

# Projekt Begegnungsstadt „Die Entwicklung der Altstadt“

## Bericht



## Vision

„Die historische Altstadt ist belebt und gilt im  
St. Galler Rheintal als  
Treffpunkt und lebendiger Begegnungsort.“

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	4
1.1	Ziele	4
1.2	Mitwirkungsprozess	4
1.3	Weiterführende Unterlagen und Dokumentation	5
2	Vorgehen und Termine	5
2.1	Beteiligte	5
2.2	Ablauf und Termine	6
3	Grundlagen und Analysen	7
3.1	Stadtanalyse Netzwerk Altstadt	7
3.2	Pläne und Kennzahlen	10
3.3	Umfrageergebnisse Liegenschaftseigentümer	13
3.4	Umfrageergebnisse Geschäfte/Gastronomiebetriebe	14
3.5	Detailhandelsbarometer	14
4	Nutzungsmix in der Altstadt	16
4.1	Die Altstadt als Wohnort	16
4.2	Die Altstadt als Detailhandelsstandort	16
4.3	Die Altstadt als Begegnungsort	17
4.4	Ausführungen zu Nutzungsdynamik und „Para-Läden“	17
5	Mitwirkungsprozess	19
5.1	Erste öffentliche Veranstaltung	19
5.1.1	Resultate der ersten öffentlichen Veranstaltung	20
5.2	Workshops	20
5.2.1	Resultate Workshop Liegenschaftseigentümer	21
5.2.2	Resultate Workshop Geschäfte und Gastronomiebetriebe	22
5.3	Zweite öffentliche Veranstaltung	23
5.3.1	Resultate der zweiten öffentlichen Veranstaltung	24
5.4	Beurteilung des bisherigen Mitwirkungsprozesses	27
6	Handlungsfelder und Stossrichtungen	28
7	Umsetzung	29
7.1	Liste der Massnahmen mit Priorisierung	29
7.2	Entwurf Massnahmenplan - hohe Priorität	30
7.3	Entwurf Massnahmenplan – mittlere und geringe Priorität	36

## Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen

Abbildung 1: Ziele des Projektes Begegnungsstadt	4
Abbildung 2: Beteiligte Anspruchsgruppen	5
Abbildung 3: Ablauf des Mitwirkungsprozesses	6
Tabelle 4: Überblick der wichtigsten Termine	6
Abbildung 5: Plan des untersuchten Gebiets (Perimeter)	10
Abbildung 6: Kennzahlen zu den Liegenschaften	10
Abbildung 7: Geografische Übersicht der Wohnarten	11
Abbildung 8: Plan der Erdgeschoss-Nutzungen	11
Abbildung 9: Plan des Parkplatzangebots	12
Abbildung 10: Ergebnisse der Verkehrszählung	13
Tabelle 11: Detailhandelsbarometer, erstellt durch Netzwerk Altstadt	15
Tabelle 12: Vergleich der Leitnutzungen	17
Abbildung 13: Impressionen der ersten Veranstaltung	19
Abbildung 14: Impressionen der Workshops	20
Abbildung 15: Impressionen der zweiten Veranstaltung	23
Tabelle und Abbildung 16: Bewertung der Kernsätze Liegenschaften und Nutzungen	24
Tabelle und Abbildung 17: Bewertung der Kernsätze Aussenräume und Nutzungen	25
Tabelle und Abbildung 18: Bewertung der Kernsätze Verkehr und Mobilität	26

# 1 Einleitung

Die historischen Zentren in den kleineren und mittleren Städten der Schweiz befinden sich im Wandel. Auch in Altstätten zeigen sich Veränderungen.

Das «Netzwerk Altstadt»<sup>1)</sup> sagt dazu:

«Die historischen Zentren der kleineren und mittleren Städte der Schweiz erfahren zur Zeit einen grundlegenden Strukturwandel. Der Wegfall der Geschäftsnutzung und damit oft der Einbruch der wirtschaftlichen Grundlage der Liegenschaften stellt Private und öffentliche Hand vor massive Probleme. Die einhergehende Destabilisierung bringt Gefahren von Wertzerfall und sozialen Spannungen mit sich. Es hat sich gezeigt, dass ein aktives Vorgehen seitens der öffentlichen Hand einem Laisser-faire vorzuziehen ist. Durch die frühzeitige Einbindung aller Akteure lassen sich zum Teil schwer reversible Folgen vermindern.»

Die vom Stadtrat verabschiedete Vision 2025 enthält Aussagen zur Altstadt und deren Zukunft wie „Die historische Altstadt ist belebt und gilt im St. Galler Rheintal als Treffpunkt und lebendiger Begegnungsort.“. Im Rahmen des Programms Fokus16 hat der Stadtrat die Arbeitsgruppe „Begegnungsstadt“ gegründet mit dem Auftrag, das vorgegebene Ziel zu verfolgen.

## 1.1 Ziele

Ziel des gesamten Prozesses ist es, konkrete Massnahmen und einen Handlungsplan zu erarbeiten und gemeinsam anzupacken, um die Attraktivität der Altstadt als Begegnungs-, Einkaufs- und Wohnort zu sichern.

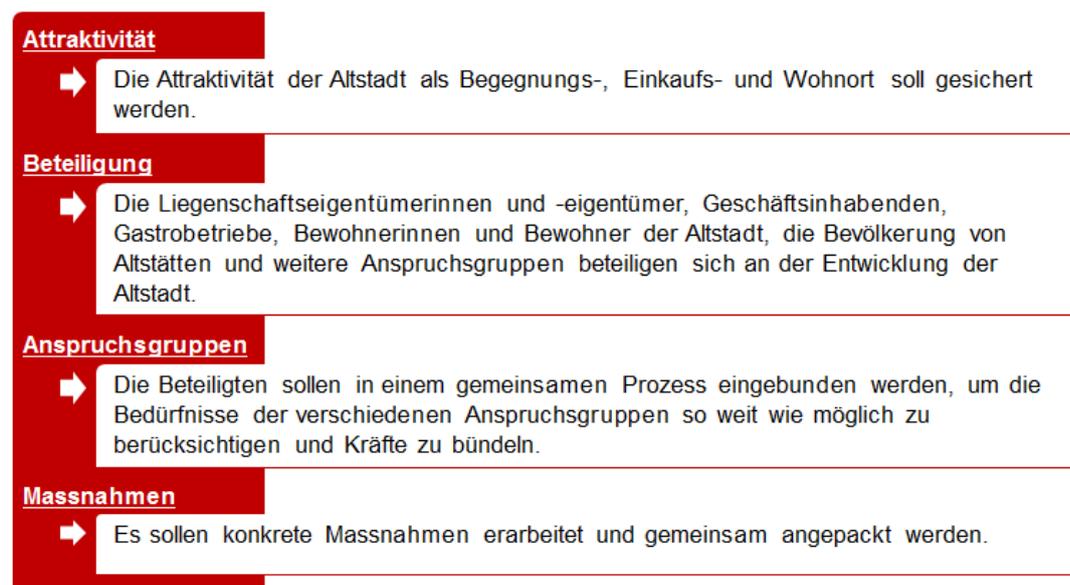


Abbildung 1: Ziele des Projektes Begegnungsstadt

## 1.2 Mitwirkungsprozess

Dem Stadtrat Altstätten ist es wichtig, die betroffenen Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer, die Gewerbetreibenden und Gastronomiebetriebe aber auch die Bewohnerinnen und Bewohner der Altstadt, weitere Anspruchsgruppen und die interessierte Bevölkerung mit einem breit abgestützten Mitwirkungsprozess an der Entwicklung der Altstadt zu beteiligen. Damit können das vorhandene breite Wissen und die Erfahrungen genutzt und die Kräfte gebündelt werden. Weitere Vorteile dieses Vorgehens sind die Sensibilisierung für die unterschiedlichen Anliegen und das Wecken von Eigeninitiative.

<sup>1</sup> Kompetenz- und Beratungsstelle «Netzwerk Altstadt»; Infos dazu unter: [www.netzwerk-altstadt.ch](http://www.netzwerk-altstadt.ch)

Im Mitwirkungsprozess wurden die Liegenschaftseigentümer und die Geschäftstreibenden als wichtigste und unmittelbar betroffene Zielgruppen besonders eingebunden. In einer ersten Phase wurden diese Zielgruppen angeschrieben, über das Vorgehen informiert und persönlich eingeladen zur 1. Veranstaltung. Ebenfalls lagen die Fragebogen der schriftlichen Befragung bei. Die Antworten dienten als Ausgangspunkt für die Stossrichtungen, die in einer zweiten Phase anlässlich von Workshops gemeinsam diskutiert wurden.

Zwei Experten der Kompetenz- und Beratungsstelle Netzwerk Altstadt begleiteten den Prozess, brachten Erfahrungen und eine Aussensicht ein. Netzwerk Altstadt ist spezialisiert auf Fragen des Strukturwandels in den Zentren von Kleinstädten und historischen Ortskernen.

### 1.3 Weiterführende Unterlagen und Dokumentation

Die Unterlagen und Informationen über das Projekt wurden und werden laufend veröffentlicht auf der Website der Stadt Altstätten: [www.altstaetten.ch](http://www.altstaetten.ch) -> Aktuelles, Kommunikation -> Projekte -> Begegnungsstadt.

Link: <http://www.altstaetten.ch/de/aktuelles/aktuellesprojekte/begegnungsstadt/>

## 2 Vorgehen und Termine

Für das Projekt wurden die Rahmenbedingungen und das Vorgehen definiert und Mitglieder für die Kern-Arbeitsgruppe als auch für die erweiterte Arbeitsgruppe (= Begleitgruppe) angefragt. Die Ablaufplanung erfolgte in Zusammenarbeit mit Paul Dominik Hasler und Martin Beutler von Netzwerk Altstadt

### 2.1 Beteiligte

Veranstalter		
Stadt Altstätten	Kern-Arbeitsgruppe «Begegnungsstadt»	Ruth Wanner, Stadtmarketing (Projektleitung) Ruedi Mattle, Stadtpräsident; Christian Willi, Stadtrat; Andreas Jung, Leiter Hochbau; Karl Segmüller, Leiter Unterhaltsdienste; Daniel Kehl, Leiter Recht Hochbau
Stadtrat	Punktuellem Einbezug für Entscheidungen, Festlegung Rahmenbedingungen etc.	
Beteiligte		
Ext. Unterstützung	Netzwerk Altstadt	Paul Hasler, Martin Beutler
Erweiterte Arbeitsgruppe	Vertreterinnen und Vertreter aus verschiedenen Anspruchsgruppen: Anton Studach (Verkehr); Eva Graf (Kultur); Sabrina Signer, Roger Coray, Jürg Rissi (Gastronomie); Christof Benz, Yvonne Meier-Sieber, Judith Schmidheiny (GIVA/IGEA); Ernst Steiger (Liegenschaftseigentümerschaft); Gerda Reck (Anwohnende); Arnold Haltiner (Rhode)	
Öffentlichkeit	Interessierte Bevölkerung von Altstätten	
Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer	Interessierte Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer im Perimeter Altstadt -> Teilnahme an schriftlicher Befragung -> Teilnahme an einem speziellen Workshop	
Geschäftsinhabende / Gastrobetriebe	Interessierte Geschäftsinhabende und Gastrobetriebe im Perimeter Altstadt -> Teilnahme an schriftlicher Befragung -> Teilnahme an einem speziellen Workshop	
Medien	Einbezug für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit	

Abbildung 2: Beteiligte Anspruchsgruppen

## 2.2 Ablauf und Termine

### Ablauf Mitwirkungsprozess

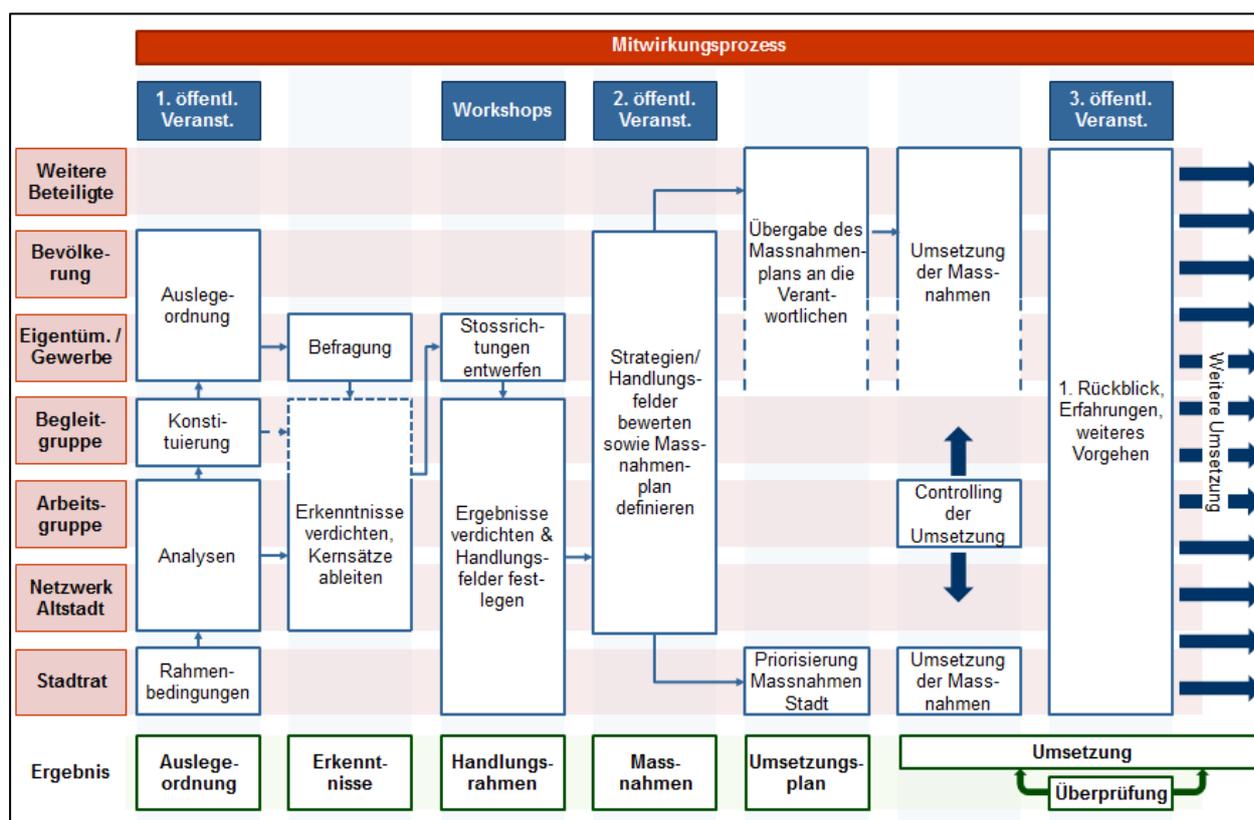


Abbildung 3: Ablauf des Mitwirkungsprozesses

### Termine

Beschreibung	Personenkreis	Termin
<b>1. öffentliche Veranstaltung / Start</b> mit Inputreferat zum Thema Strukturwandel, Vorstellung Stadtanalyse und weiteres Vorgehen	Alle interessierten Personen	Do, 22. Mai 2014 18.45 – 21.30 Uhr Ort: Sonnensaal, Altstätten
<b>Durchführung schriftliche Befragung</b> mit zwei unterschiedlichen Fragebögen	Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer sowie Geschäfte / Gastrobetriebe	Bis 20. Juni 2014
<b>Workshop</b> mit den Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümern	Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer	Do, 4. Sept. 2014 17.00 – 19.00 Uhr Ort: Sonnensaal, Altstätten
<b>Workshop</b> mit den Geschäften und Gastrobetrieben	Geschäfte / Gastrobetriebe	Do, 4. Sept. 2014 19.30 – 21.30 Uhr Ort: Sonnensaal, Altstätten
<b>2. öffentliche Veranstaltung / World Café</b> mit Präsentation der Ergebnisse, Konsens zu Fragestellungen, Handlungsplan auf Basis der Massnahmen	Alle interessierten Personen	Do, 20. Nov. 2014 18.45 – 21.30 Uhr Ort: Sonnensaal, Altstätten
<b>3. öffentliche Veranstaltung / Prozessabschluss</b> mit Rückblick – Ausblick – erste Erfahrungen	Alle interessierten Personen	Ca. Mai 2015

