



Frauenfeld  
Nutzungsstrategie  
Altstadt & Innenstadt



**Auftraggeber**

Stadt Frauenfeld  
Stadtentwicklung und Standortförderung / Raumplanung  
Kontakt: Heinz Egli, Amtsleiter  
Rathaus  
8501 Frauenfeld  
Tel. +41 52 724 52 84  
[www.frauenfeld.ch](http://www.frauenfeld.ch)

**Netzwerk Altstadt**

Vereinigung für Landesplanung VLP-ASPAN  
Sulgenrain 20  
3007 Bern  
034 423 43 20  
Fax 031 380 76 77  
[www.netzwerk-altstadt.ch](http://www.netzwerk-altstadt.ch)  
[info@netzwerk-altstadt.ch](mailto:info@netzwerk-altstadt.ch)

**Autoren**

Paul Dominik Hasler  
Sebastian Bellwald

Version 8, gekürzte Version  
Bern, Januar 2014

## Inhalt

<b>1. Einleitung</b>	<b>7</b>
1.1. Die Nutzungsstrategie	7
1.2. Der Auftrag	7
1.3. Vorgehen	8
1.4. Weitere Werkzeuge des Netzwerkes Altstadt	10
<b>2. Analyse</b>	<b>11</b>
2.1. Die Stadtanalyse	11
2.2. Ergebnisse der Dokumentenanalyse	12
2.3. Ergebnisse der Umfragen und Workshops	23
2.4. Gedanken zum Detailhandel	32
2.5. Gedanken zum Wohnen	38
2.6. Gedanken zu Kultur und Begegnung	42
<b>3. Strategien &amp; Massnahmen</b>	<b>45</b>
3.1. Gesamtstrategie	45
3.2. Stossrichtung A: Die Innenstadt stärken	47
3.3. Stossrichtung B: Einkauf Altstadt und Vorstadt stärken	54
3.4. Stossrichtung C: Wohnen Altstadt und Vorstadt stärken	60
3.5. Weiteres Vorgehen	62
<b>4. Verweise</b>	<b>64</b>
<b>5. Anhang</b>	<b>65</b>
5.1. Fragebogen für die Eigentümer Altstadt	65
5.2. Auswertung Umfrage Eigentümer Altstadt	70
5.3. Fragebogen Eigentümer Vorstadt	74
5.4. Auswertung Umfrage Eigentümer Vorstadt	79
5.5. Fragebogen Läden Altstadt	83
5.6. Auswertung Umfrage Läden Altstadt	88
5.7. Fragebogen Läden Vorstadt	92
5.8. Auswertung Umfrage Läden Vorstadt	97
5.9. Notizen zu den Workshops «Nutzungsstrategie Frauenfeld»	100

## Zusammenfassung

Die Nutzungsstrategie Altstadt und Innenstadt Frauenfeld soll eine gemeinsame Vision für die Entwicklung des Zentrums bieten. Sie baut auf der Stadtanalyse vom April 2013 auf und ordnet sich in die Gesamtstrategie Frauenfeld 2030 ein, welche zeitgleich im Sommer 2013 erarbeitet wurde.

Ausgangslage war die anhaltende Fragestellung um die Nutzungsperspektiven der Altstadt. Kann sie ihre Rolle als Einkaufsstandort halten? Wie kann ihre Funktion gestützt werden? Welche Zusammenhänge bestehen zu den anderen Innenstadtquartieren?

Um das bestehende Wissen bei den Betroffenen abholen zu können, wurden Umfragen und Workshops mit den Liegenschaftseigentümern und Ladenbetreibern in den Bereichen Altstadt und Vorstadt durchgeführt. Dabei zeigten sich folgende Erkenntnisse:

- Die Situation der Läden in der Altstadt ist nach wie vor labil. Es ist nicht gelungen, den Standort in den letzten Jahren gegenüber der Konkurrenz im Stadtzentrum und ausserhalb zu stärken.
- Die derzeitige Verkehrslösung in der Altstadt ist aus mehrerlei Hinsicht umstritten. Die halbtägige Fussgängerzone bzw. Zufahrt wird als unbefriedigend empfunden. Ein Teil der Ladenbetreiber setzt auf eine ganztägige Zufahrt mit Begegnungszone.
- In der Vorstadt besteht trotz der schwierigen Lage der Wille, die Ladenlage halten zu wollen. Dabei zeigte sich in Form von Ladenschliessungen während dem Sommer 2013 aber die Problematik dieses Zentrumsbereiches.
- Aus Sicht der Liegenschaftseigentümer ist die Lage weniger dramatisch, da sie mit dem Wohnen eine Nutzung haben, die sowohl in der Altstadt wie auch in der Vorstadt für befriedigende Erträge sorgt.

Ein zweiter Teil der Arbeit bestand aus der Strategiebildung, aufbauend auf dem Wissen der bestehenden Arbeiten und Workshops. Der Blick auf die ganze Innenstadt zeigte die Abhängigkeiten, in welchen sich die beiden historischen Zentrumsquartiere befinden. Dabei konnten folgende Erkenntnisse herausgearbeitet werden:

- Die Altstadt und Vorstadt sind auf eine starke Gesamt-Innenstadt angewiesen. Die Frequenzen werden vermehrt ausserhalb des historischen Zentrums generiert, können aber bei entsprechender Positionierung und räumlichen Vernetzung auch der Altstadt und Vorstadt zugute kommen.
- Es ist wichtig, die Rheinstrasse zur zentralen Verbindungsachse im Innenstadtbereich zu machen. Dazu soll die Erdgeschossnutzung dichter und kundenorientierter werden. Der geplante Strassenumbau wird dieses Anliegen stützen.
- Es ist auf ein kompaktes Zentrum zu achten. Eine räumliche Erweiterung z.B. in Richtung Kaserne ist nicht sinnvoll. Vielmehr wird dem Bleichequartier als niveaugleiche Verbindung zwischen den beiden Einkaufsmagneten Schlosspark und Passage eine zunehmende Rolle zukommen.

Es wurden drei Stossrichtungen mit insgesamt 11 Massnahmenfeldern formuliert, welche bei der weiteren Innenstadtentwicklung als Rahmen dienen sollen:

Stossrichtung		Massnahmenfelder
A Die Innenstadt stärken	A1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das System Innenstadt besser vernetzen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Boulevard Rheinstrasse</li> <li>○ Verbindung Bleichequartier</li> <li>○ Schlossplatz / Rathausplatz</li> <li>○ Zugang Marktplatz (neu B3)</li> <li>○ Grabenstrasse</li> </ul> </li> </ul>
	A2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadteingänge definieren:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kreuzplatz</li> <li>○ Schlossbergplatz</li> <li>○ Vorstadt</li> <li>○ Holdertor / Felsenburg</li> </ul> </li> </ul>
	A3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publikumsorientierte Nutzungen stärken, Schlüsselstellen aufwerten:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Detailhandels-Potentiale identifizieren</li> <li>○ aktive Mietersuche/ Innenstadtkoordinator</li> <li>○ Begrenzung peripherer Einkaufsnutzungen</li> <li>○ Schlüsselstellen aufwerten</li> </ul> </li> </ul>
	A4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Verkehrskultur schaffen               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dominanz MIV reduzieren</li> <li>○ Aussenräume gestalten</li> <li>○ Aufenthaltsqualität erhöhen</li> </ul> </li> </ul>
B Einkauf in Altstadt und Vorstadt entwickeln	B1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhen der Aufenthaltsqualität Altstadt:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gassengestaltung sanft entwickeln</li> <li>○ Aufenthaltsräume schaffen</li> <li>○ Aussennutzungen fördern</li> </ul> </li> </ul>
	B2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schlüsselstellen aufwerten               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bankplatz</li> <li>○ Schlossplatz / Rathausplatz / Holdertor</li> <li>○ Meitlibrunnen</li> <li>○ Redinghaus</li> <li>○ Übergang Altstadt - Vorstadt</li> </ul> </li> </ul>
	B3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrs- und Parkierungssituation Altstadt und Vorstadt optimieren               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verkehrslösung Vorstadt</li> <li>○ Begegnungszone Altstadt</li> <li>○ Überprüfen Zufahrt Altstadt</li> <li>○ Nutzung Huber-Parking</li> <li>○ Mobilitätsmanagement Kanton</li> <li>○ Park-Jetons</li> <li>○ Zugang Altstadt von Marktplatz verbessern</li> </ul> </li> </ul>
	B4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionierung Vorstadt               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kreative Ecke Frauenfelds</li> <li>○ gemeinsames Marketing / Solidarität mit Vorstadt</li> </ul> </li> </ul>
	B5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erdgeschossnutzungen steuern:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sensibilisierung Eigentümer</li> <li>○ Flächenmanagement</li> <li>○ Thema Nachnutzungen</li> <li>○ Eigentümer-Apéros</li> </ul> </li> </ul>
C Wohnen Altstadt und Vorstadt stärken	C1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung Mittelgasse und Grabenstrasse</li> </ul>
	C2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balkonkonzept Altstadt / Vorstadt</li> </ul>

Um den Prozess in Gang zu bringen, sind heute folgende Ansatzpunkte zentral:

- Es soll mit den Betroffenen im Bereich Altstadt eine gemeinsame Lösung erarbeitet werden, welche den Aussenraum aufwertet und die Ladenlage stützt. Dabei sollen die Elemente Zufahrt, Parkierung und Gestaltung in einen neuen Konsens gebracht werden.
- In der Vorstadt soll in Zusammenarbeit mit dem Kanton eine Verkehrslösung geschaffen werden, welche die Belastung dieses Quartiers deutlich reduziert und erste Gestaltungslösungen zulässt. Zur Diskussion stehen auch Provisorien.
- Es soll ein Entwicklungsplan für die Rheinstrasse erarbeitet werden, welcher den anstehenden Umbau des Strassenraumes aber auch die geforderte Nutzungsverdichtung in den Erdgeschossen beleuchtet.

Die empfohlenen Massnahmen bezwecken, das gegenwärtige Wachstum der Stadt zu nutzen und die zusätzliche Kaufkraft im Zentrum zu binden. Die Altstadt muss in diesem Kontext stimmungsvoller, einladender und eigenständiger werden.

# 1. Einleitung

## 1.1. Die Nutzungsstrategie

Die Nutzungsstrategie bietet eine Planungs- und Interventionsgrundlage für die Entwicklung in der Innenstadt. Ziel ist eine stabile Nutzungsmischung, die hilft, den Ortskern lebendig zu erhalten und die historische Bausubstanz zu tragen.

Die Nutzungsstrategie bietet einen Einblick in die Möglichkeiten und Grenzen der Altstadt und Innenstadt zum heutigen Zeitpunkt, kann aber nicht detailliert auf jedes Gebäude eingehen. Viele Empfehlungen sind daher exemplarisch zu verstehen und erfordern vom Eigentümer oder von der Gemeinde weitere Klärung und Strategiearbeit.

Die Umsetzung der Nutzungsstrategie ist auf die Initiative der Politik, der Behörden und der Privaten angewiesen. Die gemachten Empfehlungen müssen im politischen Prozess bestätigt und durch die entsprechenden Akteure umgesetzt werden.

