



65. Generalversammlung des SGV, 24. Mai 2018, Brugg

Lebendige Ortskerne erhalten

Impulsreferat von Ständerat Hannes Germann, Präsident SGV

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren National- und Ständeräte

Sehr geehrte Gemeindepräsidentinnen und Gemeindepräsidenten

Sehr geehrte Delegierte und Gäste

Knapp fünf Jahre sind vergangen, seit der Schweizerische Gemeindeverband zusammen mit dem Schweizerischen Gewerbeverband den Leitfaden „Revitalisierung von Stadt- und Ortskernen“ herausgegeben hat. Ein Blick in die Medien zeigt: Das Thema ist nach wie vor aktuell. Das „Lädelisterben“ ist in aller Munde – in letzter Zeit vor allem in Zusammenhang mit dem Einkaufstourismus. Zwar hat die Abschwächung des Frankenkurses gegenüber dem Euro seit Sommer 2017 das Problem etwas entschärft. Es bleibt aber Gegenstand politischer Debatten und diverser politischer Vorstösse: Mit einer Standesinitiative wehrt sich der Kanton Thurgau beispielsweise gegen den Einkaufstourismus. Er will die Steuerfreigrenze von 300 Franken für die Einfuhr von Waren abschaffen. Den Einkaufstourismus könne man nicht verhindern, aber man sollte ihn nicht noch staatlich fördern, argumentierten die Urheber. Ziel ist, das heimische Gewerbe zu stärken. Der Thurgauer Vorstoss zielt in dieselbe Richtung wie eine im letzten Dezember eingereichte Standesinitiative des

Kantons St. Gallen. Diverse weitere Vorstösse in den Eidgenössischen Räten reichen von der Senkung oder Abschaffung der Schweizer Wertfreigrenze bis zu neuen Verträgen mit den Nachbarstaaten. Als Ständerat habe ich den Bundesrat ebenfalls gefragt, welche Massnahmen er den Schweizer Grenzgemeinden empfiehlt, um die Abwanderung von heimischen Geschäften und den Abbau von Arbeitsplätzen zu verhindern. In seiner Antwort wies er u.a. auf die Neue Regionalpolitik des Bundes und der Kantone hin, welche die regionalwirtschaftliche Entwicklung fördern und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen verbessern will.

Nicht nur der Einkaufstourismus, sondern auch der Onlinehandel hat das Einkaufsverhalten stark verändert. Gemäss dem Verband des Schweizerischen Versandhandels haben Schweizer Konsumenten im vergangenen Jahr für 8,6 Mrd. Franken Waren und Güter online gekauft. Zum Vergleich: 2013, im Jahr der Veröffentlichung unseres Leitfadens lag der Betrag bei 6,25 Mrd. Franken. Der Onlinekonsum ist also seither um rund einen Drittel gewachsen.

Neben dem Einkaufstourismus und dem Onlinehandel wirken sich weitere Treiber auf die Stadt- und Ortskerne aus, welche die Gemeinden nur bedingt steuern können:

- Zum einen ist hier die anspruchsvolle Umsetzung des revidierten Raumplanungsgesetzes mit dem Prinzip der Siedlungsentwicklung nach innen zu nennen. Diese stellt gerade die ländlichen Gemeinden vor grosse Herausforderungen
- die Verschiebung der Einkaufs- und Freizeitnutzung an die Siedlungsränder ist ein weiteres Element. Aktuelles Beispiel ist die

Eröffnung des Cinedome, dem neuen Multiplex-Kino in Muri bei Bern mit 10 Kinosälen sowie Bowlingbahnen, einer Sportsbar und einem Burgergrill-Restaurant, das die Situation der Kinos im Zentrum noch weiter verschärfen dürfte

- Weitere Treiber sind die wachsende Mobilität sowie
- der demographische Wandel und die damit verbundenen Herausforderungen an altersgerechte bzw. altersfreundliche Wohnformen und Siedlungsstrukturen

Welche Bedeutung haben die Ortskerne für die Gemeinden?