Tabelle 4: Überblick der wichtigsten Termine

## 3 Grundlagen und Analysen

### 3.1 Stadtanalyse Netzwerk Altstadt

Im September 2010 führte das Netzwerk Altstadt für Altstätten eine sogenannte Stadtanalyse durch. Ziel dieses Auftrages war, eine Aussensicht zu erhalten, von den Erfahrungen aus anderen Gemeinden und Kleinstädten zu profitieren und Entwicklungen und Perspektiven aufzuzeigen. Die beiden Vertreter von Netzwerk Altstadt, Paul Hasler und Urs Brülisauer, haben das Städtli besucht und unter folgenden Betrachtungswinkeln analysiert:

- Kontext Gemeinde und Region
- Wohnnutzung
- Ladennutzung
- Nutzung des öffentlichen Raumes

Nachfolgend eine auszugsweise Zusammenfassung der Inhalte und Erkenntnisse aus der Stadtanalyse <sup>2</sup>:

#### ***Kontext Gemeinde und Region***

##### **Altstätten**

- Altstätten ist historisch gesehen ein bedeutendes Regionalzentrum
- Knapp 7'000 Einwohner im 1850; gemächliche Entwicklung bis ca. 1950, dann setzte ein erneuter Wachstumsschub ein
- Bedingt durch steigenden Wohlstand und Flächenbedarf wurden weite Bereiche des Umlands eingenommen; Siedlungsgebiet streckt sich weit in die Ebene hinein
- Hanglagen aufgrund guter Ausrichtung für das Wohnen sehr attraktiv
- Heute prosperierende Kleinstadt
- Bahnhof spielt besondere Rolle für Siedlungsentwicklung jeder Stadt; anders als in vielen Städten hat am Bahnhof keine Detailhandelsentwicklung stattgefunden, was der Altstadt zugute kam
- Altstadt ist unangefochtenes Zentrum von Altstätten und vereinigt fast alles, was an Detailhandel geboten wird in ihren Gassen

##### **Region**

- Altstätten mit seiner Altstadt hebt sich auf wohltuende Weise von den oft losen Dorfstrukturen des Rheintals ab
- Stadt bildet Kontrapunkt zur Weite und Fläche, was sich auch kulturell manifestiert
- Weiterhin bedeutende Zentrumsfunktion, dennoch spielen sich gewisse Entwicklungen mehr und mehr in anderen Orten ab
- Autobahn A13 hat dem Rheintal neue Entwicklungszonen beschert; Altstätten gehört erst in zweiter Linie dazu
- Prägend für Region ist hoher Anteil von Arbeitsplätzen in der Industrie
- Rheintal positioniert sich als Produktionsstandort
  - eher niedrige Lebenshaltungskosten
  - moderate Liegenschaftspreise
  - eher traditionelle Konsumbedürfnisse
- Altstätten hat keinen klaren, grösseren Bezugsort
- Altstätten ist ein Stück weit auf sich gestellt, selber aber nicht Zentrum der Region

---

<sup>2</sup> Stadtanalyse Altstätten; Netzwerk Altstadt, Urs Brülisauer, Paul Dominik Hasler; September 2010

## Wohnnutzung

- ✓ attraktiver Wohnraum in Altstadt
- ✓ weitgehende Verkehrsberuhigung durch Begegnungszone in Altstadt
- ✓ historische Bausubstanz
- ✓ moderates Preisniveau
- ✓ Investitionen in gute Altstadt-Lagen
- ✓ Anbauten / Nebenbauten ermöglichen attraktive Aussenräume, z.B. Era-Graba
- ✗ Verkehrslärm
- ✗ wenig Lust auf städtisches Wohnen
- ✗ schlechte Lagen liegen brach
- ✗ Rosinenpicken in der Altstadt; Entwicklung nur an guten Lagen
- ✗ ausgeprägte Wirtshausszene mit Bieraus-schank und zuweilen lärmigem Publikum
- ✗ Verkehrsachsen entwerten Altstadtrand

## Empfehlungen Wohnnutzung

- ⇒ generelle Aufwertung des Wohnens
  - Eigentümer betroffener oder gefährdeter Liegenschaften über die Möglichkeiten informieren
  - Konzentration der lärmigen Nachtbetriebe
- ⇒ Häuser Trogenerstrasse: langfristige Perspektiven suchen
  - z.B. Instrumente wie Gassenclub und Haus-Analyse
  - Konzentration Nachtbetriebe, Lokalzugänge von Strassenseite her
- ⇒ Aufwertung Gemüsemarkt
  - Gastro-Eingänge verlegen, Gemüsemarkt dem Wohnen widmen
- ⇒ Gassen schwerpunktmässigen Nutzungen zuordnen
  - Ortsplanungsrevision
  - Reduktion Empfindlichkeitsstufen von III auf II in Wohngassen
- ⇒ rückwärtige Bereiche nutzen für attraktive Aussenräume und moderne Ergänzungsbauten
  - Nachteile kompensieren (wenig Licht, kein Balkon)
  - gute Beispiele hervorheben
- ⇒ frei werdende Ladenflächen / Leerstände beobachten zum Schutz der Wohnentwicklung
  - keine negativen Nutzungen einquartieren
  - Eigentümer für gemeinsame Entwicklungsstrategie in Richtung Wohnen zusammenrufen

## Ladennutzung

- ✓ lebendiges und qualitativ erfreuliches Detailhandelsangebot gemessen an Grösse des Ortes
- ✓ Detailhandel nicht vom Zentrum verdrängt
- ✗ traditionelles Fachgeschäft verliert an Bedeutung (schweizweite Entwicklung)
- ✗ geringe Entwicklung des Branchenmixes
- ✗ ausbleibende Investitionen
- ✗ übliche Detailhandelsketten fehlen
- ✗ Läden für Zielgruppe Junge fehlen
- ✗ Bedeutung als Marktzentrum eingebüsst / Abstieg zum Lokalversorger
- ✗ Leerstände in Nebengassen
- ✗ Strukturwandel und Renditezerfall wird sich verstärken

## Empfehlungen Ladennutzung

- ⇒ Eingriffsmöglichkeiten gemäss Vorschlägen Nüesch Dev. beschränkt
  - Magnete Migros/Frauenhof und Coop/Freihof sind richtig
  - Ausrichtung als „Service-Stadt“ naheliegender als „Shopping-Center“-Idee
- ⇒ Stärken in täglicher Versorgung und traditionellem Detailhandel statt Boutiquen-/Modeszene
- ⇒ Projekt Freihof-Rathaus / Zentrumsüberbauung
  - städtebauliche Aufwertung mit neuem, grosszügigerem Rathausplatz
  - Rathaus-EG: publikumsattraktive Nutzung anstreben
  - Gefahr von Verlagerung / Auszug von Geschäften aus Altstadt in Neubau
- ⇒ schrumpfender Detailhandel konzentrieren, um Frequenzen zu sichern
  - Marktgasse als Rückgrat; Obergasse mit ergänzender Funktion / Übergang
  - übrige Gassen mit Wohnausrichtung
- ⇒ bei Leerständen verträgliche Nachnutzungen sicherstellen

- ⇒ zukünftig Mietzinskorrektur nach unten; Renditezerfall begegnen
  - Gespräche mit Eigentümern führen; Umverteilung der Rendite innerhalb Liegenschaft z.G. Wohnen (Instrument Haus-Analyse)
- ⇒ starker Auftritt Detailhandel nach aussen
  - Profilierung, einzigartige Werte schaffen
  - modernem Kundengeschmack entsprechen
  - originelle Kommunikation
- ⇒ Wochen-/Hauptmärkte stärken als wichtiges Positionierungselement
  - zukünftig auf dem Rathausplatz abhalten, um Stadträume zu verbinden
- ⇒ Verkehr / Parkierung vor Geschäft für Läden auch zukünftig wichtig
  - Parkplatzdichte in Marktgasse als obere Grenze
  - Nachfahrverbot mit Zubringerdienst prüfen, um Nachtlärm zu reduzieren

### **Öffentlicher Raum und Stadtkontext**

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ schöne, publikumsorientierte Stadträume</li> <li>✓ erhebliches Potenzial für wohnliche Gassen und gelungene Aussenräume</li> <li>✓ Beispiel für gelungener Aussenraum im Sinne der Wohnnutzung ist Era-Graba</li> <li>✓ verschlafener Engelplatz birgt interessantes Potenzial für das Wohnen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Wohnqualität noch nicht weit entwickelt</li> <li>✗ Gemüsemarkt fristet trostloses Dasein als Parkplatz</li> <li>✗ Kleinod Engelplatz wird vornehmlich als Parkplatz genutzt</li> </ul> |
|---|---|

### **Empfehlungen öffentlicher Raum und Stadtkontext**

- ⇒ Gemüsemarkt: beim heute als Parkplatz genutzten Gebiet das Wohnen ins Zentrum rücken und Aussenraum aufwerten
  - private Anbauten und Grünflächen
  - Torsituationen schaffen
- ⇒ Engelplatz: Prozess anstossen zur Aufwertung des Aussenraums und zur besseren Nutzung der Liegenschaften
- ⇒ Perimeter der Altstadt erweitern mit Trogenerstrasse und Churerstrasse
- ⇒ Lärmreduktion anstreben an verkehrsbelasteten Achsen rund im Altstadt
  - Strassengestaltung anpassen, um Tempo zu mindern

### **Allgemeine Empfehlungen**

- ⇒ Entwicklungen kontrollieren mit aktiver Strategie
- ⇒ Bekenntnis zum städtischen Leben in Zeiten zunehmender Zersiedelung und Mobilität
- ⇒ im Bereich Detailhandel muss ein Verlust an regionaler Bedeutung hingenommen werden
- ⇒ im Bereich Wohnen und kulturellem Leben wird Altstadt an Attraktivität gewinnen, wenn eine Priorisierung der Gassen mit jeweiliger Ausrichtung auf Einkaufen, Wohnen, Freizeitnutzung (Bar, Unterhaltung) vorgenommen wird
  - Auseinandersetzung mit Ausrichtung ist wichtig, um nicht in Kompromissen stehen zu bleiben
  - stabilisieren und konzentrieren der Geschäftsnutzung
  - Betonung auf Einkaufsnutzung ist richtig, z.B. mit Projekt Freihof
  - Aufwertung der Wohnnutzung durch Massnahmen im Innen- und Aussenbereich ist richtig, z.B. mit Gemüsemarkt oder Engelplatz

### 3.2 Pläne und Kennzahlen

Im Rahmen früherer Abklärungen wurden verschiedene Daten in Bezug auf die Altstadt erhoben. Die bereits vorhandenen Informationen wurden aktualisiert und weitere Daten gesammelt. Nachfolgend ein Auszug der wichtigsten Kennzahlen und Statistiken:

#### Untersuchtes Gebiet



Abbildung 5: Plan des untersuchten Gebiets (Perimeter)