Die im Kapitel 3 gemachten Empfehlungen und Massnahmen sind als Handlungsgerüst zu verstehen, welches von der Stadtverwaltung in einen Massnahmenplan zu übertragen ist.

Die in diesem Bericht gemachten Aussagen widerspiegeln die Meinung des Netzwerkes Altstadt und müssen nicht zwangsläufig mit den Resultaten aus dem partizipativen Prozess oder der Haltung der Stadt Frauenfeld übereinstimmen.

## 1.2. Der Auftrag

Der Auftrag zur Nutzungsstrategie Frauenfeld wurde durch die Stadtentwicklung im Rahmen des Strategieprojektes Frauenfeld 2030 [1] ausgelöst. Im Zentrum stand die Frage, wie sich Frauenfeld in den nächsten 20 Jahren entwickeln wird. Dabei wurden vier Schlüsselprojekte identifiziert und detaillierter aufgearbeitet:

- Projekt Bahnhof Plus: Entwicklung des Gebietes Bahnhof / Bahnhofplatz und Stadtkaserne
- Projekt Innenstadt: Entwicklung der verschiedenen Innenstadtquartiere, darin enthalten die Altstadt und Vorstadt
- Projekt Stadtentlastung: Machbarkeitsstudie für eine Zentrumsumfahrung.
- Projekt Langdorf: Entwicklungsprojekt für eine Zone mit grossflächigem Detailhandel

Für das Projekt Innenstadt wurde dem Netzwerk Altstadt die Bearbeitung der Altstadt und Vorstadt übertragen. Die Innenstadt als erweiterter Perimeter sollte dabei ebenfalls betrachtet werden, wenn auch in einer bescheideneren Detaillierung.

### 1.3. Vorgehen

Die Nutzungsstrategie basiert auf den Erkenntnissen der Stadtanalyse [3] und versucht, die dort gemachten Aussagen und Thesen zu verifizieren und auszuarbeiten. Der Einbezug der Akteure verleiht der Arbeit eine breite Abstützung. Aus diesem Grund wurde die Nutzungsstrategie unter Einbezug von zwei Betroffenen Gruppen in der Altstadt und Vorstadt durchgeführt:

- Hauseigentümer
- Ladenbetreiber und Restaurateure

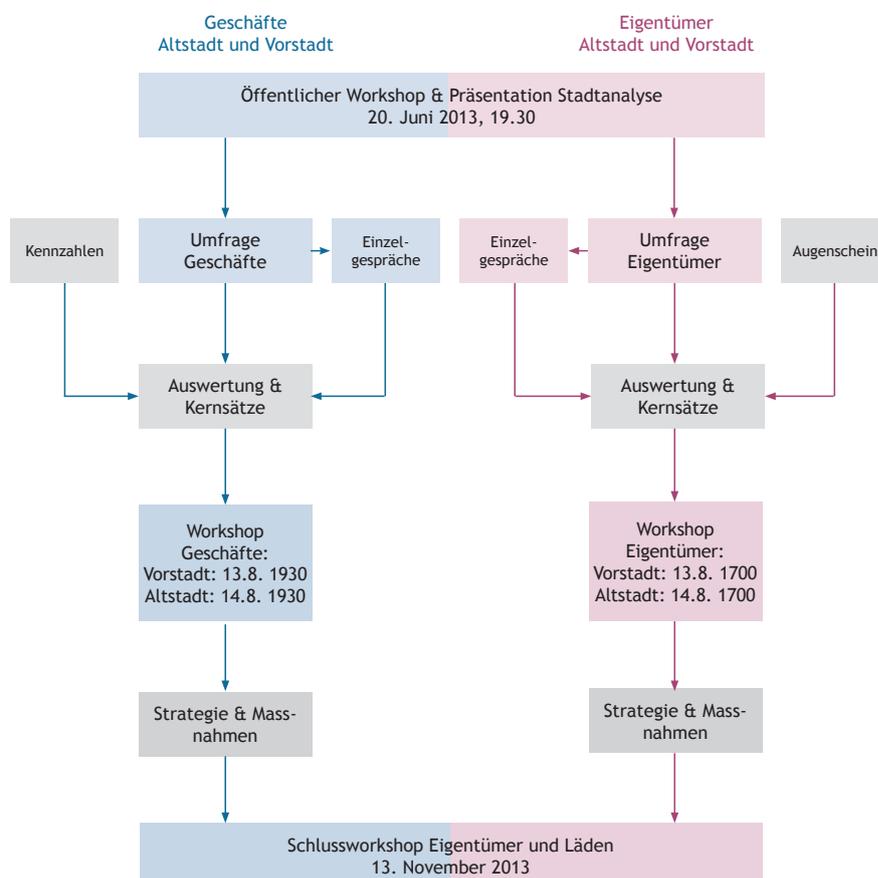
Aufgrund der unterschiedlichen Situationen in der Altstadt und Vorstadt wurde eine getrennte Diskussion in diesen beiden Innenstadtquartieren geführt:

- Eigentümer Altstadt
- Eigentümer Vorstadt
- Läden/Gastro Altstadt
- Läden/Gastro Vorstadt

Dieses partizipative Vorgehen verfolgt weitere Ziele: Die Betroffenen werden für die Anliegen einer gemeinsamen Nutzungsentwicklung sensibilisiert und entwickeln Ideen und Motivation für Eigeninitiativen.

Den vier Gruppen wurde je ein Fragebogen zugeschickt, dessen Resultate innerhalb gemeinsamer Veranstaltungen diskutiert und zu konkreten Aussagen (sogenannten "Kernsätzen") konkretisiert wurden (siehe Kapitel 2.3).

Die Resultate dieses Beteiligungsprozesses flossen in den Strategiefindungsprozess ein und finden sich als Massnahmenfelder im Kapitel 3 wieder. Die Fragebogen und Auswertungen sind im Anhang zu finden.



*Die Nutzungsstrategie umfasst einen partizipativen Prozess mit der Öffentlichkeit, den Eigentümern und Ladenbetreibenden. Die Umfragen und Workshops wurden in Altstadt und Vorstadt getrennt durchgeführt.*

## Begleitgruppe / STAF

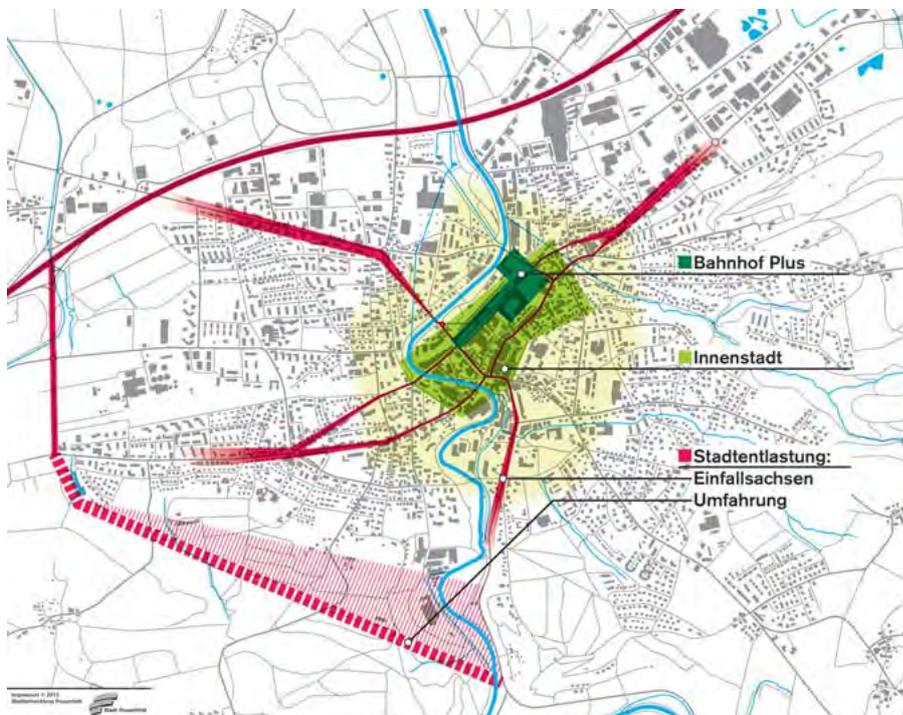
Für die Begleitung der Arbeiten zur Stadtentwicklung war die Spezialkommission „Frauenfeld 2030“ mit folgenden Mitgliedern zuständig:

- Carlo Parolari, Stadtammann (Vorsitz)
- Urs Müller, Stadtrat
- Andreas Anderegg, Leiter Dienststelle für Kommunikation
- Heinz Egli, Leiter Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung
- Thomas Müller, Leiter Tiefbauamt
- Thomas Stadelmann, Kommunikationsbeauftragter Frauenfeld 2030
- Christof Helbling, Leiter Hochbauamt
- Thomas Kieliger, Gesamtprojektleiter „Frauenfeld 2030“

An den Begleitgruppensitzungen vom 29. April, 26. August und 28. Oktober 2013 wurde über die einzelnen Prozessschritte der Nutzungsstrategie informiert und Zwischenresultate diskutiert.

Weitere Arbeitssitzungen fanden im engeren Rahmen statt, in der Regel mit:

- Heinz Egli, Leiter Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung
- Daniel Bauer, Standort- & Wirtschaftsförderung Stadt Frauenfeld
- Thomas Stadelmann, Stadtfragen GmbH Luzern, Prozess- und Kommunikationsbeauftragter Frauenfeld 2030



Das Projekt Frauenfeld 2030 bildete den Rahmen der Nutzungsstrategie. Vier Zentrumsprojekte wurden dabei beleuchtet und gegeneinander abgeglichen:

- Bahnhof Plus: Umnutzung Kasernenareal, Entwicklung Bahnhofplatz
- Stadtentlastung: Machbarkeit Umfahrlösung
- Innenstadt: Zentrumskonzept Innenstadt / Altstadt / Vorstadt
- Entwicklungszone Langdorf: Nutzungserweiterung in Richtung grossflächiger Detailhandel

## Öffentlichkeitsarbeit

Die Arbeit an der Nutzungsstrategie wurde während des ganzen Prozesses auf mehreren Ebenen kommuniziert:

- Die Internetseite der Stadt ([www.frauenfeld.ch](http://www.frauenfeld.ch)) bietet alle Arbeitsdokumente inklusive der Stadtanalyse, der Umfrageergebnisse und den vorliegenden Bericht der Nutzungsstrategie.
- Im Stadtmagazin "frauenfeld.ch" [2] wurde regelmässig über den Stand des Projektes Frauenfeld 2030 und die Aspekte der Innenstadt berichtet.
- Die Medien brachten dem Projekt eine grosse Aufmerksamkeit entgegen, was zu mehreren Artikeln in den regionalen Zeitungen führte.



Das Stadtmagazin "frauenfeld.ch" berichtete regelmässig über die Entwicklung im Projekt Frauenfeld 2030 und den darin eingebetteten Teilprojekten.