Der Ortskern und damit verbunden die örtliche Infrastruktur mit attraktiven Dorfplätzen, Fussgängerzonen sowie Apotheken, Poststellen, Gewerbe und Detailhandel sind wichtige Elemente für die Innenentwicklung in Dörfern und Gemeinden. Ortskerne stiften Identität und verleihen einer Gemeinde einen eigenen Charakter. Das Ortszentrum steht somit auch für ein Gefühl der Verbundenheit der Menschen mit der Gemeinde, in der sie leben. Die Begegnung und das Erlebnis vor Ort können wir nicht online kaufen. Dem Schweizerischen Gemeindeverband ist es ein Anliegen, dass die Zentren in Städten und Gemeinden lebendig und lebenswert bleiben. Dies bedeutet jedoch nicht, einen alten Idealzustand wiederherzustellen, denn die Stadt- und Ortskerne sind seit jeher einem steten Wandel unterworfen. So entwickelte sich die Handwerkerstadt des 18. Jahrhunderts zur Detailhandels- bzw. Einkaufsstadt im 20. Jahrhundert. Der Wandel setzt sich im 21. Jahrhundert fort.

Ziel ist es, diesen Wandel aktiv anzugehen. Dabei gilt es zu bedenken, dass nicht nur der Detailhandel, das Gewerbe und die Gastronomie Begegnungsfunktion haben, sondern auch Co-Working-Spaces, die

Verwaltung, Schulen, Parkanlagen, Kultur und Veranstaltungen. Der Wandel eröffnet Chancen, insbesondere für die Ortskerne von mittleren und kleineren Gemeinden, um eine neue Entwicklung anzustossen. Es ist wichtig, dass sich eine Gemeinde überlegt: Was macht unseren Ortskern aus, wofür steht er, und wie soll er aussehen? Dazu braucht es eine breite Diskussion. Der Schweizerische Gemeindeverband leistet mit den folgenden Impulsreferaten und der anschliessenden Podiumsdiskussion einen Beitrag dazu. Und er wird die Ortskerne weiterhin in seiner Zeitschrift „Schweizer Gemeinde“ thematisieren.

Bleibt zum Schluss die Frage: Ist der Leitfaden „Revitalisierung von Stadt- und Ortskernen“ bereits nach fünf Jahren obsolet? Nein. Denn die darin vorgestellten Praxisbeispiele dienen anderen Gemeinden nach wie vor als Inspiration. Und vor allem haben die formulierten Erfolgskriterien für die Revitalisierung von Stadt- und Ortskernen noch immer Gültigkeit. Im Sinne eines Fazits seien sie deshalb an dieser Stelle noch einmal erwähnt:

1. Revitalisierungen von Stadt- und Ortskernen können nicht losgelöst von anderen Bereichen, wie beispielsweise der Raumplanung, der Mobilität, den kommunalen Infrastrukturen, der Standortförderung, der Kultur und dem Wohnen und Arbeiten angegangen und umgesetzt werden. Gemeinden sollten also möglichst eine Gesamtsicht sicherstellen.
2. Eine nachhaltige Revitalisierung von Stadt- und Ortskernen braucht eine sorgfältige Planung, ein Vorgehen in kleinen Schritten und eine Etappierung der Umsetzungsprojekte. Die verschiedenen Stakeholder (Einwohner, Liegenschaftseigentümer, Investoren, Gemeinde,

Gewerbe, Detailhandel, Gastronomie usw.) sollten mit ins Boot geholt werden. Partizipative Prozesse bzw. der frühzeitige Einbezug der Bevölkerung bereits in die Planung künftiger Ortskernentwicklungen zahlen sich aus. Dass die Gemeinden dies bereits erfolgreich umsetzen, zeigen verschiedene Beispiele unseres Projekts „in comune“.

3. Eine frühzeitige, aktive und den unterschiedlichen Anspruchsgruppen angepasste Kommunikation ist entscheidend. Ist ein Prozess einmal lanciert worden, sollte fortlaufend über die verschiedenen Entwicklungsschritte und das Erreichen von (Teil-)Zielen informiert werden.
4. Oft ist ein Revitalisierungsprozess mit dem Engagement einer erfahrenen und motivierten Person verbunden. Dies kann ein Mitglied der politischen Behörde oder aber auch ein lokaler Raumplaner, ein Gewerbetreibender, eine Architektin oder eine andere Fachperson sein. So setzt die Gemeinde Altdorf auf einen Gewerbe-Coach und die Stadt Kloten auf eine Zentrumsmanagerin.
5. Die Finanzen bestimmen das Machbare, zeigen die Grenzen auf und sind deshalb wichtige Rahmenbedingungen. Oftmals sind es jedoch nicht nur die finanziellen Mittel der Gemeinde, die entscheidend sind. Die Gemeinde hat auch Möglichkeiten, die Beteiligung von Privaten zu steigern, zum Beispiel im Rahmen von Public Private Partnerships.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.