#### Liegenschaften und Nutzungen

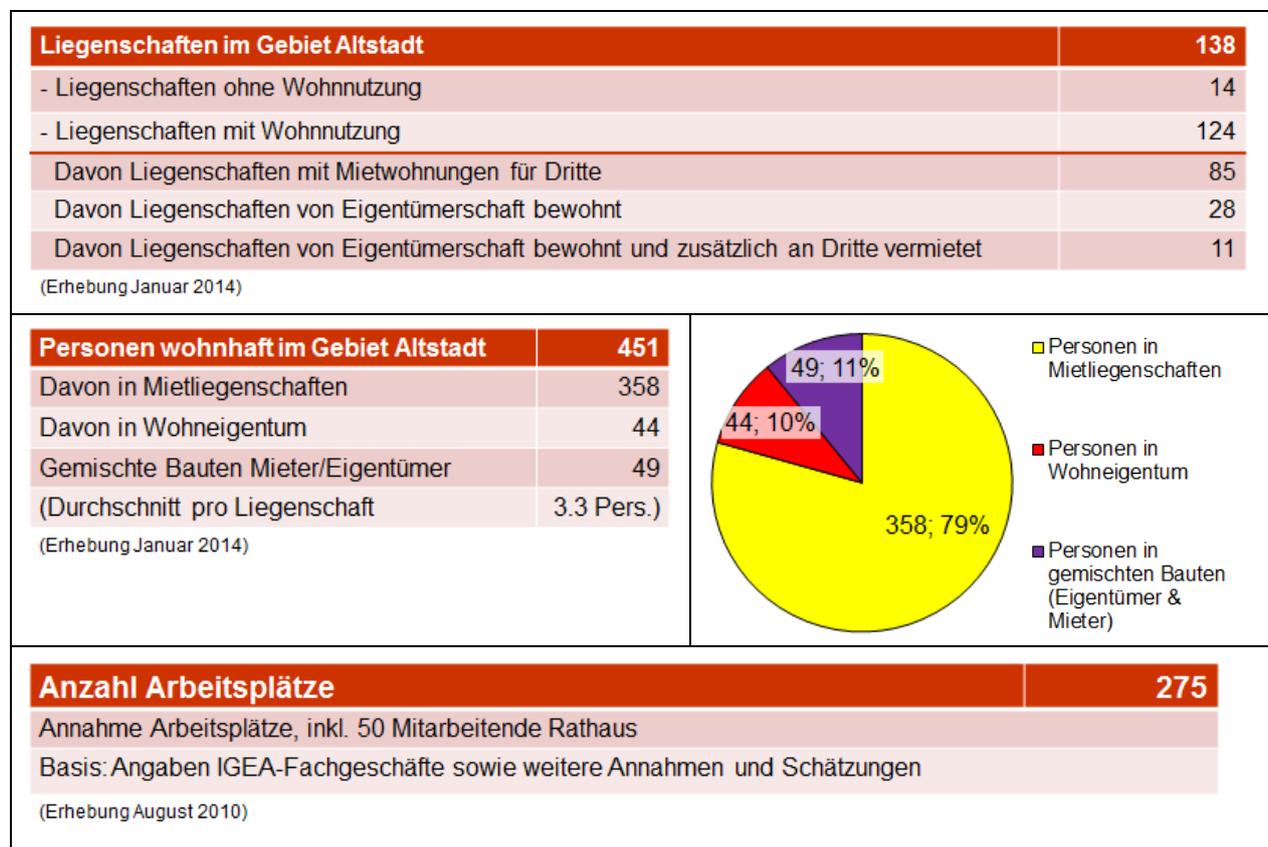


Abbildung 6: Kennzahlen zu den Liegenschaften

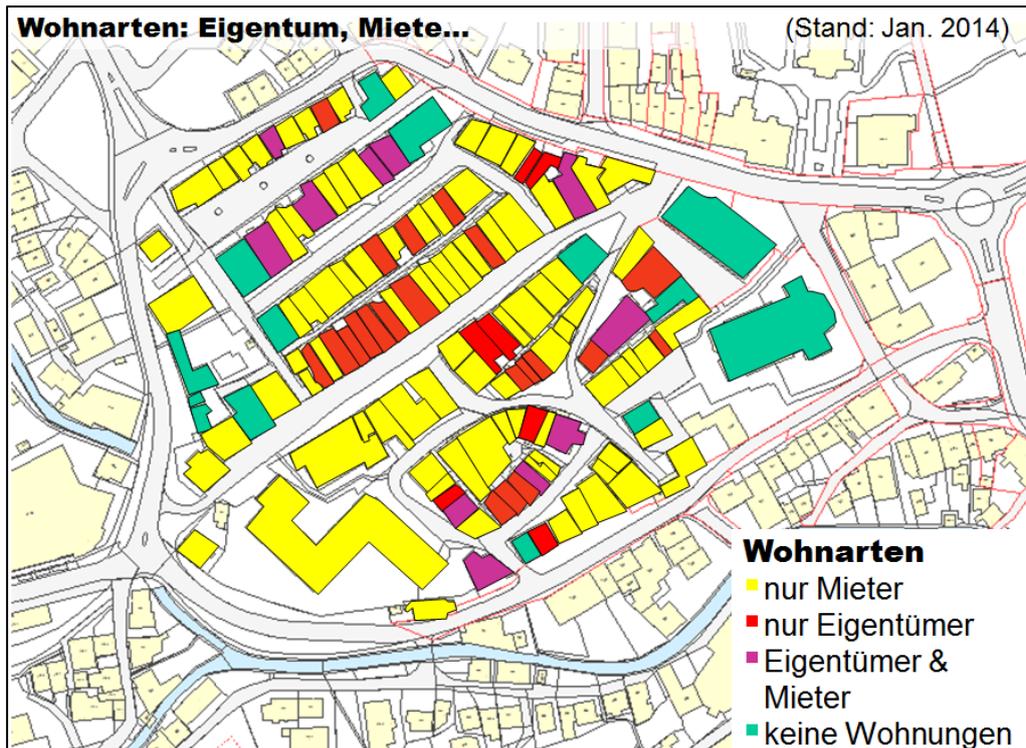


Abbildung 7: Geografische Übersicht der Wohnarten

Abbildung 7 macht deutlich, dass die meisten Liegenschaften zumindest in den oberen Etagen dem Wohnen dienen und die Häuser mit Mietwohnungen für Dritte deutlich in der Mehrzahl sind. Es gibt nur wenige eigentliche Geschäftsliegenschaften oder Liegenschaften für öffentliche Zwecke.

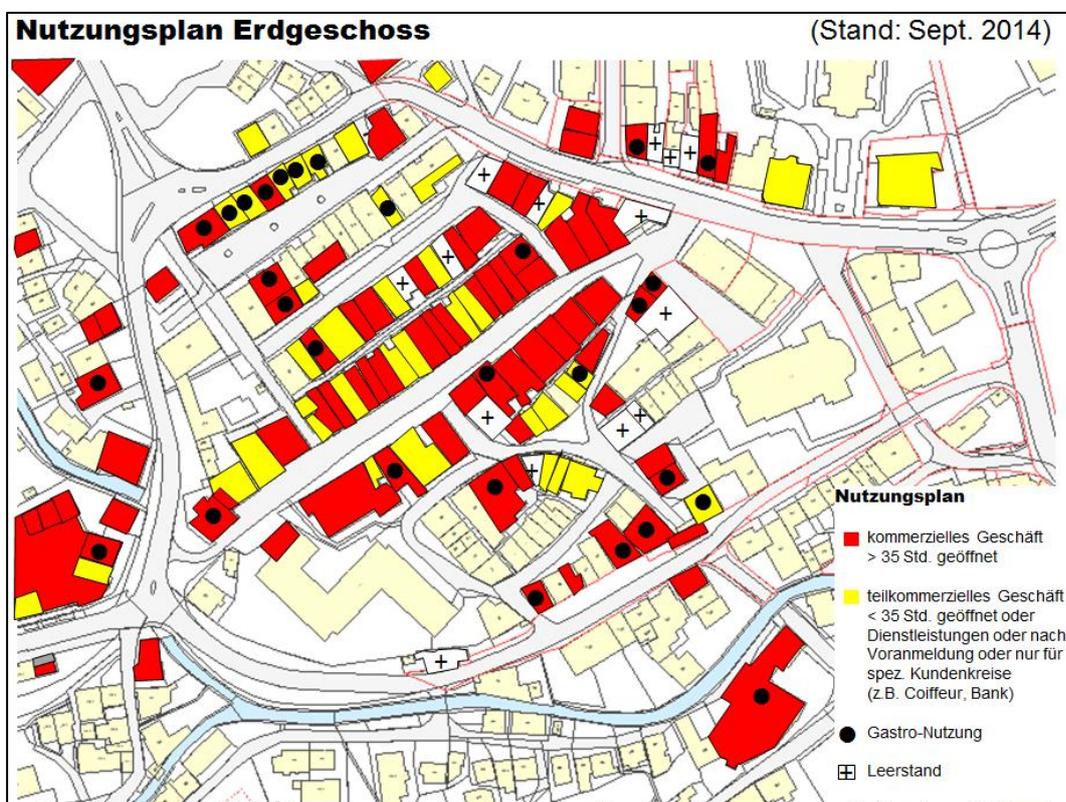


Abbildung 8: Plan der Erdgeschoss-Nutzungen

In Abbildung 8 sind diejenigen Gebäude der Altstadt rot markiert, welche geprägt sind durch kommerzielle Nutzungen in den Erdgeschossen. Es gibt eine Konzentration von kommerziellen Nutzungen auf den Achsen Marktgasse und Obergasse. Der Plan zeigt auch die kommerziellen Nutzungen im Bereich der Migros, an der Trogenerstrasse und Ringgasse, also ausserhalb des eigentlichen Untersuchungsgebietes.

Die Unterscheidung zu teilkommerziell (gelbe Markierungen) liegt in einer minimalen Öffnungszeit von 35 Stunden pro Woche sowie bei Geschäften, die nur für spezielle Kundenkreise zugänglich sind. Die wachsende Bedeutung der teilkommerziellen Nutzungen zeigt sich sowohl am Engelplatz als auch verteilt auf die übrige Altstadt.

Die Gastronutzungen sind über die ganze Altstadt verteilt, mit einer deutlichen Konzentration an der Trogenerstrasse/Breite. Ausser in der Marktgasse gibt es verteilt auf die Altstadt mehrere Leerstände.

### Parkplatzangebot

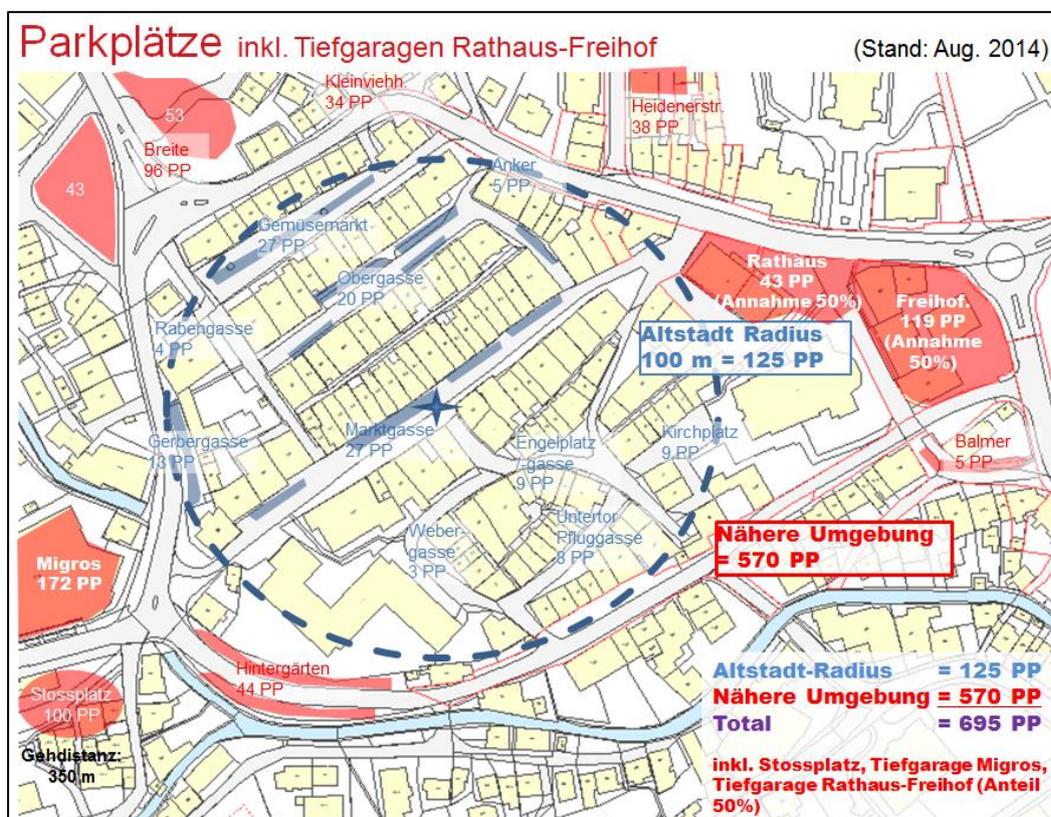


Abbildung 9: Plan des Parkplatzangebots

- Im Radius von 100 Meter rund um den Schwertbrunnen gibt es 125 Parkplätze (meist Parkzone 1 mit maximaler Parkdauer von 2 Stunden)
- In der näheren Umgebung mit Hintergärten, Breite, Kleinviehhalle, Heidenerstrasse, Stossplatz sowie den Tiefgaragen Migros und Rathaus (ab 2016) befinden sich rund 695 öffentliche Parkplätze

## Verkehrszählungen

Zur Erhebung der Verkehrssituation fanden von Montag, 9. bis Sonntag, 15. Dezember 2013 (ohne Donnerstag, 12. Dezember/Markt) automatische und manuelle Verkehrszählungen in der Marktgasse statt. Die Zählungen ergaben:

- Zwischen Montag und Sonntag fuhren 5'998 Fahrzeuge durch die Marktgasse
- Pro Tag ergibt sich ein Durchschnittswert von 857 Fahrzeugen
- Der Anteil der durchfahrenden Fahrzeuge ist relativ hoch; auch wenn Parkplätze in der Marktgasse verfügbar sind gibt es eine beträchtliche Anzahl von Fahrzeughaltern, welche die Marktgasse als Durchfahrtsstrasse benützen
- Am meisten Verkehr herrscht zwischen 11 und 12 Uhr sowie nach dem Mittag ab 13 Uhr
- 50 % der Fahrzeuge fahren schneller als 21 km/h (Tempolimit in Begegnungszone beträgt 20 km/h)

Anzahl Fahrzeuge	
Fahrzeuge während einer Woche	5'998
Fahrzeuge pro Tag	857
Ziel-/Quellverkehr (Fz wird parkiert oder verlässt einen Parkplatz)	13 %
Durchfahrende Fahrzeuge	87 %
- ev. Suchverkehr (Fz fährt durch, während keine PP frei sind)	45 %
- direkte Durchfahrten (Fz fährt durch, obwohl PP frei sind)	55 %
	(= 410 Fz)

(Erhebung: Dezember 2013)

Abbildung 10: Ergebnisse der Verkehrszählung

### 3.3 Umfrageergebnisse Liegenschaftseigentümer

Im Zeitraum vom 13. Mai bis 20. Juni 2014 wurde eine schriftliche Umfrage unter den Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümern durchgeführt. Es wurden 126 Fragebögen versandt. 37 Fragebögen kamen ausgefüllt zurück, was einer Rücklaufquote von 29 % entspricht.

Ein Auszug aus den Umfrageergebnissen<sup>3</sup>:

- Von den 37 Eigentümern, die sich an der Umfrage beteiligt haben, befinden sich knapp die Hälfte der Liegenschaften seit mehr als 15 Jahren im gleichen Eigentum
- Die Hauptmotive für den Erwerb einer Liegenschaft sind „aus Familienbesitz“, „Eigenbedarf“ sowie „Kapitalanlage, Rendite“
- In 23 Liegenschaften befindet sich ein Ladengeschäft im Erdgeschoss (= 62 %); 6 Liegenschaften weisen einen Leerstand aus
- Bei immerhin 30 % der Liegenschaften verfügen alle Wohnungen über eigene Aussenräume; 24 % der Liegenschaften bieten keine Aussenräume wie Balkon, Terrasse oder Garten
- Die Mehrzahl der Liegenschaften befindet sich in einem guten bis neuwertigen baulichen Zustand; kleinere Unterhaltsarbeiten zur Werterhaltung werden als nötig erachtet
- 19 der 37 Liegenschaftseigentümer beurteilen Entwicklungsbedarf als „es passt so wie es ist...“ (= 51 %); 9 (24 %) denken hin und wieder über einen Verkauf nach; 8 (21 %) wünschen sich bessere Einkünfte und Renditen
- Als gewichtigste Nachteile des Wohnens in der Altstadt werden die „ungenügende Parkierung“ und der „Nachtlärm von Passanten“ sowie „Abfall, Schmutz, Vandalismus“ beurteilt
- Im Bereich Wohnen entwickelten sich die Mieterträge in den letzten 5 bis 10 Jahren „stabil“ (64 %) und bei 25 % „eher sinkend“; demgegenüber verzeichnen im Bereich EG-Flächen/Geschäftsnutzungen 55 % „eher sinkende“ Mieten und 41 % sind „stabil“

<sup>3</sup> Ergebnisse Umfrage Liegenschaftseigentümer; Stadt Altstätten, September 2014

- 49 % der Befragten beurteilen die Rendite der Liegenschaft als gut (40 % als eng / 11 % als schlecht)
- Das geltende Verkehrsregime wird von einer Mehrheit von 70 % als „eher optimal“ bzw. „ganz klar optimal“ beurteilt
- Als häufigste Antwort zur Entwicklung des Verkehrsregimes wird „belassen wie es ist“ genannt. Es gibt aber kumuliert fast gleich viele Stimmen, die in Richtung „weniger Verkehr / Verkehrsberuhigung“ abzielen mit Massnahmen wie „zusätzliche Gassen verkehrsberuhigen“, „Marktgasse autofrei“, „weniger Durchgangsverkehr durch Marktgasse“
- Zur Parkplatzsituation gibt es Aussagen im Spannungsbogen von „mehr Parkplätze“ bis hin zu „weniger Parkplätze“
- Prognose zur Zukunft lautet mehrheitlich „ähnlich wie heute“ sowohl bei Liegenschaftseigentümern als auch bei Geschäften/Gastrobetrieben

### 3.4 Umfrageergebnisse Geschäfte/Gastronomiebetriebe

Ebenfalls im Zeitraum vom 13. Mai bis 20. Juni 2014 erfolgte eine schriftliche Umfrage unter den Geschäften und Gastronomiebetrieben. Es wurden 83 Fragebögen (58 Geschäfte/Gewerbe, 25 Gastrobetriebe) versandt. 23 Fragebögen gingen ein (Rücklaufquote 28 %), wobei lediglich 2 Gastrobetriebe teilgenommen haben.

