

Nutzungsstrategie

Leitfaden

Version 7, April 2014

A Ablauf

Generelle Ausrichtung

Die Nutzungsstrategie soll eine Stadt befähigen, auf die veränderte Marktsituation bei den Erdgeschossnutzungen zu reagieren und einen neuen stabilen Zustand der Innenstadtnutzung zu finden. Die Nutzungsstrategie greift dazu sowohl bei den Erdgeschossen (Ladennutzungen) wie auch bei den Wohnnutzungen an. Im Zentrum steht die Frage: Wo ist welche Nutzung möglich bzw. sinnvoll? Dazu werden die Potentiale betrachtet und in Übereinstimmung mit den lokalen Möglichkeiten gebracht: Wie kann sich die Geschäftsnutzung entwickeln? Wie kann sich die Wohnnutzung entwickeln? Welches sind die Aufgaben im Bereich Begegnung und Identifikation? Ziel ist eine lokal getragene, den Möglichkeiten angepasste Strategie.

Ziele

Die Nutzungsstrategie soll folgende Ziele erreichen:

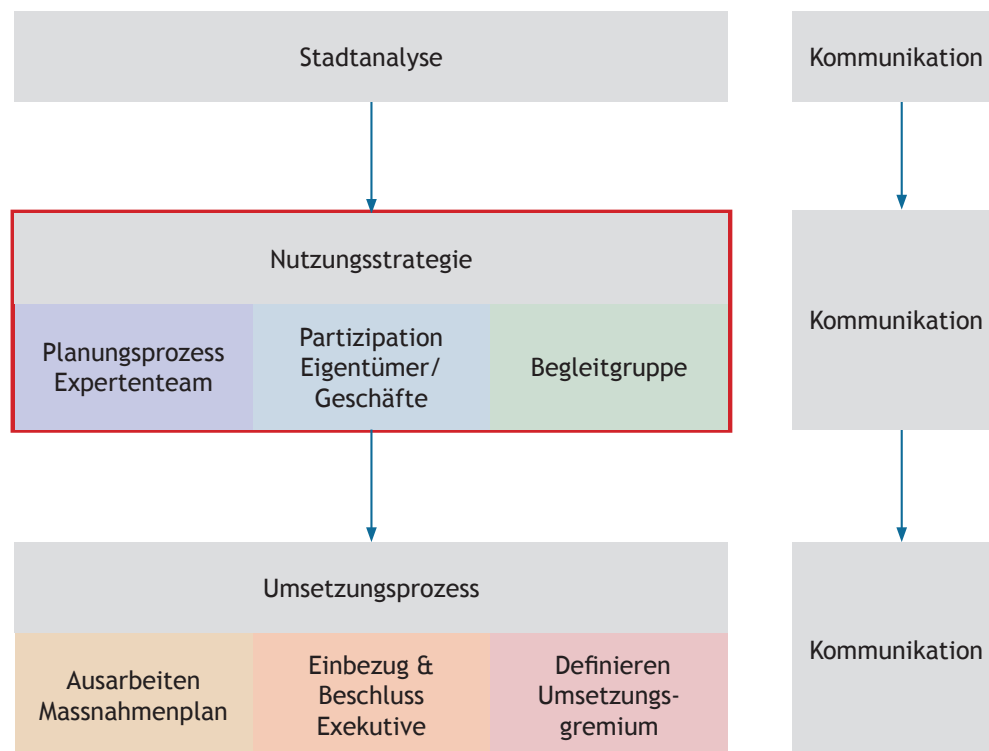
- Stadt / Gemeinde:
 - Vermitteln eines Problembewusstseins bei den Betroffenen und der Bevölkerung: Die Altstadt ist im Wandel, die Erträge aus den Erdgeschossen nehmen ab, das Wohnen ist eine wichtige Stütze für den Fortbestand der Liegenschaft.
 - Schaffen von Solidarität unter den Betroffenen: Man sitzt im gleichen Boot, es geht nicht um Schuldzuweisungen, der Wandel muss aktiv angegangen werden.
 - Erarbeiten eines Massnahmenplanes auf Basis der Nutzungsstrategie. Erkennen von Potentialen und Strategien. Formulieren von Stossrichtungen und Prioritäten.
- Ladenbetreibende:
 - Vermitteln eines Problembewusstseins bezüglich des Wandels im Detailhandel: Trends, Kennzahlen.
 - Vergleich mit anderen Städten in ähnlichen Situationen.
 - Selbstbeurteilung der Lage und ziehen von Schlüssen: Wo stehen wir, was kommt noch auf uns zu?
 - Entwickeln einer gemeinsamen Entwicklungsstrategie für den Geschäftsstandort.
 - Entwickeln von alternativen Szenarien: Paraläden, Shop-in-Shop, Handwerk.
- Eigentümer:
 - Erkennen der Potenziale für Erdgeschoss und Obergeschosse.
 - Bewusstwerden des Potenzials beim Wohnen.
 - Wertschätzen der historischen Substanz, Erkennen ihres Potenzials für die weitere Entwicklung.
 - Erkennen von grundsätzlichen Entwicklungsperspektiven für das eigene Haus.
 - Erkennen von Gefahren von Nachnutzungen im Erdgeschoss.
 - Finden einer gemeinsamen Entwicklungsstrategie für die Gasse.