### 1.4. Weitere Werkzeuge des Netzwerkes Altstadt

Die Nutzungsstrategie ist Teil des aufeinander abgestimmten Massnahmensets des Netzwerkes Altstadt:

- Sie stützt sich auf die Resultate der Stadtanalyse, welche im April 2013 erstellt wurde [3]).
- Sie regt die Analyse einzelner Gebäude mittels der «Hausanalyse» an. Die Hausanalyse ist derzeit noch nicht eingeführt im Kanton Thurgau.
- Sie zeigt den Einsatz von «Gassenclubs» an, die innerhalb eines Innenstadtbereiches die Eigentümer in einen Zielfindungs- und Solidarierungsprozess einbindet.

## 2. Analyse

Die Rolle der Experten vom Netzwerk Altstadt liegt darin, die Lancierung eines längeren Veränderungsprozesses zu unterstützen. Dies, indem sie Erfahrungswissen aus anderen, vergleichbaren Städten einbringen, konkrete Vorschläge für Strategien und Massnahmen unterbreiten und mit den Betroffenen diskutieren. Dank dem gewählten Vorgehen ist die Realisierbarkeit der Empfehlungen und Massnahmen hoch.

### 2.1. Die Stadtanalyse

Die Stadtanalyse vom April 2013 [3] bildet die Basis der Nutzungsstrategie. Sie zeigt die Potentiale und Defizite der Altstadt und Vorstadt auf und benennt mögliche Handlungsfelder. Ein Teil der Stadtanalyse widmet sich ausdrücklich dem grösseren System Innenstadt, das in Frauenfeld vielschichtig und komplex ist. Es birgt den Schlüssel für die weitere Entwicklung dieser Stadt. Die Nutzungsstrategie baut auf der Stadtanalyse auf und versucht, diese räumlich zu differenzieren und in einen detaillierten Massnahmenkatalog zu giessen. Die Zusammenfassung der Stadtanalyse lautete:

*„Die Altstadt von Frauenfeld ist zusehends abhängig von äusseren Veränderungen und kaum mehr in der Lage, diese selber zu beeinflussen. Das weckt ein gewisses Gefühl der Ohnmacht und macht den anstehenden Zielfindungsprozess nicht einfach. Es braucht einen pragmatischen Weg zwischen Zweckoptimismus und Laisser-Faire. Schlüsselement sollte ein neu erstarrendes Identitätsbewusstsein um die Altstadt sein. Sie wird ein Teil des Zentrums bleiben, wenn auch mit einer langsam anderen Rolle.*

*Im grösseren Kontext sieht es danach aus, als ob Frauenfeld eine neue Zentrumskonzeption braucht und auch erhalten wird. Die ökonomischen Kräfte dazu scheinen vorhanden, ebenso der Wandel im Kaufverhalten, der von den zusehends urbaner eingestellten Bewohnern her kommen dürfte. Damit scheint sich eine Verschiebung der Kräfte abzuzeichnen: Die Altstadt wird zum stimmungsvollen Réduit mit Gastronomie und Paraläden. Der Bahnhof kann seine Stellung halten und könnte durch einen Kopfbau auf dem heutigen Areal P+R Bahnhof Ost noch an Dichte gewinnen. Neu würde die „Unterstadt“ zum trendigen Ausgeh- und Einkaufsquartier, das sich ohne Grossverteiler entwickeln lässt. Damit ergäbe sich eine Art Spange zwischen Coop und Migros mit einer Aufwertung des Kreuzplatzes, der zu einem Eingangstor zur Stadt werden sollte (Platzcharakter, Mischzone, ev. Begegnungszone).*

*Die Verkehrsüberlegungen haben wohl keinen so grossen Einfluss auf die Entwicklung des Zentrums, wie man sich das bisweilen denkt. Teilweise ist es zu spät, um noch etwas verändern zu können (Altstadt), zum anderen ist es illusionär, zu glauben, dass sich der Charakter der heutigen Durchfahrtsachsen mit den vorgeschlagenen Lösungen grundlegend verändern würde. Dazu sind die Frauenfelder und die Region zu auto-orientiert und der Anteil des Durchfahrtsverkehrs wohl geringer als vermutet. Mindestens kurz- und mittelfristig muss daher an der Verkehrskultur gearbeitet werden: Weniger Geschwindigkeit, weniger Lärm, mehr Rücksicht, mehr Wege zu Fuss und mit dem Velo.“*

## 2.2. Ergebnisse der Dokumentenanalyse

Frauenfeld besitzt eine Fülle an Studien, Plänen, Leitlinien, Konzepten und Programmen, die für die heutige Situation immer noch aussagekräftig sind.

Im Rahmen der Nutzungsstrategie wurden folgende Dokumente gesichtet:

- Entwicklungsvorstellungen für das Stadtzentrum; Eigenmann, Rey, Rietmann St.Gallen 1999
- Quantitative Rahmenbedingungen für den Detailhandel; GSP AG 2000
- Verkehrsentlastung und Aufwertung Stadtzentrum; Widmer / Feddersen und Klostermann, 2001
- Befragung der Detailhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbebetriebe; GSP AG Oktober 2001
- Befragung der Eigentümer von Liegenschaften der Altstadt und angrenzenden Gebieten; GSP AG, 2003
- Entwicklung der Innenstadt Frauenfeld, Massnahmenübersicht, Entwurf November 2004; H. Naef, H. Egli
- Realisierungsprogramm Stadtentwicklung 2004
- Leitbild Siedlung und Verkehr , 2008
- Baureglement 2009
- Umsetzung der Planungszone für die Industriezone sowie die Zone für Gewerbe und Kleinindustrie, Planungsbericht, Juni 2009
- Agglomerationsprogramm, 2007/2011
- Ergebnisbericht Einwohnerbefragung 2010; Link Institut
- Richtplan Siedlung und Verkehr Agglomeration Frauenfeld, 2011
- Frauenfeld in Zahlen 2012, Dezember 2012, Stadt Frauenfeld
- Bevölkerungsbefragung 2013 Frauenfeld, Quint AG

### Entwicklungsvorstellungen für das Stadtzentrum; Eigenmann, Rey, Rietmann St.Gallen 1999

Das Papier stellt eine planerische Vision dar, die auf dem Dokument „Frauenfeld macht Zukunft“ aufbaut. Im Zentrum steht ein Bekenntnis zum Zentrum als urbanem Kern mit viel Lebensqualität. Dies soll durch Massnahmen im Bereich Verkehr, Gestaltung und Nutzung erreicht werden. Einzelne Thesen umfassen:

- Eine Verbindung der Einkaufsschwerpunkte Passage und Coop über die Rheinstrasse. Die Gerbi wird nicht berücksichtigt.
- Im Bereich Kaserne / Reitschule sollen neue publikumsintensive Nutzungen entstehen: Kultur, Markthalle, Fachmarkt.
- Die Vorstädte sollen kleingewerblich entwickelt werden.
- Der Schlossplatz soll zur zentralen urbanen Drehscheibe werden und verkehrsarm oder verkehrsfrei werden.

Die gemachten Überlegungen hegen einen hohen Anspruch an das urbane Bewusstsein Frauenfeld und wurden wohl von der Realität (einmal mehr) eingeholt. Eine Entwicklung in die skizzierte Richtung macht zwar Sinn, ist aber gemessen an den Möglichkeiten Frauenfelds und seinen Vorlieben für praktische Lösungen wenig realistisch. Trotzdem ist die Studie langfristig eine wichtige Orientierungshilfe. Betreffend Detailhandel und Zentrumsabmessungen scheint sie zu optimistisch.

### Quantitative Rahmenbedingungen für den Detailhandel; GSP AG 2000

Die Studie stellt zusammen, was in der Schweiz 1998 an Konsumausgaben getätigt wurde und auf welche Branchen diese entfallen. Ausgestattet mit diesem Wissen lassen sich die Potentiale für die Anbieter in Frauenfeld errechnen. Für die Altstadt resultiert ein Marktsegment von ca. 40 - 50 Mio Franken. Es wird darauf hingewiesen, dass ein grosser Teil der klassischen Ausgaben (Schuhe & Bekleidung) rückläufig ist, was das Bild unserer Innenstädte verändern dürfte. Die heutigen Wachstumsbereiche liegen eher im Bereich Freizeit, Unterhaltung und Kultur.

### Befragung der Detailhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbebetriebe; GSP AG Oktober 2001

Die Umfrage umfasste alle Geschäfte im Zentrumsbereich, ohne Bahnhofplatz (genauer Perimeter leider nicht dargestellt). Es wurden 123 Geschäfte angeschrieben, (nur) 54 haben geantwortet. Eingangs (Seite 7) wird der Branchenmix aufgeschlüsselt, was für einen Quervergleich mit den heutigen Verhältnissen von Interesse sein könnte. Folgende Erkenntnisse sind aus heutiger Sicht bedeutend:

- 70% der Betriebe sind eigentümergebetrieben, was sehr viel ist. Die Filiale oder Kette ist klar in der Minderzahl, was zwar sympathisch ist, aber auch zeigt, dass die grossen Akteure nicht mehr in dieses Gebiet investiert haben.
- Die Haltung der Läden und Gewerbetreibenden ist recht uneinheitlich. Die Zufriedenheit hält sich die Waage mit der Unzufriedenheit, und die Rezepte für eine Verbesserung weisen in alle möglichen Richtungen. Man erhält den Eindruck, dass teilweise eine realistische Einschätzung der Marktsituation und der Standortmöglichkeiten fehlt.
- Bezogen auf die Innenstadtlage sind die Antworten recht negativ. Man sieht Frauenfeld weniger attraktiv als andere Innenstädte. Hauptgründe sind die fehlende Flanierqualität, zu wenig Läden und Kundenfrequenz („zu wenig Leben“), zu viel Verkehr und zu wenige Parkplätze. Die eigene Leistung (Kompetenz der Geschäfte) wird kaum angezweifelt.
- Die von den Antwortenden vorgeschlagenen Massnahmen zur Attraktivierung gehen vor allem in Richtung mehr Parkplätze (in kurzer Distanz), Belebung der Innenstadt durch Events und Kultur sowie Verschönerung des Aussenraumes.
- Über die Hälfte der Geschäfte glaubt daran, dass durch Massnahmen der öffentlichen Hand die Situation für den Detailhandel in der Altstadt besser werden wird, und nur 20% glauben, dass es eher schwieriger werden wird in Zukunft.
- Auffallend ist der geringe Anteil der Kunden unter 30 Jahren (4%). Dies ist verglichen mit der allgemeinen Kaufkraft und Bedeutung dieser Zielgruppe alarmierend. Auch der Anteil der Stammkunden ist mit 75% hoch und weist auf einen ländlichen Kundentypus hin. Der urbane Kunde geht scheinbar woanders einkaufen.

Unter dem Strich bleibt eine heikle Situation für die Altstadt, die trotz Nähe zu den Einkaufszentren Passage und Coop nicht mit den nötigen Frequen-

zen geeignet ist. Als Gründe für diese heikle Situation werden vom Autor genannt:

- eher traditionelles Ladenangebot und fehlende Trendanbieter.
- wenig „heimelige“ Altstadt mit weiten Gassen, die keine Stimmung vermitteln
- etwas sterile Gebäude, die zwar saniert sind, aber wenig Altstadtcharme ausstrahlen. Auch das Bespielen der Aussenräume ist zögerlich und vermag die Gasse nicht aufzuwerten.
- Das Fehlen von einheitlichen Öffnungszeiten in der Altstadt trägt zum negativen Image dieses Stadtteils bei. Er wird als „hinterwäldlerisch“ empfunden.
- Dem Verkehr misst der Autor keine zu grosse Bedeutung zu. Er ist zwar störend im Bereich St.Gallerstrasse, im Altstadtgebiet selber aber kein Problem.