Auszug aus den Umfrageergebnissen <sup>4</sup>:

- 65 % der Betriebe bestehen seit mehr als 15 Jahren; die „Alteingesessenen“ scheinen die Umfrage eher ausgefüllt zu haben als neu gegründete Betriebe
- Die Antwortenden ordnen ihren Betrieb bezüglich Herkunft der regelmässigen Kundschaft ein zu je einem Drittel als „Lokaler Versorger zuzüglich unmittelbare Nachbardörfer“, als „Versorgung der weiteren Region“ und als „Stammkundschaft auch aus relativ entfernten Orten“
- Die Altstadt wird von den meisten Betrieben als optimaler Standort für die jeweiligen Bedürfnisse beurteilt
- 70 % der Befragten gehen davon aus, dass es eigenen Betrieb in 5 Jahren noch geben wird
- Der Strukturwandel wird bei den Geschäften erkannt
- Umsatzrückgang ist Realität, jedoch eher bei den anderen; eigene Geschäftsentwicklung in letzten 5 bis 10 Jahren wird deutlich positiver beurteilt als die allgemeine Entwicklung in der Altstadt
- In letzten 2 bis 5 Jahren wird die eigene Geschäftsentwicklung immer noch positiver beurteilt als die allgemeine Entwicklung in der Altstadt; 8 Geschäfte nannten in diesem Zeitraum leicht bis stark rückläufige Betriebszahlen
- Die Umfrage ergibt eine deutliche Zustimmung von 81 % zum geltenden Verkehrsregime
- Auch die Geschäfte/Gastrobetriebe nennen als häufigste Antwort zum Verkehrsregime „belassen wie es ist“. Dennoch gibt es wie bei den Liegenschaftseigentümern beinahe gleich viele Stimmen, die in Richtung „weniger Verkehr / Verkehrsberuhigung“ abzielen durch Massnahmen wie „zusätzliche Gassen verkehrsberuhigen“, „Marktgasse autofrei“, „weniger Durchgangsverkehr durch Marktgasse“

### 3.5 Detailhandelsbarometer

Das Detailhandelsbarometer von Netzwerk Altstadt zeigt die Stärken und Schwächen des Detailhandels in der Altstätter Altstadt – und stellt diese in Vergleich mit den beiden Altstädten Solothurn und Delémont.

- Die Beurteilung macht acht Vorteile oder Stärken aus. Herausragende Stärken sind das historische Stadtbild und die Gegebenheit, dass sich wichtige Einkaufsnutzungen weiterhin im Zentrum befinden und nicht verdrängt worden sind.
- Altstätten verfügt über eine eindeutige Schwäche; die vorhandene Konkurrenzsituation durch Einkaufszentren in der Umgebung und die Nähe zu Österreich.
- 15 Punkte werden als „mittel“ beurteilt, sind also weder eine eindeutige Stärke noch eine Schwäche
- Quellen: Umfrage Läden und Eigentümer, Zahlen und Informationen der Stadt sowie weitere Analysen und Einschätzungen durch Netzwerk Altstadt

<sup>4</sup> Ergebnisse Umfrage Geschäfte/Gastronomiebetriebe; Stadt Altstätten, September 2014

Detailhandelsbarometer Altstätten (11'000 Einwohnerinnen und Einwohner 2013)			Vergleich	
Aspekt	Beurteilung vorteilhaft mittel unvorteilhaft	Kommentar / Begründung	Altstadt Solo- thurn 16'000 Einw.	Altstadt Delé- mont 12'000 Einw.
<b>Aktuelles Angebot</b>				
Anzahl Geschäfte		+ ca. 57 Läden und Restaurants (nur Altstadt + ca. 33 parakommerzielle Angebote ohne Vorstadt)		
Dichte der Einkaufszone		+ gute Dichte durch Marktgasse + Migros direkt am Zentrum, Coop abseits		
Ladengrößen		- wenig grosse Flächen an Marktgasse + Potential neues Rathaus / Freihof		
Ladenmix		+ gute Fachgeschäfte - wenig Angebote für Junge - kaum internationale Ketten		
Image und Marketing		+ traditioneller Marktort - wenig innovatives Image - Bedeutung als Regionalzentrum schwindet		
Leerstände & Nachnutzungen		- deutliche Leerstände und Nachnutzungen - Tendenzen von Rotlicht am Städtli rand		
<b>Einkaufsgefühl</b>				
Einkaufsumgebung, städtischer Kontext		+ sehr reizvoller Kontext mit historischen Gebäuden		
Flanierqualität		+ Marktgasse mit Lauben ist reizvoll - Anteil Durchfahrtsverkehr noch zu hoch		
Aufenthaltsqualität		- zu wenig schöne Platzsituationen in der Einkaufszone - Mangel an gut gelegenen Strassencafés		
Gastronomie und Sehenswürdigkeiten		- grosses aber eher konventionelles Gastro-Angebot - keine eigentliche Sehenswürdigkeit		
<b>Erreichbarkeit</b>				
regionale Auto-Erreichbarkeit		- liegt nicht an einer Hauptachse		
Lage Einkaufszone innerhalb Stadtgebiet		+ Städtli liegt zentral		
Parkplatzangebot und Wegdistanz		+ ausreichend Parkplätze in und um Altstadt		
Rad- und Fusswege		+ gutes Wegnetz zur Altstadt - verkehrsbelastete Strassen schwierig zu überqueren		
ÖV-Erreichbarkeit		+ gute Bedienung durch Bus aus allen Richtungen - keine direkte Zugsanbindung - kein ÖV-Knoten im Zentrum		
Verbindung zur Haupteinkaufsstrasse		+ Städtli ist Haupt-Einkaufsstrasse - Neuer Coop-Standort schwächt Zentrum		
<b>Kundenpotenzial</b>				
Einwohnerzahl		- 11'000 Einwohner sind eher wenig		
Region		- nur beschränkt regionales Zentrum - Einzugsgebiet bescheiden: ca. 15'000 Einwohner		
Zentrumsfunktionen		- keine höheren Schulen + Spital		
Pendlersaldo		+ 3'049 Zupendler / 2'247 Wegpendler (2000)		
Konkurrenz an Peripherie		+ keine grosse Stadt in direkter Nähe - mehrere Einkaufszentren in mittlerer Distanz - Nähe zu Österreich		
Einkaufsverhalten		- eher ländlich und günstig - eher autoorientiert		
Bevölkerungs-entwicklung		+ moderates Wachstum wird erwartet + wachsende Nachbargemeinden		
Wirtschaftliche Perspektive Region		- mässig prosperierende Region - nicht Teil eines Grossraumes		

Tabelle 11: Detailhandelsbarometer, erstellt durch Netzwerk Altstadt

## 4 Nutzungsmix in der Altstadt

Netzwerk Altstadt stellt fest, dass viele Schweizer Kleinstädte eine ähnliche Entwicklung wie in Altstätten verzeichnen und die Nutzungen der Altstädte sich verändern und verschieben.

„Welche Entwicklungsperspektiven bieten sich für die Nutzung in Altstätten an?“, diese Frage ist zentral. Die hauptsächlichen Nutzungen der Altstädter Altstadt basieren auch in Zukunft auf dem folgenden Mix:

### Nutzungsmix in der Altstadt

- Die Altstadt als Wohnort
- Die Altstadt als Detailhandelsstandort
- Die Altstadt als Begegnungsort

#### 4.1 Die Altstadt als Wohnort

Viele Liegenschaften im Städtli verfügen über schöne, historische Bausubstanz und attraktiven Wohnraum. In 124 der 138 Liegenschaften im Gebiet der Altstadt befinden sich Wohnungen. Einzelne Liegenschaften sind ungenügend genutzt oder sanierungsbedürftig und bringen zu wenig Ertrag ein, um die notwendigen Investitionen zu tätigen. Diese Entwicklung ist ungünstig, da historische Häuser mehr Aufwand für Unterhalt und Renovation benötigen. Die Altstadt läuft Gefahr, zum Billig-Wohnquartier zu verkommen. Einerseits ist das derzeit vorhandene Wohnungsangebot in Altstätten gross, weshalb ein Nutzungsdruck zur besseren Auslastung der Altstadtflächen fehlt und der Anreiz zu Investitionen eher gering ist. Andererseits dürfte durch den Rückgang von Ladennutzungen – zumindest in Nebengassen – das Verhältnis der Mieterträge aus Wohnnutzungen wichtiger werden, um die Mietausfälle der Erdgeschoss-Flächen zu kompensieren. Nutzungen durch Rotlicht, Spielsalons und Kebab-Shops sind problematisch, die Wohnentwicklung ist zu schützen und zu stärken. Eine allgemeine Aufwertung des Wohnens ist nötig, da diese Nutzung für die Zukunft der Altstadt eine noch grössere Bedeutung einnimmt.

#### 4.2 Die Altstadt als Detailhandelsstandort

Derzeit gibt es rund 58 Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe in den Erdgeschoss-Flächen der Altstadt. Der Detailhandel nimmt eine wichtige Stellung ein und das Detailhandelsangebot trägt viel zur Belebung und Identifikation bei. Mehrere Stellen der öffentlichen Verwaltung und weitere Dienstleister sind in Liegenschaften der Altstadt untergebracht und schaffen sowohl Arbeitsplätze als auch Besucherfrequenzen. In einzelnen Geschäften zeichnen sich rückläufige Frequenzen und Umsätze ab. An gewissen Lagen ist es schwierig, langfristige Mieter für das Erdgeschoss zu finden. Dass die Altstadt wieder zum „Einkaufszentrum“ der gesamten Region würde – diese Entwicklungsperspektive scheint für die Zukunft nicht realistisch. Der Flächenbedarf der heutigen Einkaufsformen, der Parkplatzbedarf und das resultierende Verkehrsaufkommen, all dies würde die Altstadt vor einige Probleme stellen.

Die Altstadt wird weiterhin Detailhandelsstandort sein: Gut geführte Fachgeschäfte, Boutiquen und spezialisierte Dienstleister und Nischenanbieter, Banken etc. werden den Altstadt-Standort und ihr Potenzial nutzen, eine entsprechende Kundschaft aus der näheren Umgebung anziehen und für Frequenzen und die Belebung sorgen. Dass sich die Ladennutzungen mittelfristig auf einzelne Hauptgassen konzentrieren sollten, um dort ausreichend Wirkung zu erzeugen, macht Sinn, dürfte aber in der Umsetzung zu Schwierigkeiten und Widerstand führen. Die Marktgasse bildet das Rückgrat der Einkaufszone. Die Obergasse und der Engelplatz haben eine ergänzende Funktion und sind wichtig für das Flaniergefühl. Für leerstehende Erdgeschosse in den übrigen Gassen sind möglichst wohnverträgliche Ersatznutzungen zu finden, z.B. durch Künstler- und Handwerkerateliers, „Para-Läden“ oder Hobbyräume, um die im Erdgeschoss wegfallenden Mieterträge zu kompensieren (vgl. Kap. 4.4. Ausführungen zu Nutzungsdynamik und „Para-Läden“).

### 4.3 Die Altstadt als Begegnungsort

Das Städtli bietet eine einmalige Ambiance mit schönen Gassen und sehenswerten Fassaden. Es ist beliebt für kulturelle und gesellschaftliche Anlässe aller Art, traditionsreiche Märkte, Fasnacht und vieles mehr. Dass die Altstadt von verschiedenen Institutionen gerne und rege genutzt wird als Bühne, stärkt die Rolle als Begegnungsort und trägt zur Identifikation bei. Die Veranstaltungen und kulturellen Angebote vertragen sich in der Regel gut mit dem Detailhandel – solange sich die Anzahl der Aktivitäten und Einschränkungen in einem gewissen Rahmen halten. Konflikte gibt es am ehesten mit dem Wohnen.

Im Gebiet der Altstadt befinden sich rund 25 Gastwirtschaftsbetriebe und Nachbars. Ein vielseitiges Angebot an Tagesgastronomie und Strassencafés ist eine Bereicherung des Einkaufserlebnisses und trägt zur Verweilqualität bei. Die Nachbars sollen weiterhin ihren Platz haben, wobei es wichtig ist, dass für die übrigen Nutzungen und insbesondere das Wohnen die Emissionen wie Lärm, Verunreinigungen und Beschädigungen im erträglichen Rahmen bleiben.

Die Nutzung der Aussenräume ist nicht überall gelungen und teilweise vornehmlich zum Parkieren reserviert. Einzelne Orte laden nicht wirklich zum Verweilen ein. Die heutige Verkehrslösung wird aus Sicht des Gewerbes und der Liegenschaftseigentümer von einer Mehrheit als positiv beurteilt. Aber die Stimmen mehren sich, dass der motorisierte Verkehr zugunsten der Wohn- und Aufenthaltsqualität reduziert werden sollte.

### 4.4 Ausführungen zu Nutzungsdynamik und „Para-Läden“

#### Verschiebung der Leitnutzung

Im Anhang zum Bericht über die Forschungstätigkeit von Netzwerk Altstadt<sup>5</sup> wird folgendes festgehalten:

*„In den Altstädten findet eine langsame Verschiebung der Nutzungen statt. Im Zentrum steht ein nachlassender Nutzungsdruck beim Detailhandel. Die Flächen werden weniger nachgefragt, die Mieten sinken. Für die Eigentümer beginnt damit eine Phase der Umorientierung. Sie müssen ihre Liegenschaft neu ausrichten, um die Erträge zu stabilisieren und nach Möglichkeit die wegfallenden Erträge zu kompensieren. In der Regel gelingt das über die Wohnnutzung, die relativ stabile Erträge liefert und nicht vom Strukturwandel betroffen ist. Die Büronutzung ist keine Alternative, sie bringt keine besseren Erträge als das Wohnen und ist zudem von längeren Leerständen gekennzeichnet. Viele Eigentümer vollziehen daher einen Strategiewechsel. Sie verlegen ihre Hauptperspektive von der Ladennutzung (Erdgeschoss) auf die Wohnnutzung (Obergeschoss). Wir sprechen von einem Wechsel der „Leitnutzung“.“*

*Mit dem Wechsel der Leitnutzung ändert sich die Perspektive des Eigentümers. Seine Aufmerksamkeit richtet sich auf die Frage, wie in der Altstadt ein attraktives Wohnumfeld geschaffen werden kann, um seine Wohnungen vermieten zu können. Zudem wechselt der Schwerpunkt der Investitionen vom Erdgeschoss in die Obergeschosse. Man kann den Wechsel der Sichtweise in einem Vergleich zeigen:*

Motivation des Eigentümers	Leitnutzung Detailhandel	Leitnutzung Wohnen
Hauptertrag	Erdgeschoss	Obergeschosse
Investitionen	Schaufenster, Ladenausbau, Vergrösserung der EG-Flächen	Renovation der Wohnungen, Küchen, Bäder, Anbau von Balkonen
Ziel für das Zentrum	Mehr Kunden	Höhere Lebensqualität
Thema Parkplätze	Mehr Parkplätze für die Kunden	Mehr Parkplätze für die Bewohner
Thema Bars und Kultur	Toleranz	Zurückhaltung
Aussenraum	Mehr Raum und Freiheit für Gastronomie und Verkauf. Mehr Parkplätze.	Mehr Sauberkeit und Ordnung, weniger Lärm. Mehr Spielplätze und Aufenthaltsbereiche.

