales Detailhandelskonzept anstreben |
| | | | C3 | Die Aussenräume aktiv bespielen |

# 5 Gewerbe und Bevölkerung einbe…

ÖROK Nr. 6

12 | **LUGANO**

# Glarus diskutiert die Zukunft seiner Innenstadt

Eine «Macher-Gruppe» aus Detailhandel, Bewohnerinnen und Hauseigentümern, Gastronomie und Tourismus, Politik und Kultur hat sich zur Stadtentwicklung in Glarus getroffen.

**von Fridolin Rast**

Mit der Stadtanalyse Glarus haben Experten von aussen auf die Stadt geschaut. Innen, im Dachstock des Zaunschulhauses, haben nun die Autoren Daniel Bauer und Christof Tscharland vom Netzwerk Altstadt informiert und mit rund 70 Beteiligten diskutiert. Im Dachstock des Zaunschulhauses haben sie sich getroffen, und in Arbeitsgruppen gesagt, was sie gut finden und wo sie skeptisch sind.

Daniel Bauer zeigte den Rahmen auf: Einkaufszentren und Internet haben dem Stadtzentrum Kaufkraft weggenommen, und die Onlinekonkurrenz wird noch stärker werden. Sein Rezept gegen das einsame Sterben im Ladengeschoss: Zusammenrücken im Raum zwischen Rathaus und Gemeindehaus, den Einkauf in Glarus mit Atmosphäre und hoher Qualität zu einem positiven Erlebnis machen. Wobei die Kantonsstrasse eine Schlüsselrolle spielt: Nach dem geplanten Betriebskonzept soll der Verkehr stetiger und flüssiger fliessen, aber nicht mit einem tieferen Tempolimit von Tempo 30 statt Tempo 50.

Was kommt an, was ist umstritten? Eine Arbeitsgruppe stimmt über Vorschläge der Netzwerk-Altstadt-Experten zur Zukunft der Innenstadt von Glarus und über Ideen aus der Gruppe selbst ab. Bild Fridolin Rast

# Negozi «Non abbiamo più voglia di lamentarci»

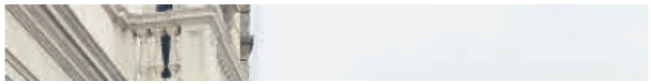
I rappresentanti dei commercianti del centro dicono la loro sulla crisi del settore e le aperture straordinarie
«Lo studio di EspaceSuisse sulla città? Riassume ciò che noi viviamo tutti i giorni ed è una cosa positiva»

**CHIARA NACAROGLU**

«Oggi va di moda lamentarsi, ma noi abbiamo voglia di smettere di farlo». È posi-

deve tenere in considerazione che lo spostamento potrebbe dare il la ad altri movimenti fuori dal centro. Secondo Poretti, quindi, «andranno trovate soluzioni per

na scorsa (oltre la metà ha detto di non essere interessato, cfr. CdT 29/3). Poretti e Tallarini non sono stupiti né sorpresi dall'esito del nostro reportage, che vede



## Auch das örtliche Gewerbe ist gefordert!

**Erkennen der eigenen Schwächen…**

| | Stadtzentrum Dorfzentrum | Einkaufszentrum |
|---|---|---|
| gemeinsame Öffnungszeiten | – | ✓ |
| gemeinsame Werbung | ✓ | ✓ |
| gezielter Branchenmix | – | ✓ |
| Platzieren von Geschäften | – | ✓ |
| verkehrsfreies Flanieren | – | ✓ |

**… und Gegensteuer geben!**

EspaceSuisse

Verband für Raumplanung
Association pour l'aménagement du territoire
Associazione per la pianificazione del territorio
Associaziun per la planisaziun dal territori