Der Autor zweifelt in der Summe der Betrachtungen am Erfolg der geforderten Massnahmen, die durch die öffentliche Hand zu treffen seien. Er ortet wesentliche Defizite bei den Akteuren selber und fordert eine aktivere Haltung derselben. Vor allem das Gewinnen junger Kunden scheint ihm existentiell für die Zukunft der Altstadt. Er fordert ein koordiniertes Vorgehen über eine Innenstadtorganisation, die über längere Zeit Massnahmen und Energien in dieses Anliegen stecken kann.

#### **Verkehrsentlastung und Aufwertung Stadtzentrum; Widmer / Feddersen und Klostermann, 2001**

Die Autoren legen dar, welche flankierenden Massnahmen in Kombination zur geplanten Stadtentlastung F21 zum angestrebten Effekt der Zentrumsaufwertung führen. Sie legen damit die Basis zu einem Gestaltungsrichtplan der Innenstadt. Da die F21 nicht realisiert wurde, sind die Ansätze nie umgesetzt worden.

Die Studie bietet eine Skizze von Potentialen und zeigt auf, wo und wie Stadträume geschaffen werden könnten:

- Zentral ist die platzähnliche Ausgestaltung des Bereiches Schlossplatz - Rathausplatz - Holdertor - Promenadenstrasse. Dazu soll der Abschnitt Rathausplatz für den Durchgangsverkehr gesperrt werden. Der Strassenraum würde zum Platz ohne Niveauunterschiede.
- Für die ganze Altstadt inklusive Promenade wird eine Begegnungszone vorgeschlagen. Tangentiale Achsen werden verkehrsberuhigt. Der Langsamverkehr wird priorisiert.

Die Stossrichtung kann als mutig und richtig, für Frauenfelder Verhältnisse aber als (noch) zu urban gelten.

#### **Realisierungsprogramm Stadtentwicklung 2004**

Das Realisierungsprogramm wurde vom Stadtrat beschlossen und in Zusammenarbeit mit verschiedenen Organisationen wie der Regio, den Schulen, dem Kanton, dem VBS und weiteren Organisationen sowie gemeinsam mit weiteren externen Experten erarbeitet. Zusätzlich zu dieser breit aufgestellten Projektorganisation hatte die Bevölkerung die Möglichkeit zur Mitwirkung. Die Stadt Frauenfeld will mit diesem Programm ihre Position als wirtschaftliches und gesellschaftliches Zentrum der Region und als kantona-

les Zentrum innerhalb des schweizerischen Städtensystems stärken und sich den Herausforderungen stellen, die mit einer aktiven Stadtentwicklung verbunden sind. Der Bericht geht auch ein auf das Projekt „Frauenfeld macht Zukunft“ und gibt einen Überblick über verschiedene Studien und Arbeiten zur Stadt Frauenfeld. Im zentralen Teil beschreibt er Ziele und Projekte zur Stärkung der Stadt Frauenfeld und enthält eine Reihe von Ideen, die z.T. wahrscheinlich noch immer eine gute Inspiration für konkrete Umsetzungen sind.

### **Befragung der Eigentümer von Liegenschaften der Altstadt und angrenzenden Gebieten; GSP AG, 2003**

Die Studie befragt rund 200 Liegenschaftseigentümer in der Altstadt und den Vorstädten inkl. Rheinstrasse. Dabei wird versucht, ein Bild der Gebäudestruktur und der Interessen der Eigentümer zu zeichnen. Wichtige Erkenntnisse sind:

- Bereits 2003 zeigt sich, dass die Vermietung von EG-Flächen deutlich mehr Probleme bietet als von Wohnungen im gleichen Haus.
- Über die Hälfte der Befragten gibt an, dass die Ertragssituation auf dem Haus knapp oder nicht genügend ist. Dies deutet darauf hin, dass es langfristig ein Unterhaltungsproblem bei den Liegenschaften geben könnte, vor allem, wenn sich die Situation weiter verschlechtert oder die Hypothekarzinsen steigen.
- Ein Viertel der Eigentümer zeigt ernsthaftes Interesse, die Liegenschaft zu verkaufen, was als hoch eingestuft wird.
- Bei den Ideen, wie man die Situation verbessern könnte, wird zumeist auf recht traditionelle Mittel verwiesen: mehr Parkplätze, bessere Zufahrt, weniger Vorschriften.
- Die Eigentümer wünschen sich eine bessere Information seitens der Stadt, wenn es um Veränderungen in ihrem Umfeld geht.

Der Autor rät zu einer baldigen Klärung der Nutzungsschwerpunkte in der Altstadt. Er zeigt, dass es von Seiten Eigentümer eine gewisse Offenheit betreffend Nutzungsmix (Wohnen / Läden / Büros) gibt, sofern die Perspektiven klar sind. Möglich wäre auch eine Unterteilung der Altstadt in Nutzungszonen.

### **Ergebnisbericht Einwohnerbefragung 2010; Link Institut**

Die Befragung steht in einer Tradition analoger Arbeiten aus den Jahren 1990, 1996, 2000 und 2005. Es sind daher Trends und Vergleiche möglich. Wichtige Aussagen sind:

- Es herrscht eine erhebliche Unzufriedenheit betreffend Verkehr. Man wünscht sich bessere Verkehrslösungen für das Auto. Das bedeutet, dass Frauenfeld weiter auf dem Weg in Richtung Autokultur gehen wird, was gegen die Altstadt als Einkaufsstandort spricht.
- Man scheint unzufrieden mit dem Kulturangebot (Theater, Kino, Konzerte) sowie mit dem gastronomischen Angebot. Gegenüber früheren Befragungen scheint hier eine Besserung eingetreten. Für die Altstadt zeichnet sich ein Potential in diesem Bereich ab.

- Ein autofreies Zentrum im Sinne einer Einkaufsumgebung ist ein oft geäussertes Wunsch. Man empfindet die Verkehrsbelastung im Zentrum als sehr problematisch.

Die Zufriedenheit mit den Einkaufsmöglichkeiten im Zentrum gibt nur unklare Rückschlüsse über die Situation in der Altstadt, da nicht separat nach der Altstadt gefragt wurde. Generell wurden ein breiteres Warenangebot und eine höhere Aufenthaltsqualität gefordert. Gegen den Einkauf in Frauenfeld sprechen Orte mit einem noch besseren Warenangebot (z.B. Winterthur) oder mit günstigeren Produkten. Wie weit dieses Einkaufsverhalten mit dem Alter der Konsumenten korreliert, ist nicht bekannt. Es kann aber vermutet werden, dass gerade jüngere Konsumenten und Konsumentinnen den Einkauf in der grösseren Stadt bevorzugen.

### **Entwicklung der Innenstadt Frauenfeld, Massnahmenübersicht, Entwurf November 2004; H. Naef, H. Egli**

Das Massnahmenprogramm nimmt seinerseits Bezug auf weitere Dokumente. Es tritt als Synthese auf. Im Kern steht eine Aufwertung der Innenstadt sowohl als Wohnort wie als Einkaufsort.

Die Hauptstossrichtungen sind:

- Stärken des Marktauftrittes der Innenstadt durch konzentrierte Marketing- und Strategiemaassnahmen: Ansiedeln von weiteren Geschäften, vor allem mit einem Angebot für Junge, Aufbau einer Marketingorganisation, Veranstalten von Events.
- Definieren einer Flanierachse, entlang derer die Einkaufsnutzungen gestärkt und die Aufenthaltsqualität erhöht wird. In den angrenzenden Räumen Aufwertung des Wohnens.
- Beratung der Eigentümer bzw. einwirken auf den Liegenschaftsmarkt und die Nutzung der Erdgeschosse.

Viele Massnahmen sind eher als Element einer Checkliste für zukünftige Konzepte gedacht und nicht weiter ausformuliert. Die Auflistung ist sehr breit und enthält keine Priorisierung oder Zuständigkeiten. Es muss davon ausgegangen werden, dass damit nicht mehr viel passiert ist, obwohl die Ansätze durchaus zutreffend und weitsichtig waren.

### **Agglomerationsprogramm, 2007**

Der Planungssperimeter umfasste die drei Agglomerationsgemeinden Frauenfeld, Felben-Wellhausen und Gachnang sowie auch noch 12 weitere Gemeinden in der Region. Die ganze Region sieht die zukünftige Entwicklung der Regio Frauenfeld mit einer klaren Zentrumshierarchie vor. Das heisst unter anderem: Für neue publikumsintensive Einrichtungen wird die Innenstadt von Frauenfeld sowie das Gebiet Frauenfeld Langdorf definiert. Ausserhalb der Stadt Frauenfeld sind keine publikumsintensiven Einrichtungen zulässig. Im Rahmen der Erarbeitung des Agglomerationsprogramm 2. Generation 2012 wurde auch die Konzipierung und Umsetzung des ersten Programms beurteilt. Die beiden Agglomerationsprogramme enthalten eine Liste von Massnahmen, insbesondere im Verkehrsbereich.

## Entwicklungsperspektiven für das Stadtzentrum, Ansprüche contra Möglichkeiten; GSP AG 2007

Die Studie beleuchtet die Erwartungen an und die Möglichkeiten des Stadtzentrums Frauenfeld. Auslöser waren Investitionsabsichten von grossen Detailhandelsanbietern in der Gewerbezone Ost (Langdorf). Die Studie stellt die Frage, wie gut heute das Stadtzentrum funktioniert, welche konkreten Entwicklungspotentiale es hat und was davon ausgeschöpft werden kann. Basis der Studie waren Einzelgespräche mit zentralen Akteuren (Einzelhandelsvertreter und Liegenschafteneigentümer) im Zentrum Frauenfelds. Als Ausgangslage wird festgehalten:

- Die Kaufkraft in Frauenfeld beträgt ca. 94% des Schweizerischen Mittels (Basis CS Economic Research 2007)
- Das Wachstum im Einzugsgebiet wird als überdurchschnittlich prognostiziert.
- Die Ausgaben der Haushalte für Güter des Detailhandels haben von 1980 bis 1997 von 44% auf unter 30% abgenommen (schweizerisches Mittel).
- Das Einkaufsverhalten entwickelte sich vom mittleren Preissegment hin zu Billigangeboten und Premiumangeboten, hat sich also polarisiert.
- Das Angebot an Einkaufszentren in der Region ist eher unter dem Durchschnitt, gemessen an vergleichbaren Verhältnissen.
- Der Strukturwandel im Detailhandel ist in vollem Gange: Die durchschnittliche Fläche liegt 2007 bei 600m<sup>2</sup> pro neuer Verkaufsstelle.