Tabelle 12: Vergleich der Leitnutzungen

<sup>5</sup> Anhang zum Bericht Forschungstätigkeit Netzwerk Altstadt 2007 – 2012; Bundesamt für Wohnungswesen, Seite 47

*Mit dem Wechsel der Leitnutzung bleibt die Frage offen, wie die Erdgeschosse genutzt werden können. Für den Eigentümer bekommt das Erdgeschoss als Ertragsquelle eine untergeordnete Bedeutung. Das bedeutet aber nicht, dass die Nutzung egal wäre. Im Gegenteil: Weil das Wohnen im Haus attraktiv werden oder bleiben soll, muss im Erdgeschoss eine wohnverträgliche Nutzung schergestellt werden. Spielsalons, Imbissbuden oder Nachtbars sind dem Wohnen abträglich. Es ist daher wichtig, die Eigentümer auf diese Zusammenhänge hinzuweisen und ihnen die neue Rechnung für ihr Haus exemplarisch zu zeigen, damit sie nicht der Versuchung erliegen eine Ersatznutzung im Erdgeschoss zu akzeptieren, die ihnen die Erträge auf dem Obergeschoss mindern.“*

### **„Para-Läden“**

Netzwerk Altstadt stellt fest, dass die Altstädte ein Potenzial haben, um vermehrt teilkommerzielle (para-kommerzielle) Geschäfte anzuziehen. Das Umfeld und die sogenannten „Para-Läden“ lassen sich wie folgt beschreiben, vgl. Bericht Netzwerk Altstadt <sup>6</sup>:

*„Die Altstadt ist nicht mehr Zentrum sondern stimmungsvolle Nische – eine charmante Ergänzung zu den eher stereotypen Ladenflächen in umliegenden Einkaufszentren. Die Spezialisierung hat ihre Grenzen: Boutiquen, Fachgeschäfte und Liebhabereien können nur soweit überleben, wie sie eine entsprechende Kundschaft haben. Damit wird klar, dass besondere Geschäfte (z.B. Chocolatier, Massschuhe, Hutmode, Buchbinderei) hier nur ein begrenztes Auskommen finden können und daher oft nicht kommerziell überleben können. Oft werden diese Angebote nicht nur aus kommerziellen Motiven betrieben, sondern haben mit Leidenschaft und Interesse für ein Metier oder eine Handwerksrichtung zu tun.*

*Wir nennen solche nicht rein kommerziell motivierten Geschäfte „parakommerziell“ oder „Para-Läden“, wobei der Übergang zwischen kommerziell und parakommerziell fließend ist.*

*Folgende Eigenschaften zeichnen parakommerzielle Geschäfte, „Para-Läden“, aus:*

- *Es sind stimmungsvolle Geschäfte, die sich um Produkte kümmern, die über die Grundversorgung oder das Konventionelle hinausgehen.*
- *Sie profitieren sehr von einer stimmungsvollen Umgebung, wie Altstädte sie bieten.*
- *Sie sind angewiesen auf günstige Mieten, da sie nur geringe Erträge generieren.*
- *Sie werden meist betrieben von Menschen, die den Laden als Leidenschaft, Hobby oder persönlichen Luxus betreiben. Daher sind die Öffnungszeiten meist reduziert.*
- *Viele Para-Läden stellen eine Kombination aus Herstellung und Verkauf dar. Dazu kann der Internethandel oder die Präsenz an Märkten kommen.*
- *Para-Läden können weit über die Region hinaus ausstrahlen und Gäste anziehen.“*

---

<sup>6</sup> Anhang zum Bericht Forschungstätigkeit Netzwerk Altstadt 2007 - 2012, Bundesamt für Wohnungswesen, Seite 50

## 5 Mitwirkungsprozess

Zur Entwicklung der Altstadt gibt es unterschiedliche Nutzer und Bedürfnisse, die so weit wie möglich einbezogen werden sollen. Die nachfolgende Auflistung zeigt die Vielzahl möglicher Anspruchsgruppen.

- Anwohnerin
- Automobilist
- Barbesucherin
- Barbetreiber
- Behörde
- Fussgängerin
- Geschäftsinhaber
- Jugendliche
- Kind
- Konsumentin
- Lieferantin
- Liegenschaftseigentümer
- Marktbesucher
- Mensch mit Behinderung
- Mutter
- Restaurantbesucherin
- Senior
- Touristin
- Veranstalter
- Verein
- Velofahrerin
- ...

Der Mitwirkungsprozess wurde durch die Kern-Arbeitsgruppe und die erweiterte Arbeitsgruppe begleitet. In den Arbeitsgruppen konnten die Sichtweisen einiger Anspruchsgruppen eingebracht werden, und die einzelnen Prozessschritte wurden diskutiert und abgenommen. Dazu fanden in der erweiterten Arbeitsgruppe Sitzungen statt am 8. Mai, 21. August und 23. Oktober 2014 sowie am 2. Februar 2015.

### 5.1 Erste öffentliche Veranstaltung

Die erste Veranstaltung des Projekts Begegnungsstadt war öffentlich und fand statt am Donnerstag, 22. Mai 2014, 18.45 bis 21.30 Uhr. An diesem Abend wurden das Projekt und die Ziele vorgestellt durch Ruedi Mattle. Ruth Wanner präsentierte die gesammelten Daten und Auswertungen. Paul Hasler von Netzwerk Altstadt hielt ein Inputreferat über den Strukturwandel in Schweizer Kleinstädten und stellte die Ergebnisse der Stadtanalyse vor. Der zweite Teil des Abends bestand aus einer Gruppendiskussion, indem sich die Teilnehmenden zur Fragestellung „Woran sollte gedacht werden?“ in folgenden drei Themenbereichen äussern konnten.

- Das Städtli als lebendiger Einkaufsort
- Das Städtli als attraktiver Wohnort
- Das Städtli zum Geniessen und Begegnen (Erlebnisse, Gastronomie, Bars)



Abbildung 13: Impressionen der ersten Veranstaltung

### 5.1.1 Resultate der ersten öffentlichen Veranstaltung

In den Gruppen gab es viele wertvolle Inputs und Hinweise. Die Ergebnisse wurden ergänzt mit Rückmeldungen weiterer Interessierten, die an der Veranstaltung nicht teilnehmen konnten und einen Fragebogen ausfüllten. Sie sind festgehalten in einem Dokument.<sup>7</sup>

## 5.2 Workshops

Die Workshops waren nicht öffentlich sondern richteten sich an die zwei Zielgruppen: Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer sowie Geschäfte/Gastronomiebetriebe. Diese Unterteilung wurde gewählt, um eine problemspezifische Diskussion und die Sensibilisierung der Direktbetroffenen zu erreichen. Die schriftliche Befragung dieser beiden Zielgruppen bildete eine wichtige Basis für den Einbezug und die Beteiligung. Umfrageergebnisse siehe Kap. 3.3 und 3.4.

Am 4. September 2014 von 17 bis 19 Uhr fand der Workshop mit den Liegenschaftseigentümern statt und von 19.30 bis 21.30 Uhr derjenige mit den Geschäften und Gastronomiebetrieben. Ruth Wanner informierte über die Projektziele und Termine und stellte die Ergebnisse der schriftlichen Befragung vor. Einzelne Erkenntnisse aus der Umfrage und mögliche Stossrichtungen für die Zukunft flossen in konkrete Aussagen (sogenannte Kernsätze) ein.

Diese Kernsätze wurden im zweiten Teil der Veranstaltung von den Teilnehmenden bewertet mit „teile ich, unterstütze ich“, „teile ich nicht, unterstütze ich nicht“ oder „egal/unwichtig“. Paul Hasler und Martin Beutler von Netzwerk Altstadt leiteten die Aufgabenstellung und führten anschliessend anhand der bewerteten Kernsätze eine Diskussion.



Abbildung 14: Impressionen der Workshops

<sup>7</sup> Ergebnisse\_Gruppendiskussion\_22-05-2014\_und\_Fragebogen-Auswertung

### 5.2.1 Resultate Workshop Liegenschaftseigentümer

- Die Mehrheit der Anwesenden geht damit einig, dass leere Ladenlokale zwischengenutzt werden sollten, um einen negativen Eindruck zu vermeiden.
- Es ist wenig Interesse vorhanden, Ladenflächen gemäss einem Gesamtkonzept zu bewirtschaften, um für den Einkaufsstandort Altstätten einen Gewinn zu erzielen. Die Einschränkung unternehmerischer Freiheit wird wohl befürchtet.
- Die Idee eines intensiveren Austausches mit den Läden, um frei werdende EG-Flächen besser zu besetzen, findet grossen Anklang. Mögliche Massnahmen: Gremium bilden, vierteljährliche Treffen, Newsletter, elektronische Plattform etc.
- Es besteht grosse Unterstützung für die Aussage: „Ich bin bereit, in meinem Haus auf Nutzungen im Bereich Rotlicht oder lärmiges Gewerbe zu verzichten, wenn dies meine Nachbarn auch tun.“. Anwesende wenden ein, dass die Nachfrage für Nachtbars sowieso nicht mehr vorhanden sei oder noch mehr Verbote keine Lösung seien.
- Die Förderung der Wohnqualität sollte zukünftig im Zentrum der Altstadtentwicklung stehen, findet eine gute Mehrheit. Die Förderung von Gastronomie und Bars wird halb zustimmend, halb ablehnend beurteilt, insbesondere im Fall von mehr Bars werden nächtliche Aktivitäten befürchtet.
- Kontrovers wird die Frage einer Altstadtaufwertung durch mehr Grün in den Gassen beurteilt. Die Mehrheit vertritt die Ansicht, dass mehr Grün attraktiver ist, einem Bedürfnis entspricht und punktuell an einzelnen Orten erfolgen sollte, auch um das Wohnen aufzuwerten. Andererseits wird ein Parkplatzabbau befürchtet und dargelegt, dass rundherum genügend Natur sei.
- Die Bereitschaft, sich an gemeinsamen Aktionen für mehr Grün und Blumenschmuck in den Gassen zu beteiligen, ist gering.
- Die Mehrheit unterstützt das Anliegen, die Marktgasse attraktiver zu machen zum Flanieren, Verweilen und Einkaufen und dem Fussgänger etwas mehr Raum und Sicherheit zu geben. Diskutiert wird, ob flanieren überhaupt gefragt sei, da die Leute ins Städtli kämen um die nötigen Dinge einzukaufen und dann wieder gehen. Rückläufige Frequenzen würden eher mit den Einkaufsgeschäften ausserhalb der Altstadt (Aldi, Lidl, Landi etc.) in Verbindung stehen als mit ungenügender Flanierqualität.
- Praktisch alle Anwesenden finden, dass ein Beratungsangebot bei Umbauanliegen sinnvoll wäre, um die Machbarkeit von Bauvorhaben frühzeitig zu erkennen und konstruktive Lösungen mit Baubewilligungsbehörde und Denkmalpflege zu finden. Einzelne Eigentümer vertreten die Ansicht, die Vorschriften seien zu streng. Andererseits wird das historische Erbe erkannt und gewünscht, dass das Bewusstsein gestärkt würde.
- Eine Mehrheit findet, dass sich Restaurants und Bars stärker an den Massnahmen gegen Nachtlärm und für mehr Sauberkeit beteiligen sollten. Halb zustimmend und halb ablehnend wird das Anliegen beurteilt, dass sich Nachtbars auf gewisse Gassen beschränken sollten, damit die Wohnqualität nicht zu stark leidet.
- Ein gewisses Interesse ist vorhanden, sich an einer nahegelegenen Parkierungsmöglichkeit mit Miteigentum oder Dauermiete zu beteiligen.
- Eher ablehnend wird die Aussage beurteilt, einen Teil der Marktgasse als autofreie Fussgängerzone auszubauen, um das Einkaufen und Flanieren attraktiver zu machen. In der Diskussion wird die Meinung geäussert, dass mit der Einführung der Begegnungszone und der Parkplatzbewirtschaftung grosse Fortschritte erzielt wurden. Andererseits seien die Geschwindigkeiten und der Durchgangsverkehr allenfalls zu hoch.
- Das Anliegen, die Marktgasse schrittweise autofrei zu machen, wenn dies die Einkaufsnutzung nicht gefährdet, findet eine knappe Mehrheit. Deutlich ablehnend stehen die Liegenschaftseigentümer einem Nachtfahrverbot für das Städtli gegenüber.
- Grosse Zustimmung erhält die Aussage, dass es mehr Anstrengung bei Marketing und Werbung braucht, um den Einkaufsort Städtli am Leben zu erhalten.
- Die Meinungen zur Aussage, ob es mehr Anlässe, Märkte und Events im Städtli braucht, um den Einkaufsort bekannt zu machen und attraktiv zu halten sind geteilt. Die Anlässe brächten zwar mehr Leute ins Städtli, jedoch bringe dies nicht zwingend mehr Frequenzen in den Geschäften und die Anlässe seien nicht immer nachhaltig.

## 5.2.2 Resultate Workshop Geschäfte und Gastronomiebetriebe

- Die Aussage, dass viele Läden in Altstätten vom Strukturwandel bedroht sind findet grosse Zustimmung. Dennoch: Die Geschäftsinhabenden sehen ihre Chance darin, sich als Spezialgeschäft mit persönlichen Dienstleistungen und gutem Kundenbezug zu positionieren.
- Die Idee sich mit den Liegenschaftseigentümern regelmässig auszutauschen über frei werdende EG-Flächen findet bei den Geschäften grossen Anklang. Ob die Aufgabe des „Leerstandsmarketing-/managements“ Aufgabe der Stadt wäre, wird kontrovers diskutiert. Die Geschäfte wüssten sehr gut über die Entwicklungen Bescheid.
- Alle Anwesenden sind sich darin einig, dass die stimmungsvolle Mischung aus Altstadt, Gastronomie und Läden der Trumpf ist, auf den gesetzt werden soll.
- Dem Anliegen, dass sich die Geschäfte für gemeinsame Öffnungs- oder zumindest Blockzeiten einsetzen sollten, wird deutlich zugestimmt. Die Erfahrungen früherer Anläufe in diesem Thema hätten immer wieder gezeigt, dass Umsetzung nicht machbar sei aufgrund unterschiedlicher Bedürfnisse.
- Auf deutliche Ablehnung stösst die Aussage, die Altstadt-Geschäfte entlang der Marktgasse zu konzentrieren, um Wirkung zu erzielen.
- Es besteht keine Einigkeit darüber, ob eine Aufwertung der Altstadt durch mehr Grün in den Gassen erreicht werden kann. Mehr Grün wird zwar punktuell gewünscht, jedoch im Rahmen eines Gesamtkonzepts und ohne die heutigen Beton-Pflanzentöpfe.
- Nur wenige Geschäfte unterstützen das Anliegen, die Marktgasse attraktiver zu machen zum Flanieren, Verweilen und Einkaufen. Es wird auch innerhalb dieser Gruppe diskutiert, dass die Leute nicht ins Städtli kämen, um sich die Zeit zu vertreiben sondern um etwas zu besorgen. Die Wichtigkeit von Aussenwirkung und Ausstrahlung wird demgegenüber anerkannt.
- Eine Mehrheit findet, dass sich Restaurants und Bars stärker an den Massnahmen gegen Nachtlärm und für mehr Sauberkeit beteiligen sollten. Anwesende äussern die Meinung, dass die Stadt keine Ausgangshochburg mehr sei und das Problem eher durch mitgebrachte Getränke und Take-Aways verursacht werde.
- Zustimmung wird das Anliegen beurteilt, dass sich Nachtbars auf gewisse Gassen beschränken sollten, damit die Wohnqualität nicht zu stark leidet.
- Ganz klare Ablehnung erfährt das Anliegen, einen Teil der Marktgasse als autofreie Fussgängerzone auszubauen, um das Einkaufen und Flanieren attraktiver zu machen. Dass man mit dem Auto ins Städtli fahren und dort parkieren kann, beurteilen die Geschäftsinhabenden als grossen Vorteil und Alleinstellungsmerkmal.
- Die Marktgasse schrittweise autofrei zu machen, wenn dies die Einkaufsnutzung nicht gefährdet, stösst mehrheitlich auf Ablehnung. Ebenfalls ablehnend stehen die Liegenschaftseigentümer einem Nachtfahrverbot für das Städtli gegenüber.
- Die Idee, den Kunden einen Parkjeton für günstigeres Parkieren rund um die Altstadt anzubieten, findet wenig Unterstützung und würde allenfalls als Notfallszenario im Falle einer Sperrung gesehen.
- Einigkeit besteht darüber, dass es mehr Anstrengung bei Marketing und Werbung braucht, um den Einkaufsort Städtli am Leben zu erhalten und sich jedes Geschäft hier seine Gedanken machen müsse, möglicherweise auch gemeinsam und in Kooperation mit anderen Geschäften.
- Die Mehrheit der Geschäfte findet, dass es nicht mehr Anlässe, Märkte und Events im Städtli braucht, um den Einkaufsort bekannt zu machen und attraktiv zu halten.