Ablauf und Leistungsumfang

Die Nutzungsstrategie basiert auf der Stadtanalyse. Diese weist die grundsätzlichen Potentiale und Problemfelder aus.

Die Nutzungsstrategie selber besteht aus drei Handlungssträngen:

- Der planerische Prozess des Expertenteams: Analysen, Pläne, Handlungsempfehlungen
- Der partizipative Prozess mit den Eigentümern / Geschäften und der Bevölkerung
- Den begleitenden Prozess mit der Verwaltung / Politik, meist in Form einer Begleitgruppe



rot = Leistungsumfang Nutzungsstrategie

Parallel bzw. anschliessend zur Nutzungsstrategie sind folgende Arbeiten anzupacken:

- **Kommunikationsarbeit:** Die Medien sollen als wichtige Dialogplattform aktiv genutzt und einbezogen werden. Das Expertenteam gibt hierzu eine Empfehlung zuhanden der Stadt ab, wie dies geschehen könnte. Die eigentliche Medienarbeit muss von der Stadt geleistet oder in einem separaten Auftrag definiert werden.
- **Ausarbeiten Massnahmenplan:** Die Nutzungsstrategie benennt die Handlungsfelder und Massnahmen, kann aber keine Planung (Verantwortlichkeiten, Budgets, Koordination mit anderen Projekten) liefern. Diese Arbeit ist seitens der Stadt vorzusehen.
- **Einbezug & Beschluss der Exekutive:** Es hat sich gezeigt, dass eine Präsentation der Nutzungsstrategie vor der Exekutive sowie eine Beschlussfassung über die gemachten Aussagen und vorgeschlagenen Massnahmen unumgänglich sind. Je nach Stadt läuft

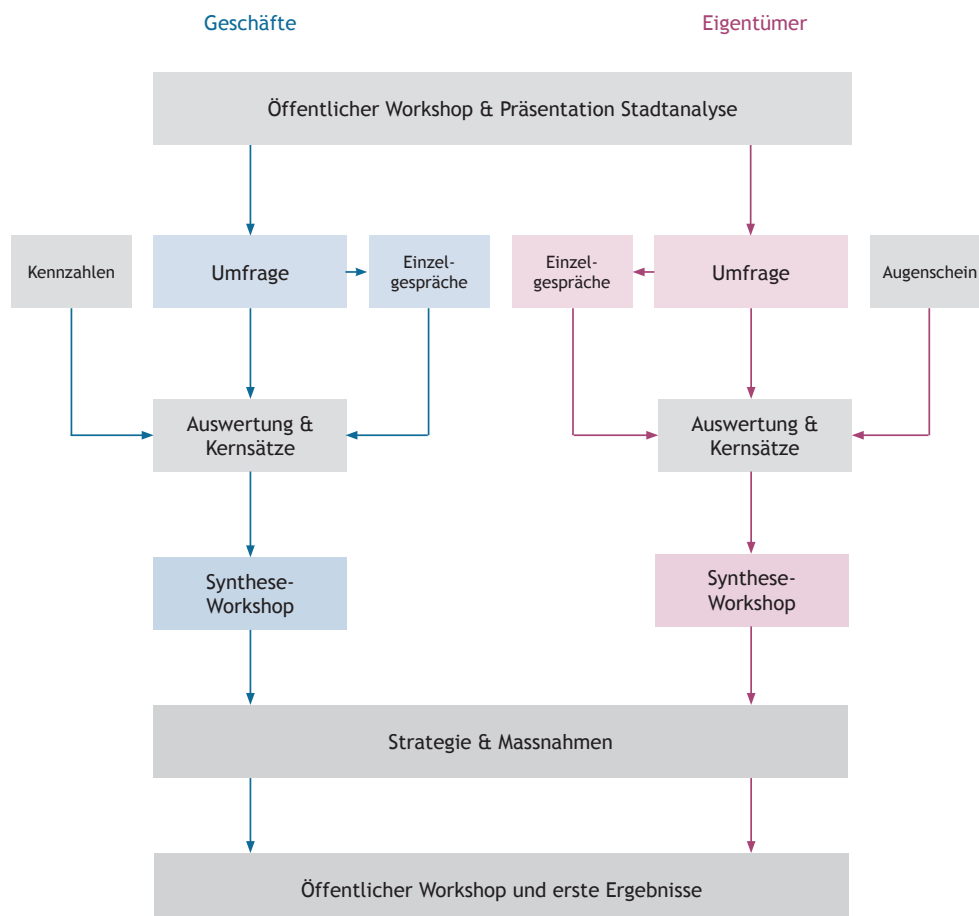
dieser Prozess aber anders ab. Soll das Expertenteam hierin eine aktive Rolle spielen, ist ein separater Auftrag nötig.