Für den Detailhandel in Frauenfeld wird folgendes Bild gezeichnet:

- Das Einzugsgebiet Frauenfelds für den Detailhandel wird mit 50'000 Personen angegeben.
- Die Gesamtausgaben dieses Gebietes für Waren des Detailhandels und Gastronomie wird mit 620 Mio angegeben.
- Es wird geschätzt, dass davon etwa 25% ausserhalb Frauenfelds ausgegeben wird.
- Von den resultierenden 490 Mio Kaufkraft werden ca. 320 Mio im Zentrum ausgegeben, der Rest ausserhalb des Zentrums.
- Die geplanten ca. 15'000m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Gewerbegebiet Ost (Langdorf) müssten einen Umsatz von deutlich über 100 Mio/Jahr erzielen, um leben zu können.
- Es wird vermutet, dass ca. 40 Mio auf Kosten der heutigen Zentrumsanbieter gehen würden.
- Die Folgen dieser Verschiebung werden als durchaus einschneidend beurteilt.

Für die Innenstadt als Detailhandelsstandort wird folgendes Bild gezeichnet:

- Bereits heute müssen gewisse Waren ausserhalb Frauenfelds gesucht werden, weil das Einzugsgebiet zu klein ist, um in allen Bereichen eine ausreichende Auswahl zu bieten.
- Die Altstadt zeigt die üblichen Probleme aufgrund der Lage und der kleinen Flächen, die dort vorherrschen.
- Die Investitionsabsichten im Gewerbegebiet Ost deuten auf eine Kombination von Food und Nonfood hin, was die Zentrumslage direkt konkurrenzieren würde.

Die Schlüsse aus den Einzelgesprächen mit wichtigen Akteuren werden wie folgt zusammengefasst:

- Es sind kurz und mittelfristig in der Innenstadt keine Potentiale für grossflächige Verkaufsnutzungen erkennbar.
- Die heute ansässigen Grossverteiler haben derzeit keine Expansionsbedürfnisse. Sie hegen aber ein Interesse an besseren Parkplatzeangeboten, um die Kunden länger im Zentrum halten zu können.

Als Schlussfolgerungen werden genannt:

- Eine Ergänzung des Angebotes durch grossflächige Nutzungen ist gewünscht, um den Wandel im Detailhandel kompensieren und die Position Frauenfelds als regionales Zentrum halten zu können. Die Innenstadt bietet diese Flächen nicht.
- Die Konkurrenzierung mit der Innenstadt ist gegeben, sodass diese bei entsprechend anwachsenden Angeboten an der Peripherie wesentliche Anstrengungen zur eigenen Attraktivierung unternehmen muss.
- Für die Ansiedlungen im Gewerbegebiet Ost braucht es Spielregeln, um gewisse Detailhandelsformen auszuschliessen und die strukturellen Vorteile (Zufahrt, Parkplätze) nicht zu einseitig ausfallen zu lassen. Es werden Beispiele für solche Spielregeln genannt (Fahrtenkontingente, Sortimentsbeschränkungen, Parkplatzbeschränkung, Verbot von „Mall-Strukturen“).

Interessant sind auch die Empfehlungen für die Stärkung oder Erweiterung der innerstädtischen Verkaufslagen:

- Es werden nur Ergänzungen empfohlen, die sich in das bereits bestehende Netz der wichtigen Fussgängerverbindungen integrieren lässt. Dies umfasst den Bereich Bahnhof / EZ Passage - Schlosspark, nicht aber die Altstadt.
- Die Innenstadt soll generell mehr urbane Qualität (Aufenthaltsqualität, Angebote, Architektur) erhalten, um sich gegenüber der Peripherie abzuheben. Mehr Parkplätze reichen nicht.
- Das Areal der Post (Rheinstrasse) wird als das interessanteste Entwicklungsgebiet bezeichnet, wobei die Gebäudestruktur erhebliche Probleme bieten dürfte bei der Aufwertung.
- Das Kasernen-Areal wird als Option für Detailhandel, kombiniert mit weiteren Nutzungen, gesehen.
- Das Gerbi-Areal wird als interessant eingestuft, allerdings wird die Verbindung zum EZ Schlosspark als schwierig eingestuft.
- Grundsätzlich wird das Bedürfnis nach weiteren Innenstadt-Parkplätzen als wichtig eingestuft. Diese sollen vor allem der längeren Aufenthaltsdauer zugute kommen. Sie sollen aber auch Angebote im Bereich Beratung, Gesundheit, Dienstleistungen sichern helfen.

### **Leitbild Siedlung und Verkehr , 2008**

Die Arbeit wurde von einem 12-köpfigen Projektteam geleistet, welches durch eine Begleitgruppe unterstützt wurde. Darin waren die politischen Parteien, die Quartier- und Ortsvereine sowie unterschiedliche Interessensgruppen vertreten. Die 47-köpfige Begleitgruppe hatte bei der Erarbeitung des Leitbildes eine beratende Funktion. In der Stadt Frauenfeld und den Gemeinden Gachnang und Felben-Wellhausen gibt es mehrere Leitbilder,

Richtpläne und Konzepte. Auf dieser Grundlage wurde das Leitbild Siedlung und Verkehr aber auch das im Dezember 2007 beim Bund eingereichte Agglomerationsprogramm erarbeitet.

Im Bereich Zentrenentwicklung wird festgehalten: „Frauenfeld wird als bipolare Stadt mit historischem Zentrum und dem Entwicklungsgebiet Ost gestärkt. Daneben werden die vielfältigen, im radialen System des Erschliessungsnetz eingebundenen Quartierschwerpunkte als Orte der Stadt erhalten und entwickelt.“ Das Leitbild ist weiterhin gültig und war eine wichtige Grundlage für den Richtplan Siedlung und Verkehr der Agglomeration.

### **Baureglement 2009**

Die im Baureglement definierte Altstadtzone bezweckt die Erhaltung und Förderung der Altstadt als städtebauliches Kulturgut und Wohnquartier sowie als lebendiges Einkaufs- und Begegnungszentrum. Substanz und Struktur der Häuser sind ganzheitlich zu pflegen. Dazu gehören nebst den Fassaden, den Elementen der Konstruktion und den Innenräumen auch die Strassen, Plätze und Vorgärten.

- Die Baurichtlinien der Vorstadt orientieren sich an denjenigen der Altstadt.
- Dacheinschnitte sind in der Altstadt nicht erlaubt, Dachaufbauten hingegen schon, Dachfenster ebenfalls insofern das Strassenbild nicht gestört wird.
- Alle Bauten und baulichen Massnahmen, Reklamen, Ausstattungen und Einrichtungen haben sich ins historische Stadtbild einzufügen. Die Eigenart der Gebäude, Strassen und Plätze darf nicht beeinträchtigt werden. Bestehende Baufluchten, Traufhöhen und Gestaltungselemente sind zu respektieren. Die bauliche Erneuerung hat grundsätzlich im Rahmen der bestehenden Bauformen und unter möglicher Schonung der bestehenden Substanz zu erfolgen. Ausnahmsweise bewilligte Volumenveränderungen haben erhöhten architektonischen und städtebaulichen Anforderungen zu genügen.

### **Umsetzung der Planungszone für die Industriezone sowie die Zone für Gewerbe und Kleinindustrie, Planungsbericht, Juni 2009**

Der Bericht entstand in Zusammenarbeit von Heinz Egli von der Stadt Frauenfeld mit Dr. Hans Naef und einem weiterem Planungsbüro. Der Anlass war eine Häufung von Bauanfragen für grossflächige Detailhandelsbetriebe im Raum Frauenfeld Ost und die damit einhergehende Gefahr, dass die Attraktivität des Stadtzentrums als Einkaufs- und Versorgungsstandort leidet (ungleiche Spiesse: Begrenztes Baugebiet im Stadtzentrum, günstigere Preise, mehr Flächen in Frauenfeld Ost, etc. Verdrängungseffekt). Die Aufgabe des Projektteams war eine Positivplanung der Entwicklung in Frauenfeld Ost mit gezielten planerischen Vorgaben für die Ansiedlung grösserer Detailhandelsbetriebe und anderer publikumswirksamer Nutzungen. Es wurden ein Konzept sowie Strategien zur Stärkung des Zentrums entwickelt. Einige wichtige Punkte/Strategien sind:

- publikumsintensive Nutzungen wie grössere Detailhandelsbetriebe hauptsächlich im Zentrum ansiedeln;

- Vorhandene grossflächige Anbieter, welche wichtigen Rückhalt geben, nicht schwächen;
- Aufenthaltsdauer des Publikums im Stadtzentrum verlängern;
- Ergänzende neue publikumsintensive Nutzungen im peripheren Gebiet Frauenfeld Ost ansiedeln und damit die Kaufkraft aus der ganzen Region auffangen.
- langfristig maximal so viel Verkehr zuzulassen, wie es die heutigen Strassenkapazitäten erlauben
- bessere Erschliessung mit dem ÖV.

In der neuen Zone werden erwünschte und unzulässige Nutzungen präzise formuliert. Wichtige weitere Aussagen, die zum Teil aus früheren Studien übernommen werden, sind:

- Wird nichts unternommen, besteht die Gefahr, dass die Stadt Frauenfeld langfristig Marktanteile im Bereich publikumsorientierten Nutzungen verliert, aber auch die Gefahr eines Dominoeffekts, insbesondere für das Stadtzentrum.
- Im Agglomerationsprogramm 2007 (Massnahme 2) haben sich alle 16 Gemeinden der Regionalplanungsgruppe darauf geeinigt, dass sich publikums- und arbeitsplatzintensive Einrichtungen auf geeignete Standorte in Frauenfeld Zentrum, Frauenfeld Ost und Aadorf beschränken sollen.
- Im Realisierungsprogramm Stadtentwicklung 2004 ist unter anderem die Zielsetzung formuliert, die Altstadt sowohl als Wohnort als auch Standort für publikumsintensive Nutzungen integral aufzuwerten. Die Innenstadt wird durch den Detailhandel als attraktiver Einkaufsstandort vermarktet.
- Im gleichen Programm Massnahme Nr. 9: Attraktivität Innenstadt und Nutzungsanordnung Altstadt: u.a. Lage und Quantität wohn- und publikumsorientierter Nutzung aufzeigen, priorisierte Nutzungen durch (baurechtliche) Massnahmen fördern, Gestaltung der Aussenräume akzentuieren.
- Das für den Detailhandel relevante Einzugsgebiet von Frauenfeld umfasst rund 50'000 Einwohner. Das Einzugsgebiet und kann aufgrund der Konkurrenzsituation Winterthur, Wil, Konstanz nicht mehr wesentlich erweitert werden.
- Abschnitt 2.3.4 widmet sich der aktuellen Situation der Frauenfelder Innenstadt: Die Innenstadt deckt aufgrund des geringen Kaufkraftvolumens von Stadt und Region nicht alle Bedürfnisse ab. Die Bedeutung der Altstadt als Einkaufszone nimmt ab, das mindert die Attraktivität der Innenstadt; überlagert durch den allgemeinen Trend einer Ablösung traditioneller (Familien-)Unternehmen durch (inter-)nationale Filialketten.
- Die Tendenzen für die Innenstadt sind ohne Massnahmen eher negativ.
- Es ist zu verhindern, dass in Frauenfeld Ost ein zweites, alternatives „Stadtzentrum“ mit gleichwertigen, für gewisse Kundengruppen sogar attraktiveren Einkaufs- und Aufenthaltsqualitäten entsteht. Eine Mall ist zu vermeiden.
- Idee: Frauenfeld Ost und Stadtzentrum im Sinnbild als siamesische Zwillinge. Stadtzentrum: Fördern, Frauenfeld Ost: lenken. Eigentlich sollten in Frauenfeld Ost nur Geschäfte des aperiodischen Bedarfs entstehen ohne Konkurrenz zur Innenstadt (Bau, Möbel, Garten).