### 5.3 Zweite öffentliche Veranstaltung

Zum vorläufigen Abschluss des partizipativen Verfahrens fand am 20. November 2014, 18.45 bis 21.30 Uhr, eine weitere öffentliche Veranstaltung statt. Alle interessierten Personen von Altstätten waren eingeladen. Nach einem Rückblick auf den bisherigen Verlauf durch Ruedi Mattle informierte Ruth Wanner über den Besuch von drei vergleichbaren Schweizer Kleinstädten. Paul Hasler von Netzwerk Altstadt hielt ein Inputreferat über Lienz (Österreich) und zeigte auf, welche Veränderungen in den letzten Jahren dort umgesetzt werden konnten. Mit Blick auf Altstätten erfolgte anschliessend eine Beurteilung jeder Gasse, mit mehreren visionären Ansätzen für Entwicklungen und Veränderungen.

Im zweiten Teil waren die Meinungen der Teilnehmenden gefragt. In Form eines „World Cafés“ wurden an 3 x 2 Tischen unterschiedliche Aussagen und Kernsätze in den Handlungsfeldern „Liegenschaften und Nutzungen“, „Aussenräume und Nutzungen“ sowie „Verkehr und Mobilität“ diskutiert. Paul Hasler und Martin Beutler interviewten die Gastgeber der Tische anschliessend.



Abbildung 15: Impressionen der zweiten Veranstaltung

### 5.3.1 Resultate der zweiten öffentlichen Veranstaltung

Die Ergebnisse der Gruppendiskussionen zu den drei Handlungsfeldern im Detail:

#### Liegenschaften und Nutzungen

Massnahmen	teile ich	teile ich nicht	egal/unwichtig
<b>1-a)</b> Leere Ladenlokale können für Ausstellungen, Kunst etc. zwischengenutzt werden, um einen negativen Eindruck zu vermeiden. Es braucht eine Drehscheibe, um diese Zwischennutzungen zu finden und koordinieren.	36	0	10
<b>1-b)</b> Die Liegenschaftseigentümer in einer Gasse sollten sich absprechen, um Häuser in gleiche Richtung zu entwickeln (Modell Gassenclub). Die Stadt unterstützt diesen Austausch.	42 ½	1 ½	2
<b>1-c)</b> Renovations-/Umbauprozesse sollen durch eine aktive Beratung unterstützt werden, um konstruktive Lösungen mit Baubewilligungsbehörde und Denkmalpflege zu finden.	46	1	0
<b>1-d)</b> Man muss den Leuten zeigen, wie stimmungsvoll man im Städtli wohnen kann. Gute Beispiele sollen verstärkt kommuniziert werden.	43	0	2
<b>1-e)</b> Das Wohnen hat eine wichtige Rolle im Städtli. Aussenraumgestaltung, Verkehrssicherheit und Bauvorschriften sollten verstärkt auf diese Nutzung Rücksicht nehmen.	41	2	2
<b>1-f)</b> Hauseigentümer und Geschäfte im Städtli müssten sich regelmässig austauschen, um frühzeitig auf Ladenleerstände oder neue Kundenbedürfnisse reagieren zu können.	39	5	1

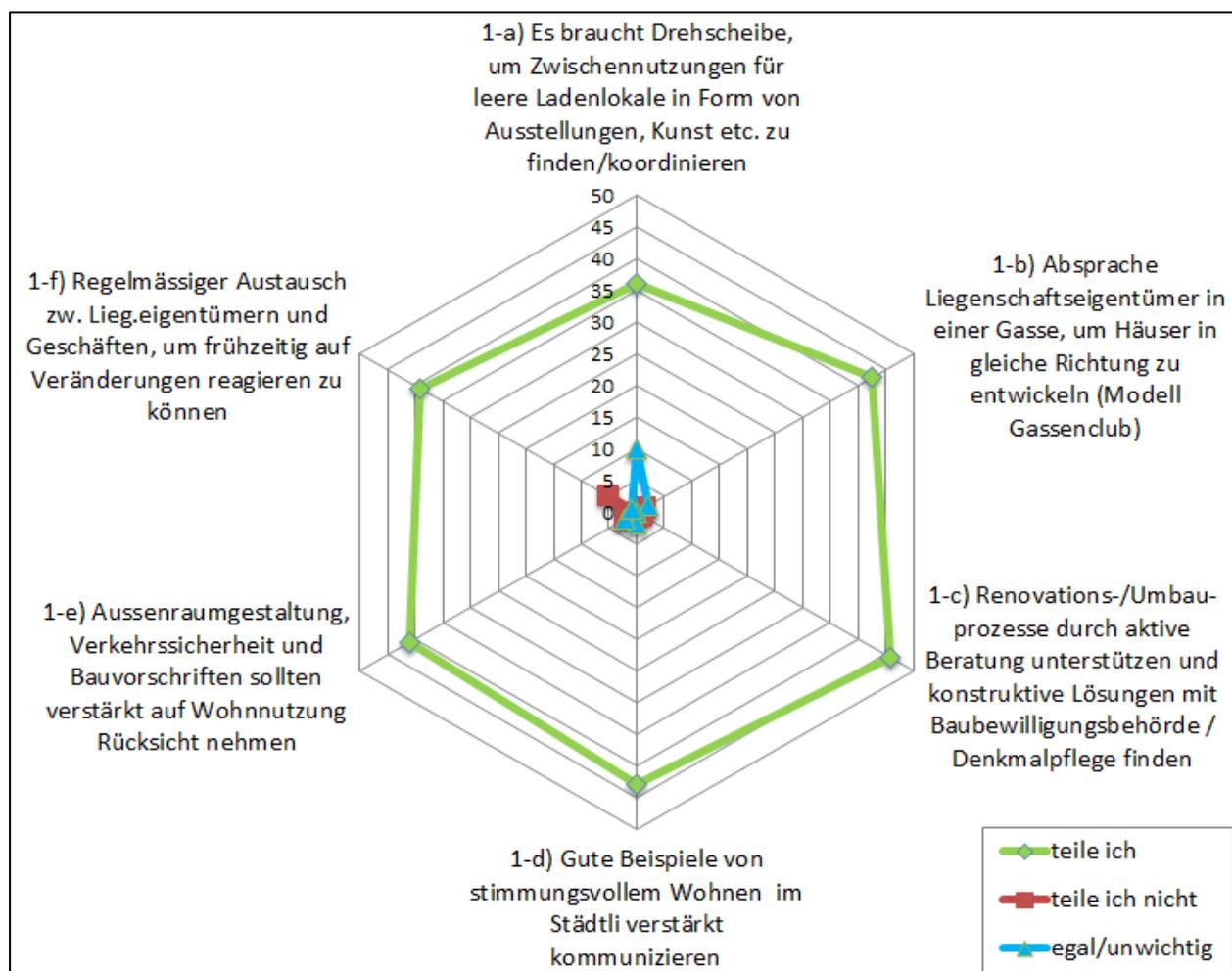


Tabelle und Abbildung 16: Bewertung der Kernsätze Liegenschaften und Nutzungen

## Aussenräume und Nutzungen

Massnahmen	teile ich	teile ich nicht	egal/unwichtig
<b>2-a)</b> Der Gemüsemarkt könnte zu einer attraktiven Wohngasse mit Vorgärten werden.	13	21	5
<b>2-b)</b> Wir richten einen gemeinsamen Hauslieferdienst für alle Läden ein, damit unsere Kunden und ältere Leute nicht Taschen schleppen müssen und Kunden des Städtli bleiben. (Modell Burgdorf).	11	11 ½	23 ½
<b>2-c)</b> Es könnte zwei weitere Strassencafés in der Marktgasse geben. Die Stadt definiert Qualitätsanforderungen an Gestaltung und Nutzung.	20	13	8
<b>2-d)</b> Es braucht mehr Anstrengung bei Stadt und Privaten, um den Einkaufsort Städtli am Leben zu erhalten. Basis könnte ein Entwicklungsmodell wie in Lienz (A) sein.	38	1	4
<b>2-e)</b> Der Garten der Prestegg könnte eine Art Stadtgarten werden, wo man sich trifft und z.B. Boccia spielen kann.	37	4	2
<b>2-f)</b> Der Kirchplatz könnte zur Wohngasse werden, indem die Aussenräume vor Häusern von den Bewohnenden mitgenutzt werden dürfen.	30	3	10
<b>2-g)</b> Der Engelplatz ist ein Kleinod. Hier könnte man attraktiven Aussenraum für Bewohnende und Gäste schaffen.	37	6	0

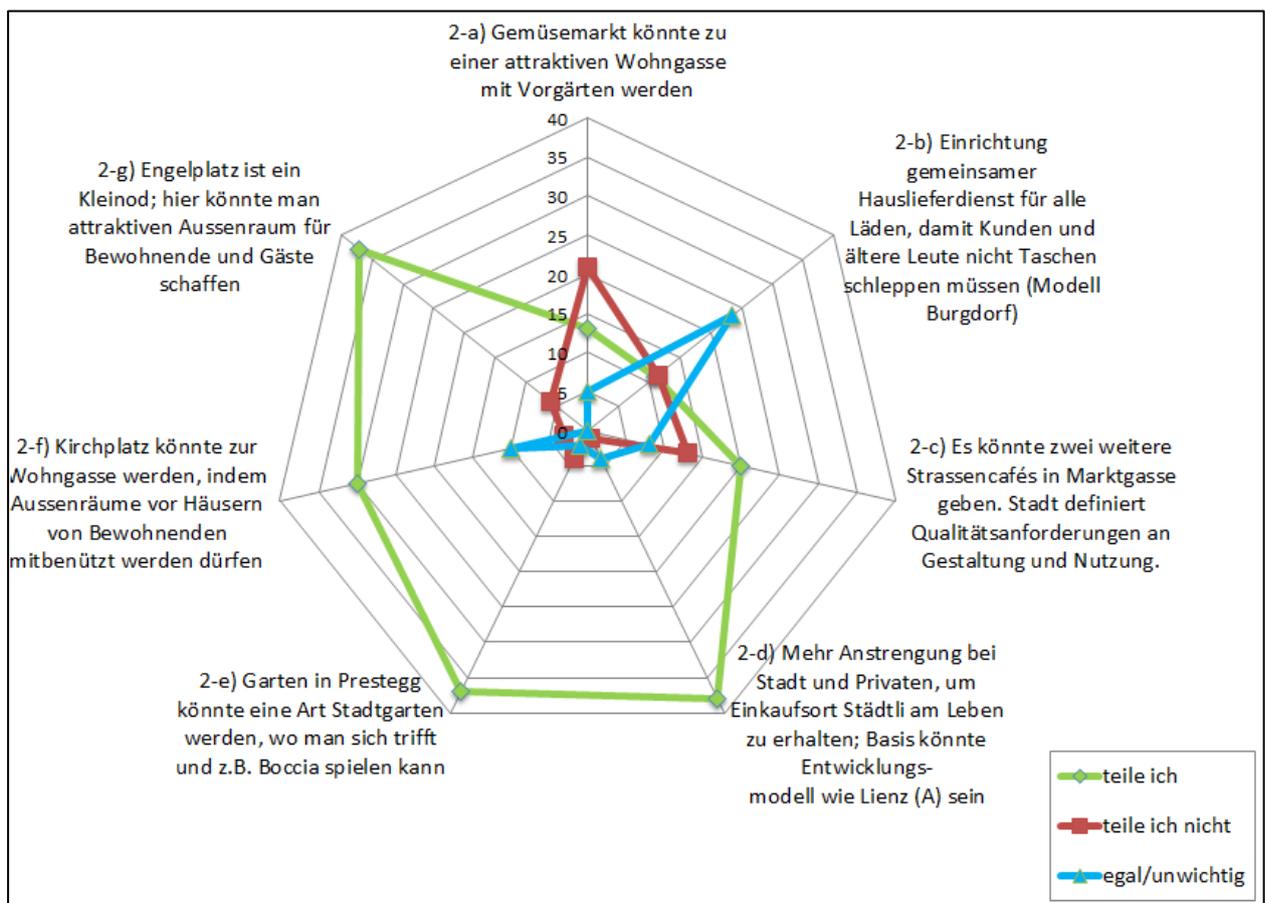


Tabelle und Abbildung 17: Bewertung der Kernsätze Aussenräume und Nutzungen

## Verkehr und Mobilität

Massnahmen	teile ich	teile ich nicht	egal/unwichtig
<b>3-a)</b> Es muss das Prinzip gelten: In der Altstadt gibt es nur Kurzzeitparkplätze (z.B. 2 Std.). Rund um Altstadt hat es genügend Parkplätze für längere Aufenthalte (z.B. in Parkgarage Rathaus).	38	2	0
<b>3-b)</b> Wir sollten das Experiment Fussgängerzone in der Marktgasse wagen, auch wenn es Veränderungen bei Läden mit sich bringen wird.	22	23	0
<b>3-c)</b> Fussgängerinnen und Fussgänger müssen in der ganzen Altstadt mehr Sicherheit erhalten, indem die Begegnungszone besser erkennbar ist und respektiert wird.	24 ½	11 ½	6
<b>3-d)</b> Wir müssen die Rad- und Fusswege ins Städtli attraktiver machen, damit mindestens die Altstätterinnen und Altstätter ohne Auto ins Zentrum kommen.	28	10	6
<b>3-e)</b> Wir sollten den Durchgangsverkehr in der Marktgasse reduzieren, um mehr Aufenthaltsqualität zu erreichen.	31 ½	15 ½	2
<b>3-f)</b> Wir sollten einen Pilotversuch mit einem autofreien Bereich beim Frauenhof machen und dann schauen wie es sich bewährt (Wegfahrt über Rabengasse).	35 ½	11 ½	1

