

Die Zukunft der Altstadt als Versorgungszentrum

• • • • •

Paul Dominik Hasler
pdh@netzwerk-altstadt.ch



Die Zentren der kleineren und mittleren Ortschaften der Schweiz erleben derzeit einen starken Wandel: Die Bedeutung des Detailhandels nimmt ab, Gewerbelokale verlieren ihre Mieter, die Kerne entleeren sich, Ortsbild und Atmosphäre leiden. Unter diesem Druck versuchen die Behörden, Gegensteuer zu geben und eine Revitalisierung einzuleiten. Oft ist jedoch

unklar, was damit gemeint ist: Rückkehr zum klassischen Detailhandel? Belebung der Ortszentren mit Gastronomie und Events? Erhalt der Baustruktur? Das Netzwerk Altstadt kümmert sich seit Jahren um Ortskerne und Altstädte und kann inzwischen auf den Erfahrungsschatz von rund 30 Partnerstädten zurückgreifen.

Früher war alles besser. Unsere Altstädte und Ortskerne pulsierten vor Leben. Im Erdgeschoss wurde geschmiedet, gezimmert und gegerbt. In den Nebengassen hatte es Stallungen mit Kühen, Schweinen, Hühnern und Misthaufen. Und: In den damaligen Häusern lebten etwa fünfmal so viele Menschen wie heute.

Die Schweizer Altstädte haben eine lange und wechselvolle Geschichte hinter sich. Besonders spürbar sind derzeit die Spuren des Nachkriegsbooms mit der anschliessenden Verlagerung des Detailhandels aus den Ortskernen in Supermärkte am Stadtrand oder auf die grüne Wiese. Während in den Sechziger- und Siebzigerjahren die Ortszentren massiv ausgebaut wurden und in die Erdgeschosse der Gebäude investiert wurde, dominieren heute zunehmend unternutzte Hüllen. Leere Ladenlokale, aufgebrochene Fassaden und unattraktive Nachnutzungen prägen zunehmend das Bild der kleineren Städte bis rund 30'000 Einwohner. In Ortschaften mit unter 2000 Einwohnern ist dieser Wandel meist abgeschlossen, und man hat sich nolens volens mit der Leere abgefunden.

Ein Problem für das vertraute Lebensgefühl

Niemand hat ernstlich Angst, dass durch diese Entwicklung die Grundversorgung in Frage gestellt wird. In kleinen Städten sind nach wie vor mindestens ein Grossverteiler plus ein paar Fachgeschäfte präsent. Aber die Zahl und Vielfalt der Läden nimmt ab, Leerstände säumen die Neben- und zum Teil bereits die Hauptgassen. Befindet sich der Grossverteiler nicht direkt beim Ortskern, beschleunigt sich diese Entwicklung zusätzlich. Dann reicht die Laufkundschaft nicht mehr aus, um eine Kinderkleiderboutique, einen Spielwarenladen, eine Metzgerei oder eine Buchhandlung kostendeckend zu betreiben. Ganze Branchen brechen weg – und mit ihnen das vertraute Gefühl des lebendigen Zentrums.



Die Integration des grossflächigen Detailhandels in den Ortskern ist nicht immer möglich oder erfordert grosse Anstrengungen. Die kleinteiligen Fachgeschäfte, hier in Bremgarten, haben Mühe, die Ladenlage allein zu halten.

Die grösseren Städte durchlaufen zwar den gleichen Wandel, doch zeigt sich dieser nicht in den Kernen, sondern in den Quartierzentren. Wo ehemals autonome Versorgungszellen bestanden, zeigen sich heute Probleme wie in der Kleinstadt. Aus diesem Grund hat die EU mit dem Interreg-Projekt «Managing District Centres in Northwest Europe» (MANDIE, www.district-management.eu) die Stabilisierung und Aufwertung solcher Quartierzentren untersucht. Die Empfehlungen aus Stuttgart oder Antwerpen sind zwar nicht immer übertragbar auf die Schweiz. Sie zeigen aber, dass der Strukturwandel ein grundsätzliches Phänomen ist, welches das vertraute Lebensgefühl in Frage stellt.

Bei der Arbeit in den kleineren und mittleren Städten der Schweiz zeigen sich drei typische Interventionsebenen:

- Geht es um die Erhaltung der historischen Bausubstanz, so ist die Stärkung der Wohnnutzung die wichtigste

Strategie. Die Schweiz ist in der glücklichen Lage, eine robuste Nachfrage nach urbanem Wohnen zu haben, so dass auch Häuser an eher schwierigen Lagen renoviert und vermietet werden können.

- Geht es um die Rettung oder Wiederherstellung des klassischen Detailhandels, versagen derzeit alle Rezepte. Der Wandel der Einkaufsgewohnheiten ist zu mächtig, als dass das kleinteilige Einkaufen in der herkömmlichen Form erhalten werden könnte. Die neuen, grossflächigen Formate ausserhalb der Ortskerne werden auch langfristig den kleinen Läden die Frequenz abspenstig machen. Es braucht deshalb eine Anpassung des Zentrumskonzepts.