Unterhaltungselektronik, Schuhe, Textilien gehören in die Innenstadt. Diese bietet allerdings nicht genügend grosse Flächen, sodass diese Branchen trotzdem in Frauenfeld Ost anzusiedeln sind, da sie sonst auf benachbarte Regionen ausweichen würden.

- In Frauenfeld Ost: Ausschluss von Food / Near Food. Sondern hauptsächlich: Fachmärkte aller Art, Freizeitanlagen (z.B. Hallenbad, Wellnesscenter, Bowlinghalle, Go-Kart Anlage).
- Die neuen publikumsintensiven Nutzungen bedürfen entsprechender Massnahmen im Verkehr. z.B. Erschliessung Frauenfeld Ost mit einer neuen Stadtbuslinie im Viertelstundentakt, längerfristig eine neue S-Bahn-Haltestelle, Erstellen attraktiver Fuss- und Radwegverbindungen. Die Langfeld- bzw. Breitenstrasse als zukünftige Hauptachse mit Anschlussfunktion an das Stadtzentrum. Attraktivitätssteigerung des öffentlichen Raums für alle Verkehrsteilnehmer, insbesondere Fussgänger und Velofahrer.
- Konzept für Stadtzentrum:
  - Bezeichnung von publikumsorientierten Fördergebieten, mit Neu- und Umnutzungsmöglichkeiten: Postgebäude am Rathausplatz, Das Kasernenareal beim Bahnhofplatz (inkl. Mätteli), mittel- bis langfristig auch die Areale Metzger-/Murgstrasse und Gerbi. Weitere Gebiete für anzustrebende Massnahmen sind unter anderem die Altstadt, die Liegenschaft Huber AG, die kantonale Verwaltung und die Liegenschaft der Grubag an der westlichen Bahnhofstrasse.
  - Gestaltung und Aufwertung öffentlicher Raum, z.B. die Flanierachse zwischen Kreuzplatz, Altstadt und Soldatendenkmal
- Der Bericht endet mit umfangreichen Schlussfolgerungen sowie detaillierten Nutzungsbeschreibungen der Zonen.

Kommentar: Der Bericht zeigt die heutige Krux bei den Einkaufsnutzungen: Die Städte wollen teilhaben an den immer grösser werdenden Shoppingeinheiten, können sie aber nicht mehr in der Innenstadt unterbringen. Gleichzeitig löst man mit der Auslagerung an den Stadtrand die bekannte Spirale hin zum autoorientierten Einkauf aus, der seinerseits wieder Infrastrukturbauten und eine Verminderung der Lebensqualität in der Stadt mit sich bringt. Ob die geschilderte Gefahr der Abwanderung von wichtigen Anbietern in benachbarte Gebiete wirklich so gross ist, darf bezweifelt werden. Mit dem Richtplan Siedlung und Verkehr ist ein Riegel geschoben. Des Weiteren befindet sich Winterthur nur 15 Auto- oder Zugminuten vom Standort Langdorf entfernt. Die Konkurrenz ist also bereits heute vorhanden und kann kaum mehr grösser werden. Die Bestrebungen, auch Mode und ähnliche Bereiche im Langdorf unterzubringen, muss also kritisch betrachtet werden.

### **Richtplan Siedlung und Verkehr Agglomeration Frauenfeld, 2011**

Der Richtplan basiert auf dem Leitbild 2008 der drei Gemeinden Frauenfeld, Gachnang und Felben-Wellhausen. Demnach soll sich die künftige Siedlungsentwicklung an bestehenden Siedlungs- und Infrastrukturen der drei Gemeinden orientieren. Ziel ist die Begrenzung des Siedlungswachstums nach aussen sowie eine Lenkung der Entwicklung und Verdichtung nach innen oder ins Umfeld der ÖV- Haltestellen. Der Richtplan führt die ange-

strebte Entwicklung von Bevölkerungszahlen und Arbeitsplätzen auf. Aufgrund der grossen Nachfrage nach Arbeitsstätten im Dienstleistungssektor werden entsprechend geeignete Gebiete bezeichnet. In der Innenstadt sind dies Nachverdichtungen, etwa im Gerbi-Areal, Kasernenareal und der Murgstrasse. Der Richtplan enthält eine Reihe von Massnahmenblättern. Unter anderem wird empfohlen, die Einfallsachsen Zürcherstrasse Ost und West, Schaffhauserstrasse zu verdichten und zu entwickeln. Ein ganzer Themenbereich mit Massnahmeblättern befasst sich mit Zentrum und Altstadt Frauenfeld. Die Altstadt und das anliegende Zentrumsgebiet werden als identitätsstiftend und als wichtigster Ort in der Stadt Frauenfeld bezeichnet. Es werden verschiedene Sofortmassnahmen vorgeschlagen, unter anderem die Gründung eines Vereins, die Klärung der Verfügbarkeit und Aktivierung der benannten Entwicklungsgebiete Gerbi-Areal, Kaserne, Bahnhof Nord, Huberareal, Areal Herzog AG, Areal Murg- / Metzgergasse, Projektierungen und Umsetzung von Umgestaltung im öffentlichen Raum, gegebenenfalls Teilrevision Zonenplan und Baureglement. Der Realisierungsraum ist kurzfristig, d.h. bis 2014. Die Federführung liegt bei der Abteilung Hochbau der Stadt Frauenfeld. Ein weiteres Massnahmeblatt befasst sich mit der Aufwertung der Murgrausms in der Stadt.

#### **Frauenfeld in Zahlen 2012, Dezember 2012, Stadt Frauenfeld**

Die Stadt Frauenfeld dokumentiert und analysiert regelmässig statistische Daten. Einige Ergebnisse:

- Potential zusätzlicher Einwohner aufgrund nicht überbauter Flächen: ca. 4'000 Einw.
- Pendlerbilanz: Die Entwicklung der Zupendler und Wegpendler verläuft 1960 – 1980 in etwa parallel und auf etwa gleichem Niveau. Ab der Dekade 1980-1990 und verstärkt 1990-2000 steigen die Zupendler stärker an als die Wegpendler.
- Haupt-Verkehrsmittel der in Frauenfeld wohnhaften Erwerbstätigen und Schüler ist der Personenwagen; anteilmässig etwa gleich viel wie zu Fuss, Fahrrad, Mofa, Eisenbahn, Bus, Postauto zusammen.
- Die Auslastung der Hotels hat sich 2001-2011 von 24% auf 36% verbessert. 2011: 16'081 Ankünfte bei 33'195 Logiernächten. Die Anzahl der Gastbetten ist mit 250 stabil geblieben. Eine Auslastung von 36% entspricht etwa dem Durchschnitt in Schweizer Städten und Agglomerationen (vgl. *regiosuisse*, 2011: Monitoringbericht 2011. S. 29ff).

#### **Bevölkerungsbefragung Frauenfeld 2013**

Im Sommer 2013 wurde durch die Forma Quint AG eine repräsentative Befragung im gesamten Gemeindegebiet Frauenfeld vorgenommen. Es wurden 1400 Personen angeschrieben, 608 oder 44% nahmen an der Umfrage teil. Im Hinblick auf die Nutzungsstrategie und ihre Strossrichtungen scheinen folgende Resultate der Umfrage bedeutsam:

- Die Umfrage brachte eine klare Bekenntnis zur Kleinstadt mit sich. Diese ist in den Augen der Bevölkerung verbunden mit einem attraktiven Zentrum, kurzen Wegen und einer hohen Wohnqualität in den Quartieren, wobei im Zentrum deutliche Defizite benannt wer-

den konnten: mangelnde Aussenraumqualität, zu viel Verkehr, teilweise zu dünnes Warenangebot.

- Der Konflikt zwischen Zentrumsfunktionen und Verkehrsbelastung ist den Befragten bewusst, wobei man immer noch auf eine "Gesamtlösung" wie eine Umfahrung hofft. Inzwischen erkennt man aber auch den Nutzen von sanften Massnahmen wie Begegnungszonen. Man ist auch bereit, gewisse Kompromisse punkto Automobilität hinzunehmen (Punkt 4.4. Mobilität und Verkehr).
- Bei den Fragen zur Altstadt/Innenstadt ist eine Interpretation nicht einfach, da für die beiden sehr unterschiedlichen Bereiche keine separaten Fragen gestellt wurden. Es bleibt beim generellen Wunsch, die Altstadt/Innenstadt attraktiver zu machen, im Sinne eines Stadtzentrums für Einkauf, Aufenthalt, Begegnung. Damit verbunden sind vor allem Massnahmen beim Verkehr und Aussenraum, wobei sich Verkehrsberuhigung und mehr Parkplätze wie so oft gegenüberstehen.
- Eine Stellungnahme zum heutigen oder zukünftigen Verkehrsmodell Altstadt oder Vorstadt fehlt. Die Aussage in Kapitel 4.4. wonach 20% sehr zufrieden und 42% zufrieden mit der Fussgängerzone Altstadt sind, lässt sich ebenfalls nur erschwert deuten, da es sich um eine halbtägige Regelung handelt. Sind die Personen nun zufrieden mit dem Vormittag, dem Nachmittag oder der Summe der Regelung?
- Die Entwicklung eines "zweiten Stadtzentrums" im Langdorf stösst mehrheitlich auf Skepsis bis Ablehnung. Man möchte die publikumsintensiven Nutzungen im Zentrum halten. Man kann dies als Bekenntnis zur Kleinstadt interpretieren. Die Strategie Innenstadt bekommt damit eine grundsätzliche Unterstützung.

In der Summe können die Resultate als weitgehende Bestätigung der laufenden Strategiearbeiten gedeutet werden. Man möchte eine Kleinstadt mit starkem Zentrum und grüner Umgebung. Die notwendigen Veränderungen, vor allem bei der Verkehrsführung müssen der Stadt / der Bevölkerung unter diesem Gesamtziel "verkauft" werden.

## 2.3. Ergebnisse der Umfragen und Workshops

### Erläuterung des Vorgehens

Die Nutzungsstrategie wurde in enger Zusammenarbeit mit den Betroffenen erstellt. Der Prozess wurde eingeleitet durch einen Infoabend.

In einer anschliessend durchgeführten schriftlichen Umfrage wurden die folgenden vier Akteursgruppen befragt:

- Hauseigentümer Vorstadt
- Betreiber von Läden/Gastrobetrieben in der Vorstadt
- Hauseigentümer Altstadt
- Betreiber von Läden/Gastrobetrieben in der Altstadt

Mit jeder dieser vier Akteursgruppen wurde am 13./14. August ein separater rund zweistündiger Workshop durchgeführt. Insgesamt nahmen an diesen vier Workshops 40 Personen, sowie Beobachter aus der Projektleitung Frauenfeld 2030, teil.