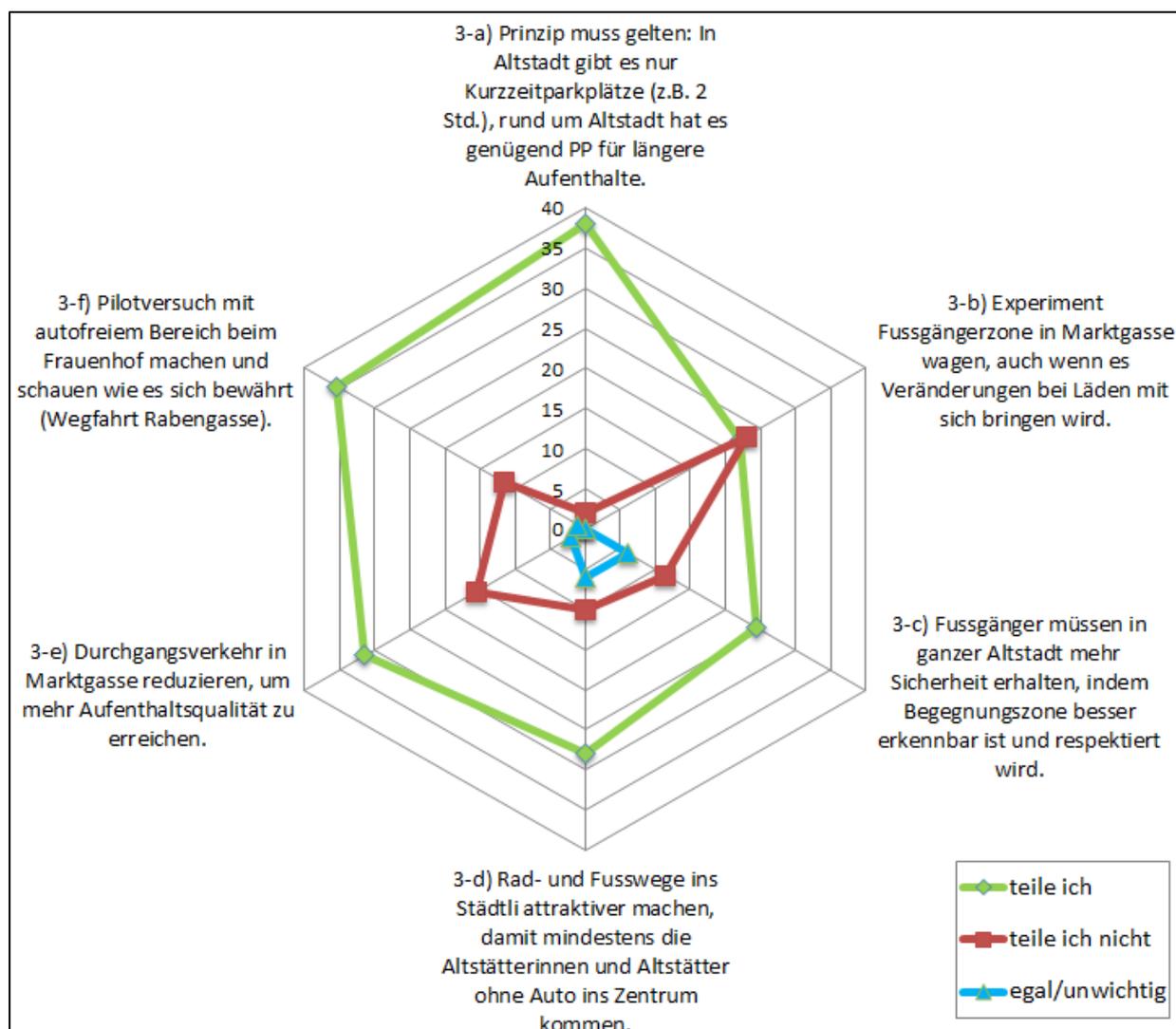


Tabelle und Abbildung 18: Bewertung der Kernsätze Verkehr und Mobilität

## 5.4 Beurteilung des bisherigen Mitwirkungsprozesses

Der Mitwirkungsprozess hatte zum Ziel, die Anspruchsgruppen an der Entwicklung der Altstadt zu beteiligen und für die unterschiedlichen Anliegen zu sensibilisieren. Die Erfahrungen aus den Veranstaltungen zeigen, dass unzählige Ideen, Ansätze und Wünsche vorhanden sind. Viele Personen machen sich Gedanken zur Entwicklung der Altstadt und bringen ihre Positionen ein. Die Ergebnisse aus den Veranstaltungen vermitteln ein gutes Bild der Situation und sind wertvoll, da sehr viele Sichtweisen eingebracht und Denkprozesse angestoßen wurden.

Bei den Workshops mit den Direktbetroffenen war es nicht einfach, die Vergangenheit ruhen zu lassen und zukunftsorientierte Diskussionen zu führen. Es zeigt sich eine gewisse Innovationsmüdigkeit und das Verteidigen des Status Quo nimmt grosses Gewicht ein. Es herrscht die Hoffnung, dass die Situation wieder besser wird, ohne in den Grundsätzen etwas ändern zu müssen. Klare Zeichen des Aufbruchs und mutige Schritte sind jedoch notwendig auf allen Seiten. Deshalb ist es wichtig, dass nun konkrete Massnahmen erarbeitet und gemeinsam angepackt werden.

## 6 Handlungsfelder und Stossrichtungen

Unterschiedliche Themenbereiche wurden in den Analysen und im Mitwirkungsprozess angesprochen. Diese gilt es zu bündeln. Es wurden folgende Handlungsfelder und Stossrichtungen definiert:

<b>Handlungsfeld</b>	<b>Liegenschaften und Nutzungen</b>	
Stossrichtungen	Liegenschaftsqualität stärken	
	Leerstände bei EG-Nutzungen minimieren	
	Frequenzen steigern (mehr Besucher, Kunden, Gäste)	
<b>Handlungsfeld</b>	<b>Aussenräume und Nutzungen</b>	
Stossrichtungen	Nutzung von Aussenräumen verbessern und Verweilqualität erhöhen	
	Aussenräume gestalterisch aufwerten	
<b>Handlungsfeld</b>	<b>Verkehr und Mobilität</b>	
Stossrichtungen	Durchgangs- und Suchverkehr reduzieren	
	Langsamverkehr stärken in der Altstadt und auf Wegen zur Altstadt	
<b>Handlungsfeld</b>	<b>Gemeinsam vorwärts</b>	
Stossrichtungen	Austausch und Zusammenarbeit verbessern	

# 7 Umsetzung

## 7.1 Liste der Massnahmen mit Priorisierung

Die Basis zur Erarbeitung der Massnahmenliste bildeten die Kernsätze aus der zweiten öffentlichen Veranstaltung in den Handlungsfeldern

- Liegenschaften und Nutzungen
- Aussenräume und Nutzungen
- Verkehr und Mobilität

Die Bewertungen dieser Kernsätze finden sich in Kap. 5.3.1 unter [Zweite öffentliche Veranstaltung](#).

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe trafen sich am 2. Februar 2015 zu einer Sitzung. Anlässlich dieser Sitzung wurden die 13 Kernsätze der Handlungsfelder Liegenschaften und Nutzungen sowie Aussenräume und Nutzungen nochmals diskutiert und eine Rangliste nach Wichtigkeit erstellt.

Aufgrund der Situation, dass die „Interessengemeinschaft autofreie Marktgasse“ zur Verkehrssituation in der Altstadt im Dezember 2014 eine Initiative eingereicht hat, welche sich zum aktuellen Zeitpunkt in juristischer Prüfung befindet, wurde das Handlungsfeld Verkehr und Mobilität anlässlich dieser Sitzung nicht weiter bearbeitet.

Das Ergebnis der Priorisierung durch die Arbeitsgruppe Begegnungsstadt ist wie folgt:

Hohe Priorität / Rang	Titel	(Rangpunkte)
1	1-c) Renovations- und Umbauberatung	(2 + 1 = 3 / 1.5)
2	1-e) Rücksichtnahme auf Wohnnutzung für zukünftige Entwicklungen	(1 + 3 = 4 / 2)
3	1-b) Gassenclub	(4 + 3 = 7 / 3.5)
4	2-e) Aufwertung Prestegg-Garten	(5 + 4 = 9 / 4.5)
5	1-d) Stimmungsvolles Wohnen kommunizieren	(6 + 5 = 11 / 5.5)
6	2-d) Ganzheitliches Entwicklungsmodell → Thema wird als wichtig und prioritär beurteilt, jedoch ist dies ein langjähriger Entwicklungsprozess, welcher parallel zu den anderen Massnahmen laufen soll	(1 + wichtig/parallel)

Mittlere Priorität		(Rangpunkte)
	1-a) Zwischennutzungen für Leerstände	(9 + 2 = 11 / 5.5)
	2-g) Aufwertung Aussenraum Engelplatz	(7 + 4 = 11 / 5.5)
	2-f) Kirchplatz als Wohngasse mit Aussenraumnutzung	(7 + 6 = 13 / 6.5)

Geringe Priorität		(Rangpunkte)
	1-f) Austausch Hauseigentümer/Geschäfte	(11 + 7 = 18 / 9)
	2-a) Gemüsemarkt als Wohngasse mit Vorgärten	(12 + 6 = 18 / 9)
	2-c) Strassencafés in Marktgasse	(10 + 8 = 18 / 9)
	2-b) Gemeinsamer Hauslieferdienst	(12 + 9 = 21 / 10.5)

## 7.2 Entwurf Massnahmenplan - hohe Priorität

In Gruppen wurden die ersten sechs zu bearbeitenden Massnahmen anhand des folgenden Rasters näher beschrieben.

### Legende

Art Massnahme     Administrative Massnahme / gemeinsame Massnahme / private Massnahme  
 Priorität         Hoch / mittel / gering

<b>1-c)</b>	<b>Renovations- und Umbauberatung</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Administrative Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch (Rang 1)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renovations- und Umbauprozesse in historischen Gebäuden unterstützen mit aktiver Beratung durch Ortsbildkommission (OBK) und Baubewilligungsbehörde</li> <li>• Persönliche Gespräche mit Eigentümern von (Problem-) Liegenschaften führen und Entwicklungsperspektiven aufzeigen mit dem Ziel, Veränderungsprozesse anzustossen</li> <li>• Regelmässige, z.B. jährliche Berichterstattung über Tätigkeiten der OBK</li> </ul> <p>Massnahmen prüfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unentgeltliche Erstberatung vor Ort von ca. 1 Stunde Dauer</li> <li>• Einführung Instrument Haus-Analyse (Instrument von Netzwerk Altstadt, wird z.B. im Kanton Appenzell Ausserrhoden seit mehreren Jahren angewendet)</li> <li>• Erarbeiten eines Leitfadens zum Bauen in der Altstadt für Bauherrschaft (Einwand: „Es gibt keine allgemein gültige Lösungskonzepte“)</li> <li>• Anpassung der Schutzverordnung</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positiveres Image; Behörden werden als Partner wahrgenommen</li> <li>• Mehr Liegenschaftseigentümer wagen den Schritt zum Renovieren und Umbauen</li> <li>• Beratung wird aktiv angeboten</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Offizielle Anlaufstelle definieren		
<b>Federführung</b>	Stadt, Ortsbildkommission	<b>Mitwirkung</b>	Baubewilligungsbehörde Kantonale Denkmalpflege Gewisse Liegenschaftseigentümer
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabe des Bauamts als beratende Stelle</li> <li>- Broschüre erstellen mit Ideen / Leitfaden: Wohin wende ich mich?</li> <li>- Informationen an Liegenschaftsbesitzer: Was ist möglich?</li> <li>- Austausch von Liegenschaftsbesitzern</li> <li>- Verbindlichkeit</li> <li>- Aktive Bauförderung</li> <li>- Vergabe der Punkte ist eindeutig; Denkmalpflege hat auch Auftrag der Allgemeinheit, um historische Werte zu schützen</li> <li>- Stadt sollte aktiv auf Liegenschaftseigentümer zugehen und mehr Möglichkeiten haben zur Einwirkung bei vernachlässigten Liegenschaften</li> </ul>		

<b>1-e)</b>	<b>Rücksichtnahme auf Wohnnutzung für zukünftige Entwicklungen</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Administrative Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch (Rang 2)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zonenanalyse Altstadt erstellen und Konzept entwickeln, damit Aussenraumgestaltung, Verkehrssicherheit und Bauvorschriften vermehrt auf Wohnnutzung Rücksicht nehmen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfung der Einführung Lärmempfindlichkeitsstufe II (Wohngebiet) in einzelnen Gassen, um lärmige Nutzungen zu verhindern und ruhige Zonen zu schaffen</li> <li>• Lärmintensive Nachbars konzentrieren auf passende Gebiete</li> <li>• Beleuchtung; Begrünung; Nutzung Aussenräume</li> <li>• Wohnqualität verbessern: Lift, Garten, Terrasse etc. zulassen wenn immer möglich</li> </ul> </li> <li>• Aktive Beratung in früher Phase um Möglichkeiten aufzuzeigen</li> <li>• Marketing</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbesserte Wohnqualität in der Altstadt</li> <li>• Positiveres Image über das Wohnen im Städtli</li> <li>• Altstätten gewinnt den Wakkerpreis</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Zonenanalyse Altstadt Marketing: Fotostrecke, Serie „Hausgeschichten“ in Zeitung		
<b>Federführung</b>	Stadt, Bauamt (Stadtrat gibt Strategie vor)	<b>Mitwirkung</b>	Liegenschaftseigentümer Architekten Ev. kantonale Denkmalpflege
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Bauamt soll neue Ideen unterstützen</i></li> <li>- <i>Unmögliche Auflagen sollen gelockert werden</i></li> <li>- <i>Denkmalpflege muss umdenken</i></li> <li>- <i>Neues soll möglich sein</i></li> <li>- <i>Altstadtkommission</i></li> <li>- <i>Bauvorschriften lockern</i></li> <li>- <i>Aussage erhält grosse Zustimmung; Schwerpunkt der Diskussionen bildete das Thema Altstadtsschutz und Bauvorschriften</i></li> </ul>		

<b>1-b</b>	<b>Gassenclub</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch (Rang 3)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Absprachen Liegenschaftseigentümer in einer Gasse, um Häuser in gleiche Richtung zu entwickeln</li> <li>• Abgrenzung der Gassen (Kirchplatz, Engelplatz / Webergasse, Pfluggasse / Marktgasse / Obergasse, Rabengasse / Gemüsemarkt, Trogenerstrasse)</li> <li>• Pilotversuch starten mit einer Gasse <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Workshop, Gespräche</li> <li>○ Gemeinsame Ergebnisse verabschieden (Kooperationsangebote: was unternehmen die Eigentümer / Forderungen: was erwarten Eigentümer von Stadt)</li> </ul> </li> <li>• Im Optimalfall wird Pilotversuch ausgeweitet auf andere Gassen</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigentümer sind in Altstadtentwicklung einbezogen und sensibilisiert</li> <li>• Förderung des Dialogs untereinander und mit Stadt</li> <li>• Eigentümer bieten sich gegenseitig Sicherheit für Investitionen / Entwicklung</li> <li>• Stadt kennt die Ergebnisse (Kooperationsangebote / Forderungen)</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gasse für Pilotversuch bestimmen</li> <li>• Geeignete Person(en) identifizieren</li> <li>• Projekt aufbauen: Rahmenbedingungen und Vorgehen definieren, Kick-off durchführen</li> </ul>		
<b>Federführung</b>	Stadt, Stadtentwicklung (für Initialisierung und Koordination) Zu bestimmende Person(en)	<b>Mitwirkung</b>	Anwohnende Liegenschaftseigentümer } Gasse Geschäftsinhaber Gasse } Ev. Netzwerk Altstadt (Moderation)
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Quartiervereine gründen</i></li> <li>- <i>Gassenfest</i></li> <li>- <i>Strassenapéro von Einwohnern oder der Stadt organisiert</i></li> <li>- <i>Eigentübertreff</i></li> </ul>		