- Definieren Umsetzungsgremium: Es braucht eine Person oder Gruppe, welche sich der Umsetzung der Massnahmen annimmt. Dies kann auf Basis einer bestehenden Kommission passieren. Dies kann aber auch in Form eines „Altstadtmanagers“ geschehen, der zusammen mit Verwaltung und Politik die Umsetzung der Massnahmen vorantreibt.

Partizipation

Die Methode nutzt einen partizipativen Ansatz. Damit wird bereits in der Projektphase die Integration der wichtigsten Zielgruppen und der Bevölkerung sichergestellt. Die Strategie kennt zwei Dialogstränge: Ladenbesitzer und Eigentümer. Ziel dieser Unterteilung ist eine problemspezifische Diskussion und Sensibilisierung. Bei den Ladenbetreibern spielt auch eine gewisse Diskretion hinein. Sie möchten ihre Probleme nicht mit ihren Kunden teilen. Der gewählte Ansatz versucht, den beiden Gruppen gerecht zu werden, indem es ihre Möglichkeiten und Grenzen (Interesse, zeitliche Verfügbarkeit) respektiert. Es wird eine schriftliche Umfrage unter den beiden Zielgruppen durchgeführt. Die Umfrage verfolgt drei Ziele:

- Kontaktaufnahme mit den Betroffenen. Wecken des Interesses. Sie zu Beteiligten machen.
- Abholen von Informationen, Wünschen, Ideen, Problemen.
- Übermitteln von Informationen (via beigelegtes Material)



Medienarbeit

Die Wirkung der Nutzungsstrategie baut auf den Einbezug der Betroffenen und der Bevölkerung. Dazu sind die Medien ein unerlässlicher Dialogpartner. Eine offene Kommunikation ist wichtig. Folgendes Vorgehen hat sich bewährt:

- Vorgängig zu den beiden öffentlichen Veranstaltungen sind die Medien einzuladen und mit Material zu versorgen. Es geht darum, ihnen ein Verständnis für die Zusammenhänge zu zeigen und auf ihre Fragen einzugehen.
- Während der Arbeit an der Nutzungsstrategie soll eine Serie von Artikeln über die Altstadt erscheinen, z.B. in Form von „Haus-Geschichten“ (siehe Konzeptpapier „Kommunikation in Städten“, Netzwerk Altstadt 2012). Dazu kann ein Medium ausgewählt werden, welches sich für die Aufgabe interessiert. Die Texte sollen zu wesentlichen Teilen von Fachleuten (Verwaltung oder Experten) geschrieben sein. Die Haus-Geschichten zeigen exemplarische Entwicklungsmöglichkeiten in der Altstadt auf und porträtieren innovative Personen mit ihren Häusern, Umbauprojekten oder Ladenprojekten.
- Die Medien können an die Workshops der Eigentümer und Geschäfte eingeladen werden, wenn ein gutes Medienverhältnis vorhanden ist. Die Medien müssen sich verpflichten, keine Namen von Anwesenden zu nennen.

Die Medienarbeit ist nicht Teil der Nutzungsstrategie, kann aber als separater Auftrag erteilt werden:

- Vorbereiten und Mitgestalten separater Medienanlässe
- Schreiben von Haus-Geschichten
- Aufarbeiten anderer Inhalte für eine Berichterstattung oder einen Medientext

Sitzungsraster Ablaufplan

Die Nutzungsstrategie basiert auf einem definierten Raster, um die Kosten kontrollieren zu können. Dieser orientiert sich an nachfolgendem Schema. Weitere Sitzungen erfordern ein Zusatzbudget.