### Umfrage Eigentümer Altstadt (Fragebogen & Auswertung siehe Anhang)

Es wurden 65 Fragebogen an die Liegenschaftseigentümer der Altstadt versandt. 28 oder ca. 43% kamen zurück. Die Umfrage diente als Basis für die Arbeit im Workshop. Es galt, aus den Rückmeldungen mögliche Handlungsfelder abzuleiten. Dazu halfen folgende Erkenntnisse aus der Umfrage:

- Die Läden prägen nach wie vor den Charakter der Altstadt und das Handeln der Eigentümer. Die Ladennutzung ist "Leitnutzung" und bestimmt die Strategie der Liegenschaftsentwicklung oder zumindest der Haltung des Eigentümers. Die Erträge aus dem Wohnen mögen zwar für viele Eigentümer mittlerweile ebenso wichtig geworden sein, doch nimmt bei strategischen Entscheiden (Verkehr, Aussenraum, Parkierung) die Erdgeschossnutzung immer noch die prägende Rolle ein.
- Das Wohnen in der Altstadt ist gut nachgefragt und scheint stabil zu sein. Die Eigentümer sind zufrieden mit der Situation.
- Die Vermietung der Erdgeschosse scheint noch intakt, auch wenn die Mieterträge tendenziell eher abnehmen.
- Der Zustand der Häuser wird als gut bis sehr gut angegeben. Die nötigen Renovationen können scheinbar ausgeführt werden.
- Die Eigentümer sind sich bewusst, dass die Altstadt seit längerer Zeit Mühe bekundet, ein eigenes Profil zu finden. Die gefundenen Lösungen bei Einkauf, Verkehr und Parkierung scheinen teilweise unbefriedigend und kompromisshaft.
- Vor allem bei der Parkierung wünscht man sich bessere Lösungen.
- Es lässt sich keine Aufbruchstimmung bei den Eigentümern feststellen. Sie haben sich mit der Situation arrangiert und sind nach wie vor zufrieden mit den Erträgen. Entsprechend ist auch keine gemeinsame Vision vorhanden, wie es weitergehen könnte.

### Workshop Eigentümer Altstadt

Der Workshop mit den Eigentümern der Altstadt fand am 13. August 2013 statt und wurde von 11 Personen besucht.

Den Workshopteilnehmern wurden sogenannte Kernsätze zu ihrem Quartier zur Bewertung vorgelegt. Die Kernsätze haben zum Zweck, gemeinsame Anliegen und Handlungsoptionen zu erkennen. Sie bringen Einschätzungen zu gewissen Themen zum Ausdruck oder formulieren konkrete Aufgaben, die seitens der Privaten oder der Stadt angegangen werden sollten.

Die Diskussion kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Die Eigentümer stellen sich klar hinter eine Entwicklung, die der Altstadt mehr Wohn- und Aufenthaltsqualität gibt. In ihren Augen soll es sowohl für die Bewohner als auch die Kunden grüner, charmanter und lebendiger werden.
- Parkplätze sind für die Wohnnutzung ein wichtiges Vermietungsargument.
- Konkret sehen sie die Mittelgasse als grüne Wohngasse und die Hauptgassen als belebte Geschäftsgassen mit Strassencafés.
- Beim Verkehrsregime der Zürcherstrasse sind sie eher für eine weitere Beruhigung als eine Öffnung. Sie wollen eine einheitliche Lösung für die ganze Altstadt (und allenfalls Vorstadt).

- Die Eigentümer sind sich bewusst, dass mit dem Strukturwandel Gefahren einhergehen. Der Handlungsspielraum, den Ladenmix aktiv zu beeinflussen, wurde bisher eher nicht erkannt. Es besteht hingegen Bereitschaft, problematische Nachnutzungen zu verhindern, wenn auch nicht von allen gleich bewertet. Hier besteht Bedarf nach klaren Handlungsoptionen.

Die Handlungsfelder stellen sich wie folgt dar:

- Balkonkonzept Freiestrasse / Zürcherstrasse / Mittelgasse
- Aufwertung Aussenraum für Wohnen und Geschäfte (Zürcherstrasse / Freiestrasse), allenfalls Anpassung der Reglementierung
- Einheitliche Verkehrsregelung
- Autofreie Mittelgasse
- Eine Anwohner-Parkkarte Innenstadt einführen
- Allgemein: Mehr Stimmung, mehr Leben.

### Umfrage Läden/Gastro Altstadt (Fragebogen & Auswertung siehe Anhang)

Es wurden 87 Betriebe in der Altstadt angeschrieben. 37 oder 43% antworteten. Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse:

- Die Bekenntnis zur Einkaufslage Altstadt ist nach wie vor da, auch wenn die Zeichen schlechter sind als auch schon. Man ist sich bewusst, dass es allgemein eher schlechter geht, sieht aber beim eigenen Geschäft eine eher stabile Situation.
- Man sieht Möglichkeiten der Veränderung bei sich und der Stadt.
- Dem Kundenverkehr per Auto wird eine grosse Bedeutung zugemessen, auch in der Zürcherstrasse. Dabei sieht man am ehesten eine Lösung bei einer Begegnungszone mit ganztägiger Zufahrt.
- Die Vorteile der Umfahrung werden eher skeptisch beurteilt.
- Man sieht ein Potential bei einer attraktiveren Gestaltung der Aussenräume, indem die Altstadt stimmungsvoller für den Einkauf und das Verweilen werden soll.

Läden / Gastro in der Vorstadt Frauenfeld

Läden / Gastro in der Vorstadt Frauenfeld		
"Kurzzeitparkplätze in der Zürcherstrasse würden dem Detailhandel sehr viel bringen."		
teile ich	teile ich nicht	egal / unwichtig

An den Workshops wurden von den Moderatoren "Kernsätze" zu zentralen Themen präsentiert, die von den Anwesenden bewertet werden konnten. Auf Basis dieser ersten Bewertung fand eine Diskussion pro Kernsatz statt.

## Workshop Läden/Gastro Altstadt

Der Workshop mit den Läden und Gastrobetreibenden der Altstadt fand am 13. August 2013 statt und wurde von 17 Personen – einem Fünftel der angeschriebenen Betriebe - besucht.

Die Diskussion kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Die heutige Verkehrsregelung/Gestaltung/Stimmung der Zürcherstrasse überzeugt nicht. Sie wird als unbefriedigende Zwitterlösung bezeichnet.
- Es zeigt sich eine sehr grosse Zustimmung für ein einheitliches Verkehrsregime in der gesamten Altstadt. Im Vordergrund steht eine Begegnungszone.
- Mehr Stimmung und Charme, ein, zwei Cafés mit Aussensitzplätzen sind erwünscht
- Auch falls die Ladennutzung in der Altstadt weiter abnehmen sollte, ist die Konzentration der Läden auf eine einzige Gasse keine Option für die heutigen Akteure.
- Die Effekte von zusätzlichen Einkaufsflächen in der Gewerbezone Ost auf die einzelnen Altstadtgeschäfte werden uneinheitlich beurteilt.
- Die Altstadtgeschäfte sind interessiert, mit den Geschäften in der Vorstadt verstärkt zusammenzuarbeiten, um gemeinsam mehr Gewicht zu entfalten.
- Einheitliche Öffnungszeiten in der ganzen Altstadt sind zwar wünschenswert. Die Anwesenden zweifeln allerdings an der Umsetzbarkeit.
- Eine Steuerung des Ladenmixes in der Altstadt ist ebenfalls wünschenswert. Die Anwesenden zweifeln allerdings daran, dass die Eigentümer darauf einsteigen.
- Ein gemeinsames Budget der Altstadtgeschäfte für Werbung, Events, etc. findet wenig Zuspruch.
- Die Experten von Netzwerk Altstadt waren erstaunt über die Ablehnung der Kernaussage: „*Das Wohnen darf mehr Raum einnehmen in der Altstadt, wenn damit die Stimmung zum Flanieren und Einkaufen nicht beeinträchtigt wird.*“ Die Ladenbetreiber gehen unter anderem davon aus, dass diese Bewohner weniger Frequenzen generieren, als wenn die Räumlichkeiten durch Dienstleister genutzt werden. Sie fürchten zudem einen Anstieg der Mieten durch das gehobene Wohnen.
- Grossen Zuspruch erntete eine Begegnungszone in der ganzen Altstadt.

Die Handlungsfelder stellen sich wie folgt dar:

- Überprüfen und Anpassen des Verkehrsregimes in der Altstadt.
- Vermehrte Nutzung des öffentlichen Grundes (durch Cafés oder Altstadtgeschäfte) als Zeichen der lebendigen Altstadt.
- Klarere Positionierung der Altstadt als Einkaufsstandort und Entwicklung entsprechender Marketingmassnahmen.
- Optimierung der Parkierungssituation im Zuge der Eröffnung des Parkhauses Huberareal.

### Umfrage Eigentümer Vorstadt (Fragebogen & Auswertung siehe Anhang)

Es wurden 25 Fragebogen an die Liegenschaftseigentümer der Vorstadt versandt. 16 oder ca. 64% kamen zurück. Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse:

- Der Abstieg der Ladennutzung ist für die Eigentümer erkennbar, wird von ihnen aber nicht als existentielle Bedrohung angesehen. Anders als in der Altstadt ist in der Vorstadt das Wohnen bereits Leitnutzung und bestimmt das Verhalten des Eigentümers.
- Obwohl die Wohnqualität in der Vorstadt aufgrund des Verkehrs eingeschränkt ist, rentieren die Häuser befriedigend. Die Wohnungen sind gut vermietbar und der Renovationsbedarf scheint eher gering zu sein (zumindest bei den antwortenden Personen).
- Beim Verkehr hofft man schon seit Jahren auf eine Beruhigung oder Verlagerung. Entsprechend steht man hinter der Umfahrungs-idee.
- Es ist keine gemeinsame Strategie sichtbar, wie es mit der Vorstadt weitergehen könnte.

### Workshop Eigentümer Vorstadt

Der Workshop mit den Eigentümern der Vorstadt fand am 14. August 2013 statt und wurde von 4 Personen besucht.

Die Diskussion kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Die Wohnpotentiale (Balkone, Aussenflächen, Dachterrasse) sollen konsequenter genutzt werden, um die Vorstadt als Wohnort aufzuwerten. Einmalige Chancen für ein lebendiges Wohnen mit viel Aussenraum bietet die Grabenstrasse.
- Die Vorstadt soll grüner und wohnlicher werden.
- Die Situation in der Vorstadt wird als labil eingeschätzt. Die Eigentümer sind bereit, sich für wohnverträgliche Nachnutzungen der Läden einzusetzen. Sie sehen aber eine Gefahr bei den Handänderungen der Liegenschaften.
- Das Interesse an einer Verkehrsberuhigung ist verständlicherweise gross. Die Eigentümer wären bereit, sich aktiv an einer Aufwertung der Strasse zu beteiligen.
- Ob ein günstigerer Mietpreis im Erdgeschoss bessere Mieter bringt, wird kontrovers diskutiert.
- Unbestritten für die Eigentümer ist, dass es mehr Parkplätze für Dauermieter aus der Vorstadt braucht. Sie wären bereit, entsprechende Einstellhallenplätze zu erwerben.