<b>2-e</b>	<b>Aufwertung Prestegg-Garten</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Private / gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch (Rang 4)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gespräche führen mit Liegenschaftseigentümer (Museumsgesellschaft) und eventuell mit Nachbarn</li> <li>• Ideen skizzieren und Konzept entwickeln</li> <li>• Ev. kleinen Gestaltungswettbewerb lancieren <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vision: „Prestegg-Garten könnte eine Art Stadtgarten sein, wo man sich trifft und z.B. Boccia spielen kann.“</li> <li>○ Klärung der Zielgruppen und Nutzer</li> </ul> </li> <li>• Ansprechende Gestaltung mit Sitzgelegenheiten (z.B. fix montierte Stühle und Tische, ev. wieder einen besser nutzbaren Kiesplatz)</li> <li>• Treffpunkt auch für Kulturanlässe</li> <li>• Reinigung und Pflege muss sichergestellt sein</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestegg-Garten ist ein Treffpunkt, der zum Verweilen einlädt</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Gespräch aufnehmen mit Liegenschaftseigentümer		
<b>Federführung</b>	Stadt, ? (für Initialisierung und Koordination) Museumsgesellschaft	<b>Mitwirkung</b>	Nachbarschaft IGEA
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Anstatt Boccia: Schach-Spiel</i></li> <li>- <i>Museumsgarten : Ja wäre gut, und ein gutes Restaurant/Beiz</i></li> <li>- <i>Kinderspielplatz wäre wünschenswert &lt;-&gt; kein Kinderspielplatz gewünscht</i></li> <li>- <i>Ort mit grossem Potenzial z.B. für Gastro / Begegnung</i></li> <li>- <i>Wundervoller Ort</i></li> <li>- <i>Alles nur fürs Museum? Misch-Nutzungen wären befruchtend.</i></li> <li>- <i>Im Garten ist es am Abend kalt, auch im Hochsommer.</i></li> </ul>		

<b>1-d</b>	<b>Stimmungsvolles Wohnen kommunizieren</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch (Rang 5)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gute Beispiele von Renovationen und Umbauten im Städtli veröffentlichen in Zusammenarbeit mit Liegenschaftseigentümern <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zeitungsberichte</li> <li>○ Broschüre</li> </ul> </li> <li>• Organisationskomitee organisiert einen „Tag der offenen Altstadt-Türen“ <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ev. verbunden mit kulturellem Rahmenprogramm wie z.B. Musikschul-Konzert in Wohnung oder Galerie im Treppenhaus</li> <li>○ in einer ersten Runde könnten z.B. 10 Wohnungen besucht werden</li> <li>○ Liegenschaftseigentümer aber auch Mieterinnen und Mieter vernetzen sich</li> <li>○ mediale Begleitung als wichtige Voraussetzung</li> <li>○ OK-Zusammensetzung: Personen mit gutem Beziehungsnetz / Mund zu Mund: z.B. Verkehrsverein, Pensionierte mit Bezug zum Städtli oder zur Kultur</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wohnen im Städtli gewinnt ein besseres Image</li> <li>• Liegenschaftsbesitzende erhalten neue Ideen</li> <li>• Historisches Erlebnis für interessierte Bevölkerung</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Initialzündung von Stadt; anschliessend OK-Gründung		
<b>Federführung</b>	Stadt, Stadtentwicklung (für Initialisierung und Koordination) Zu gründendes OK	<b>Mitwirkung</b>	Liegenschaftseigentümer Bewohnerinnen und Bewohner
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Dinge, die gemacht wurden und gelungen sind, zeigen</i></li> <li>- <i>Beispiele aus anderen Orten zeigen</i></li> <li>- <i>Medien sollen vor allem über Positives berichten / Berichterstattung</i></li> <li>- <i>Tag der offenen Tür: Wie wohnt man im Städtli?</i></li> <li>- <i>Das Ganze ist auch eine Herzensangelegenheit, positive Geschichten schaffen</i></li> </ul>		

<b>2-d</b>	<b>Ganzheitliches Entwicklungsmodell</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Hoch / Parallel zu den übrigen Massnahmen
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganzheitliche Entwicklung der Altstadt unter Einbezug möglichst vieler Anspruchsgruppen und Interessen</li> <li>➔ Alternatives Vorgehen anstelle eines Konzeptes: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reflektierende Arbeitsgruppe in ausgewogener Zusammensetzung</li> <li>○ Entwicklungsziele definieren in Arbeitsgruppe, z.B. mit spezifischen Workshops</li> <li>○ Rollende, laufende Entwicklung beobachten, evaluieren, anregen</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stärkung der Altstadt</li> <li>• Gemeinsame Stossrichtung</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>			
<b>Federführung</b>	Stadt, Stadtentwicklung	<b>Mitwirkung</b>	Bestehende Arbeitsgruppe Begegnungsstadt
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Es braucht nicht mehr Anstrengung, aber koordinierter</i></li> <li>- <i>Wer finanziert?</i></li> <li>- <i>Es gibt viele, die sich engagieren</i></li> <li>- <i>Es braucht ein professionelles Angehen von Entwicklungen, nicht in Form von Provisorien</i></li> <li>- <i>Engagement aller Beteiligten ist wichtig</i></li> </ul>		

### 7.3 Entwurf Massnahmenplan – mittlere und geringe Priorität

Die weiteren Massnahmen mit mittlerer und geringer Priorität wurden nicht vertieft ausgearbeitet, da diese zum aktuellen Zeitpunkt nicht weiter verfolgt werden. Eine grobe Beschreibung erfolgt dennoch im gleichen Raster.

1-a	Zwischennutzungen für Leerstände		
<b>Art Massnahme</b>	Private Massnahme	<b>Priorität</b>	Mittel (Rang 7)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Team von Freiwilligen finden</li> <li>• Konzept entwickeln und Kriterien festlegen</li> <li>• Drehscheibe / Koordinationsstelle aufbauen</li> <li>• Kontakte mit betroffenen Liegenschaftseigentümern knüpfen</li> <li>• Ausstellungsobjekte auswählen und Aktionen umsetzen</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leerstehende Ladenlokale sind bis zur Neuvermietung sinnvoll genutzt</li> <li>• Positive Ausstrahlung wird vermittelt</li> <li>• Liegenschaftseigentümer sind über Aussenwirkung sensibilisiert</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Hauptverantwortliche (Privat-)Person gewinnen		
<b>Federführung</b>	Initialisierung: Stadt Umsetzung: Private	<b>Mitwirkung</b>	Freiwillige Personen
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Kompromisse: billiger Ausstellungsraum</i></li> <li>- <i>Zusammenarbeiten mit Schulen, Vereinen</i></li> <li>- <i>Erstaunlicherweise viele Punkte bei „egal/unwichtig“: Zwischennutzungen sind doch wichtig, um negativen Eindruck zu vermeiden und Schaufenster zu beleben</i></li> </ul>		

2-g	Aufwertung Aussenraum Engelplatz		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Mittel (Rang 8)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision: Engelplatz ist ein Kleinod; hier könnte man attraktiven Aussenraum für Bewohnende und Gäste schaffen</li> <li>• Gespräche führen mit Liegenschaftseigentümern, Bewohnern und Nachbarn und Ideen aufzeigen</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Wohnlichkeit vor den Häusern und beim Engelplatz-Brunnen</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema ev. einbringen im Zusammenhang mit Gassenclub		
<b>Federführung</b>	Stadt	<b>Mitwirkung</b>	Offen
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Renovation fördern / oder Handänderung</i></li> <li>- <i>Engelplatz hat Entwicklungspotenzial</i></li> <li>- <i>Den Leuten ist das Potenzial des Engelplatzes bewusst.</i></li> <li>- <i>Bei Aussenraum-Gestaltung ist gleich auch das Thema Lärm/Ruhe im Vordergrund; Aufwertung von Aussenräumen bringt mehr Lärm durch Personen, die sich dort aufhalten.</i></li> <li>- <i>Verlust von Auto-Parkplätzen wird ebenfalls befürchtet</i></li> <li>- <i>Frage ist: Ist das privater oder öffentlicher Aussenraum?</i></li> <li>- <i>Gewisse Angst vor Zerstörungen/Vandalismus durch Nachtbuben</i></li> </ul>		

<b>2-f</b>	<b>Kirchplatz als Wohngasse mit Aussenraumnutzung</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Mittel (Rang 9)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision: Kirchplatz könnte zur Wohngasse werden, indem Aussenräume vor Häusern von Bewohnenden mitbenützt werden dürfen</li> <li>• Gespräche führen mit Liegenschaftseigentümern, Bewohnern und Nachbarn und Ideen aufzeigen</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufwertung des Platzes</li> <li>• Mehr Wohnlichkeit vor den Häusern, um Nutzungsmöglichkeiten für die (leerstehenden) Erdgeschosse zu verbessern</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema ev. einbringen im Zusammenhang mit Gassenclub		
<b>Federführung</b>	Stadt	<b>Mitwirkung</b>	Offen
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Kirchplatz als Wohngasse? Ja, das wäre schön</i></li> <li>- <i>Gut vorstellbar; dadurch wäre eine bessere Wohnqualität möglich</i></li> </ul>		
	<i>Lösungskonzepte sind abhängig von zukünftiger Verkehrsführung bzw. der Initiative autofreie Marktgasse</i>		

<b>2-a</b>	<b>Gemüsemarkt als Wohngasse mit Vorgärten</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Mittel (Rang 10)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vision: Der Gemüsemarkt könnte zu einer attraktiven Wohngasse mit Vorgärten werden.</li> <li>• Gespräche führen mit Liegenschaftseigentümern, Bewohnern und Nachbarn und Ideen aufzeigen</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufwertung des (Park-)Platzes</li> <li>• Mehr Wohnlichkeit schaffen auf der Südseite der Häuser Trogenerstrasse</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema zurückstellen		
<b>Federführung</b>	-	<b>Mitwirkung</b>	-
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Und der Wochenmarkt?</i></li> <li>- <i>Rue de Blamage versetzen (Eingang der Restaurants)</i></li> <li>- <i>Unvorstellbar</i></li> <li>- <i>Vorstellbar (mindestens einzelne Gärten)</i></li> <li>- <i>Mehr Grün täte dem Städtli gut</i></li> <li>- <i>Gemüsemarkt sollte auch für andere Märkte gebraucht werden, Märkte nicht alle in Marktgasse konzentrieren</i></li> <li>- <i>Nicht oberste Priorität, andere Lagen wären besser wie z.B. Engelplatz oder Kirchplatz</i></li> <li>- <i>Konflikte mit Beizen</i></li> <li>- <i>Warum diese Seite nicht für Gastronomie nutzbar?</i></li> <li>- <i>Gemüsemarkt -&gt; keine Gärten wegen „Barzone“</i></li> <li>- <i>Garten gehört nicht ins Städtli; wer einen Garten wünscht zieht nicht ins Städtli</i></li> <li>- <i>Konfliktpotenzial zwischen Wohnen und Bars</i></li> <li>- <i>Gemüsemarkt als Aussenraum für Gastronomie/Beizen würde von den Beizen/Bars geschätzt</i></li> </ul>		

<b>2-c</b>	<b>Strassencafés in Marktgasse</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Private / gemeinsame Massnahme	<b>Priorität</b>	Mittel (Rang 11)
<b>Beschreibung</b>	<i>Kernsatz/Vision:</i> Es könnte zwei weitere Strassencafés in der Marktgasse geben. Die Stadt definiert Qualitätsanforderungen an Gestaltung und Nutzung.		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Verweil- und Aufenthaltsqualität schaffen an der Marktgasse</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema zurückstellen		
<b>Federführung</b>	-	<b>Mitwirkung</b>	-
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Ein weiteres Café gewünscht</i></li> <li>- <i>Ja gerne, eventuell auch temporär/saisonal</i></li> <li>- <i>Parkplätze auflösen nicht unbedingt gewünscht</i></li> <li>- <i>Es gibt genügend Cafés! - diese sollen besser auftreten</i></li> <li>- <i>Gastronomiebetriebe sind sehr wichtig in den Gassen</i></li> <li>- <i>keine Qualitätsanforderungen/Vorschriften der Stadt gewünscht</i></li> <li>- <i>widersprüchliche Meinungen: gerne mehr Cafés &lt;-&gt; es braucht nicht mehr Cafés, bestehende Lokale sollten „mehr aus sich machen“</i></li> </ul>		

<b>1-f</b>	<b>Austausch Hauseigentümer/Geschäfte</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Private Massnahme	<b>Priorität</b>	Gering (Rang 12)
<b>Beschreibung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau einer Plattform zum regelmässigen Austausch zwischen Liegenschaftseigentümern und Geschäften</li> </ul>		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beteiligte sind über anstehende Veränderungen informiert und können frühzeitig (re-)agieren</li> <li>• Aktive Steuerung der Leerstände ist in gewissem Masse möglich</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema zurückstellen		
<b>Federführung</b>	-	<b>Mitwirkung</b>	-
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>IGEA: als Initiator – mit Stadt und Nachbarschaftsaustausch</i></li> <li>- <i>Pro Altstätten AG -&gt; Investoren suchen (Hotel Garni über mehrere Häuser)</i></li> <li>- <i>Koordinationsstelle: IGEA + Stadt + Eigentümer</i></li> <li>- <i>Investoren suchen für nebeneinander liegende Häuser, z.B. für Aufbau Garni-Hotel</i></li> <li>- <i>Pro Altstätten AG: Anleiten und helfen, notfalls auch Liegenschaften kaufen und entwickeln</i></li> </ul>		

<b>2-b</b>	<b>Gemeinsamer Hauslieferdienst</b>		
<b>Art Massnahme</b>	Private Massnahme	<b>Priorität</b>	Gering (Rang 13)
<b>Beschreibung</b>	Kernsatz/Vision: „Wir richten einen gemeinsamen Hauslieferdienst für alle Läden ein, damit unsere Kunden und ältere Leute nicht Taschen schleppen müssen und Kunden des Städtli bleiben (Modell Burgdorf).“ (Weitere Infos: siehe <a href="http://www.wir-bringens.ch">www.wir-bringens.ch</a> )		
<b>Zielsetzung, erwartetes Ergebnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Kundenbindung und Komfort</li> <li>• Nachteile der Altstadt-Geschäfte können teilweise wettgemacht werden</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	Thema zurückstellen		
<b>Federführung</b>	-	<b>Mitwirkung</b>	-
<b>Kommentare aus öffentlicher Veranstaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Warum nicht probieren?</i></li> <li>- <i>Hauslieferdienst eher nicht</i></li> <li>- <i>Wer realisiert dies schlussendlich?</i></li> </ul>		