Anlass		Termin	Experten	Verwaltung	Begleitgruppe	Eigentümer	Geschäfte	Bevölkerung	Medien
1	Koordinationssitzung : Termine, Zuständigkeiten, Ablauf, Medienarbeit, Definieren Perimeter		•	•					
2a	Erste Sitzung Begleitgruppe : Präsentation des Ablaufs, Rolle BG, Vernetzung, Klären Perimeter. Dauer ca. 1h		•	•	•				
2b	Anschliessend an 2a: Öffentlicher Workshop: Präsentation Stadtanalyse, Ablauf NS / Umfrage		•	•	•	•	•	•	•
	Versand Umfragen			•					
	Einzelgespräche vor Ort		•						
	Auswertung Umfrage		•						
3	Zweite Sitzung der Begleitgruppe : Präsentation der Resultate aus den Umfragen, Schlüsse für die Strategiebildung		•	•	•				
4a	Workshop mit den Eigentümern		•		G	•			E
4b	Workshop mit den Geschäften		•		G		•		E
	Detailstudien / Potentiale Wohnen und Detailhandel / Aussenraum / Verkehr		•						
	Einzelgespräche vor Ort		•						
	Auswerten der Basisdokumente (vorhandene Studien)								
5	Arbeitssitzung betreffend Strategie und Massnahmen: Selektion der Massnahmen, formen der Stossrichtungen, Vernetzung mit bestehenden Projekten.		•	•					
	Entwurf Bericht		•						
6	Dritte Sitzung der Begleitgruppe: Präsentation der Strategie und Massnahmen (Entwurf Bericht)		•	•	•				
7	Sitzung mit der Exekutive: Präsentation der Ergebnisse. Konkrete Anträge.		•	•					
7a	ev. Medieninformation (separates Budget)		•	•					
8	Öffentliche Veranstaltung: Präsentation und Diskussion der gemeinsamen Strategie. Sofortmassnahmen, Arbeitsgruppen.		•	•	•	•	•	•	•

G = Gast. Die Mitglieder der Begleitgruppe sind als Zuhörer eingeladen.

E = Eventuell: Die Medien können unter gewissen Bedingungen zu den Workshops zugelassen werden.

B Bericht

Der Bericht soll verständlich und kompakt sein. Er soll aufzeigen, wie die Nutzungen sich verschoben haben, wo wir heute stehen und welche Optionen wir haben. In den Anhängen soll der Prozess dokumentiert sein, der zu den gemachten Empfehlungen geführt hat.

1.	Einleitung	
1.1.	Die Nutzungsstrategie	Ablauf Nutzungsstrategie
1.2.	Der Auftrag	Einbettung dieser Strategie in den Stadtentwicklungsprozess. Definition Perimeter.
1.3.	Vorgehen	Beschrieb des Vorgehens: Einbezug der Betroffenen, Umfragen, Workshops, Medienarbeit. Begleitgruppe.
1.4.	Weitere Werkzeuge des Netzwerkes Altstadt	Verweis auf Haus-Analyse, Gassenclub.
2.	Analyse	
2.1.	Die Stadtanalyse	Zusammenfassung der Stadtanalyse
2.2.	Ergebnisse der Dokumentenanalyse	Verweis auf bestehende Arbeiten und ihre Relevanz für die anstehenden Aufgaben.
2.3.	Ergebnisse der Umfragen und Workshops	Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse. Detaillierteres im Anhang.
2.4.	Gedanken zum Detailhandel	Analysen zum Detailhandel: Trends, Zonen, Entwicklungsperspektiven, EG-Pläne, Detailhandelsbarometer, Schlüsselstellen etc.
2.5.	Gedanken zum Wohnen	Analysen zum Wohnen: Trend, Markt, Potentiale, Gefahren, Schlüsselstellen.
2.6.	Gedanken zu Kultur und Begegnung	Analysen zu Kultur und Begegnung. Potentiale, Nischen, Konflikte.
2.7.	Gedanken zur Verkehrslösung	Analysen zum Verkehr / Parkierung.
3.	Strategien & Massnahmen	
3.1.	Gesamtstrategie	Genereller Ansatz: Motivation, Zielrichtung, Strategie
3.2.	Stossrichtung A:	Stossrichtung und dazugehörige Massnahmen
3.3.	Stossrichtung B:	Stossrichtung und dazugehörige Massnahmen
3.4.	Stossrichtung C:	Stossrichtung und dazugehörige Massnahmen
3.5.	Weiteres Vorgehen	3 Anträge an Gemeinderat Bilden einer Umsetzungsorganisation Sofortmassnahmen
4.	Verweise	Literatur / Quellen
5.	Anhang	
5.1.	Fragebogen	
5.2.	Auswertung Umfragen	
5.3.	Notizen zu den öffentlichen Workshops	