- Geht es nur um die Belebung oder Inszenierung der Innenstadt oder des Ortskerns, sind gewisse Mischrezepte aus Detailhandel, Märkten, Events und Gastronomie denkbar. Oft geht es der Bevölkerung dabei mehr um die Stimulation und Inszenierung als um den Ein-

kauf. Man will ein romantisches, belebtes Zentrum haben. Den Einkauf aber tätigt man ausserhalb. Ähnliches gilt für den Verkehr: Man will eine stimmungsvolle Fussgängerzone im Ortskern, frequentiert diese autofreien Gassen selber aber selten. Dieses Auseinanderklaffen von Inszenierung und Nutzung prägt mittlerweile viele Diskussionen.

In diesem Spannungsfeld aus Nutzungsansprüchen, Folklore und Verhaltensschizophrenie ist eine Zieldefinition nicht einfach. Erschwerend kommt dazu, dass viele Detailhandelsakteure nicht mehr in der Lage sind, Neues zu wagen, da sie längst von der Substanz leben. Nimmt man sich trotzdem die Freiheit, über Visionen zu diskutieren, steht das «Einkaufszentrum Altstadt» fast immer oben auf der Wunschliste. Wie kommt es, dass unsere Ortskerne die ideale Voraussetzung für den stimmungsvollen Einkauf liefern, diesen aber an die künstliche Nachahmerin genau dieses Rezeptes, die Shopping Mall, verlieren? Alleine an den mangelnden Parkplätzen, der historischen Bausubstanz oder der Kundschaft liegt es nicht.

Hätten wir wirklich die Absicht, den Ortskern als Versorgungszentrum erhalten zu wollen, dann stünden durchaus Möglichkeiten dazu offen. Die Massnahmen sind allerdings anspruchsvoll:

- Es braucht regionale Detailhandelskonzepte mit einer klaren Ausrichtung aufs jeweils gemeinsame Zentrum. Beispiel: Region Delémont.
- Der Handel mit Gütern des täglichen oder periodischen Bedarfs gehört in dieses Zentrum. Die Gemeinden steuern im Baureglement die Ansiedlung des Detailhandels. Sie können beispielsweise den Verkauf von Lebensmitteln in Arbeitszonen untersagen. Beispiel: Grenchen.



Das Idealbild des Zentrums (hier Neuenburg) ist klar: Fussgängerzone, hohe Kundenfrequenz, alle Anbieter im Zentrum. Die Realität sieht meist anders aus.



Eine hohe Versorgungsqualität im Stadtgebiet ist nicht gleichbedeutend mit einem lebendigen Stadtzentrum. Das neue Simplon-Center am Stadtrand von Brig bietet ein Komplettangebot. Der Ortskern verliert an Bedeutung.



Fussgängerzone in Lienz (A)

- Die Gemeinde setzt sich aktiv für eine Standortentwicklung im Ortskern ein. Dazu gehört eine weitsichtige Boden- und Liegenschaftspolitik, aber auch die Auseinandersetzung mit Privaten, um ein attraktives Zentrum zu erreichen. Es empfiehlt sich, die Stelle eines Stadtmarketingbeauftragten oder Stadtentwicklers mit Detailhandelsaffinität zu schaffen. Beispiel: Biel.
- Es braucht die Grossverteiler im Zentrum, in direkter Nähe zur klassischen Ladenlage, um Laufkundschaft zu generieren. Diese Nähe ist eine Knacknuss in der Ortsentwicklung und braucht eine vorausschauende Strategie. Beispiel: Köniz.
- Die Hauseigentümer und Gewerbetreibenden müssen sich substanziell an diesen Bemühungen beteiligen. Das ist für die meisten Akteure in der Altstadt heute noch undenkbar. Doch es gibt Vorbilder: Ein Geschäft in einem klassischen Shoppingcenter muss jährlich

einige Tausend Franken in eine gemeinsame Marketingkasse bezahlen und zudem harte Auflagen punkto Warenpräsentation, Sortiment und Auftritt erfüllen. Eine ähnliche Kasse und gemeinsame Ziele wären auch für Altstädte nötig. Beispiel: Lienz (A).

- Es braucht einen aktiven Dialog mit den grossen Akteuren des Detailhandels sowie Dienstleistern wie Post und SBB. Dazu bedarf es eines professionellen externen Vermittlers. Denn Gemeindeverwaltungen und selbst Stadtmarketingbeauftragte sind meist überfordert, wenn es um das Aushandeln von Zugeständnissen, Parkplätzen, städtebaulichen Vorgaben und Konkurrenzklauseln geht. Umgekehrt können die Gemeinden diesen Ankermietern gute Lagen ermöglichen, um eine starke Gesamtlösung zu erreichen.

- Es braucht einen pragmatischen Umgang mit dem Thema Verkehr. Eine Einkaufslage ist auf Parkplätze angewie-

sen. Je stärker ein Standort aber ist, umso eher kann die Gemeinde die Spielregeln vorgeben und einen vernünftigen Modalsplit einfordern. Regionale Detailhandelskonzepte sind ein mächtiger Schlüssel zur Verkehrsverminderung.



Paul Dominik Hasler, 1963, ist Ingenieur ETH NDS. Er betreibt den Think Tank «büro für utopien» und ist

Mitbegründer und Experte des Netzwerkes Altstadt. Heute beschäftigt er sich vor allem mit Stadtentwicklung und Mobilität.