Die Handlungsfelder stellen sich wie folgt dar:

- Die Anpassung von Verkehrsregime und der Strassengestaltung ist prioritär und dringend.
- Die Eigentümer sind weiterhin zu sensibilisieren, was problematische Nutzungen bewirken können und wie dies beeinflusst und gesteuert werden kann.
- Die Potentiale für ein attraktives Wohnen in der Vorstadt sind zu nutzen. Die Grabenstrasse soll wohnorientiert entwickelt werden.
- Rotlichtnutzungen in der Innenstadt sollen via Nutzungsordnung ausgeschlossen werden.

## Umfrage Läden/Gastro Vorstadt (Fragebogen & Auswertung im Anhang)

Es wurden 56 Betriebe in der Vorstadt angeschrieben. 21 oder 38% antworteten. Dabei ergaben sich folgende Ergebnisse:

- Der Abstieg der Vorstadt als Einkaufsstandort ist spürbar, auch wenn viele Anbieter noch relativ positiv gestimmt sind.
- Der Durchgangsverkehr ist der limitierende Faktor. Solange er in dieser Form bleibt, sind kaum mehr positive Entwicklungen denkbar.
- Die Identifikation der Ladenbetreibenden mit dem Standort Vorstadt ist hoch, trotz widriger Umstände. Man möchte hier bleiben, allerdings mit besseren Rahmenbedingungen.
- Die Ladenmieten sind eher hoch für diese Lage.
- Der Glaube an Lösungen aus eigener Kraft ist gering. Man hofft auf die Stadt.



*Die Ausgestaltung und Verkehrsregelung in der Zürcherstrasse Altstadt war an fast allen Workshops ein zentrales Thema. Dabei wird vom Gewerbe auf die deutlich bessere Ertragslage am verkehrsoffenen Vormittag hingewiesen und auf eine ganztägige Öffnung gedrängt.*

## Workshop Läden/Gastro Vorstadt

Der Workshop mit den Läden und Gastrobetreibenden der Vorstadt fand am 14. August 2013 statt und wurde von 17 Personen besucht.

Die Diskussion kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Die Gefahr, dass die Vorstadt weiter an Qualität verliert, ist spürbar und unbestritten.
- Beim Verkehr muss sich etwas ändern. Das hat für die Ladenbetreiber höchste Priorität. Gleichzeitig ist klar, dass die Bedürfnisse branchenabhängig sind.
- Es zeigt sich sehr grosse Bereitschaft für eine Einbahnlösung und für Tempo 30.
- Kurzzeitparkplätze in der Zürcherstrasse würden dem Detailhandel sehr viel bringen.
- Zu viele Imbisse, Nachtlokale etc. stellen eine Gefahr für die Ladenlage dar. Die Ladenbetreiber sind gewillt, zusammen mit den Eigentümern für einen ausgewogenen Ladenmix zu sorgen.

- Die Vorstadt hat eine eigene Identität, und die Ladenbetreiber sind bestrebt, diese weiterhin zu pflegen.
- Gemeinsame Blockzeiten bei den Ladenöffnungszeiten wären von vielen erwünscht, als Mindestanliegen gilt der durchgehend geöffnete Samstag.
- Die Entwicklung hin zu mehr Stimmung, mehr grün, mehr Flanierqualität ist unbestritten. Die Ladenbetreiber sind bereit, selber zu investieren, wenn ihnen dazu die Rahmenbedingungen gegeben werden.

Die Handlungsfelder stellen sich wie folgt dar:

- Die Verbesserung der Verkehrssituation hat oberste Priorität.
- Gemeinsame Aussenraumaufwertung auf Basis einer Verkehrsberuhigung.
- Suche nach einem Einkaufsprofil Vorstadt.
- Aktive Steuerung des Ladenmixes zusammen mit den Eigentümern.
- Bessere Koordination Stadt-Kanton bei Verkehrs- und Parkierungsfragen.

### Schlussworkshop vom 13. November 2013

Die Schlussveranstaltung wurde nur im Kreis der bisher Beteiligten durchgeführt, weil zusätzlich eine öffentliche Fokusveranstaltung zur Thematik Innenstadt geplant war (ursprünglich am 20.11., dann verschoben).

Es konnten 27 Personen aus der Altstadt und Vorstadt begrüsst werden, wobei die Zugehörigkeiten folgendermassen angegeben wurden (Mehrfachnennungen möglich):

- Eigentümer Altstadt: 12
- Ladenbetreibende Altstadt: 12
- Eigentümer Vorstadt: 5
- Ladenbetreibende Vorstadt: 7

Die Anwesenden bekamen die erarbeitete Nutzungsstrategie mit ihren Strossrichtungen präsentiert. In einer nachfolgenden Diskussion in Gruppen konnten sie zu den einzelnen Massnahmenfeldern Stellung beziehen (auf Basis von vorgelegten Kernsätzen). Eine Auswertungsrunde im Plenum streifte die wichtigsten Themengruppen.

Grundsätzlich kann die vorgeschlagene Strategie als bestätigt gesehen werden. Erneut kam klar der Wille zu einer Verbesserung der Verkehrslösung und der Aussenraumqualität zum Ausdruck. Dabei dominierte die Sicht des Gewerbes, welche eine ganztägig befahrbare Begegnungszone wünscht. Im Gegenzug konnte ein Konsens für eine Reduktion von Parkplätzen in der Zürcherstrasse erkannt werden. Uneinig blieb man bei der Beurteilung der Öffnung der Zürcherstrasse für den Autoverkehr am Samstag.

Wichtige Haltungen waren:

- Das Verkehrsregime soll/kann im ganzen Vorstadt- und Altstadtbereich „sofort“ geändert werden. Wenn möglich als Einheit. Im Vordergrund steht sowohl eine Beruhigung (Tempo 20), wie auch Entlastung (Vorstadt).
- Die Rheinstrasse als Boulevard zur Altstadt wird begrüsst, es sollen aber auch die anderen Achsen zum Bahnhof gestärkt werden.

- Mit den Parkplätzen zu experimentieren ist sehr heikel. Die bessere Verbindung zu den Parkplätzen ausserhalb von Altstadt/Vorstadt wird sehr begrüsst. Zugänge und Parkplätze innerhalb der Altstadt/Vorstadt jetzt zu streichen ist heikel. Sonntagsfahrverbot in der Altstadt kann jetzt getestet werden. Ein Fahrverbot am Samstag ist bestritten und müsste im Rahmen von Events auf Möglichkeiten und Wirkung getestet werden.
- Altstadt-Vorstadt sollen besser verbunden werden (baulich, aber auch im Auftritt der Läden als Einheit). Ein Koordinator wird begrüsst, die IG FIT ist ein erster Ansatz in dieser Richtung, den man weiterverfolgen soll.
- Autofreie Mittelgasse ist umstritten. Unter anderem benötigt das Gewerbe den Lieferzugang.
- Das Bleichequartier ist Teil der Innenstadt. Da es hier gut läuft, sind momentan aus Prioritätsgründen keine Massnahmen notwendig.
- Die Murg sollte besser eingebunden/inszeniert werden.

Die Handlungsfelder stellen sich wie folgt dar:

- Die Stadt soll den publikumsorientierten Detailhandel auf die Innenstadt beschränken. Ausnahme: Quartierläden und flächenintensive Fachmärkte (Baumärkte, Möbelhäuser).
- Events am Samstag können angepackt werden.
- Aufwertung Aussenraum für Wohnen und Geschäfte (Zürcherstrasse / Freiestrasse), allenfalls Anpassung der Reglementierung.
- Einheitliche Verkehrsregelung. Im Vordergrund steht Tempo 20
- Allgemein: Mehr Stimmung, mehr Leben.
- Kommunikation über neue Läden in Vorstadt/Altstadt.

## 2.4. Gedanken zum Detailhandel

### Ladennutzung heute

Die Ladennutzung ist seit über 100 Jahren der treibende Faktor der Innenstadtentwicklung. Sie hat über die letzten Generationen das Gesicht der Altstadt geprägt, sodass wir uns heute Innenstädte ohne Ladennutzung kaum mehr vorstellen können. Zu beachten ist aber, dass die historischen Zentren die meiste Zeit keine Läden hatten. Die Erdgeschosse waren bis ca. 1850 ausschliesslich für Werkstätten, Ställe oder Abstellflächen genutzt. Auch die Restaurants waren nicht im Erdgeschoss sondern im ersten Stock, der "Belétage".

Wir gehen heute davon aus, dass die Altstadt nicht zwingend die Ladennutzung einer Stadt beherbergen muss. Es ist schön, wenn sie es tut, da die Aufenthaltsqualität hier am besten ist. Wichtig ist, dass die Versorgungsqualität überhaupt im Zentrum erhalten bleibt, was mittlerweile auch keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Der Betrachtungswinkel ist also weiter, und die Frage für die Altstadt/Vorstadt lautet: welche Nutzungen lassen sich hier besser unterbringen als in den anderen Zentrumsbereichen? Erst damit lassen sich tragfähige Konzepte erstellen.

In Frauenfeld spielt die Ladennutzung in der Altstadt und Vorstadt nach wie vor eine wichtige Rolle, wenn auch die Struktur der Anbieter seit Jahren gefährdet ist (siehe entsprechende Analysen von GSP AG im Kapitel 2.1.). Es wäre falsch, von einem unausweichlichen Niedergang der Ladennutzung in der Altstadt auszugehen. Gerade die Bevölkerungsentwicklung und die urbaner werdende Ausrichtung von Frauenfeld könnten der Altstadt und ihren Detaillisten neue Impulse verleihen. Der Quervergleich zu anderen Altstädten zeigt aber, dass es ohne starken Einsatz für die Altstadt nicht gehen wird. Es wird nötig sein, die Schwachpunkte des heutigen Detailhandelsangebotes gezielt anzusehen und wo möglich zu verbessern. Es wird auch nötig sein, auf mehreren Ebenen Massnahmen vorzusehen, wie dies im Strategieteil dieses Berichtes dargelegt ist.

Ein vielleicht aufschlussreiches Beispiel mag Burgdorf sein, wo seit 20 Jahren ein Rückgang der Geschäftsnutzung in der oberen Altstadt (Oberstadt) zu beobachten ist. Seit 2010 wird hier mit einem breiten Förderprogramm (Altstadt Plus) und einer eigenen Organisation (Pro Burgdorf) versucht, dem Wandel etwas entgegen zu setzen, bzw. ihn zu lenken. Zwar konnte auch dieser Einsatz nicht verhindern, dass der Strukturwandel weiter geht und gewisse Geschäfte verschwinden, doch konnten andere gefunden werden, welche wohl eher mit dem Umfeld der Altstadt leben können. Insgesamt ist es ein Wandel, der vom Kommerziellen hin zum Parakommerziellen verläuft. Die neuen Anbieter sind nicht mehr im üblichen Rahmen Detaillisten sondern betreiben ein Geschäft aus teilweise nicht-kommerziellen Motiven oder müssen zumindest nicht eine Rendite erwirtschaften, wie dies "normale" Läden müssen. Beispiele für solche parakommerziellen Anbieter finden sich teilweise bei Kunstgalerien, Kunsthandwerk, Vinotheken, Secondhand Kleiderläden, Antiquitäten etc. Wichtig für diese Art Anbieter ist eine günstige Miete im Bereich von ca. Fr. 100.-/m<sup>2</sup>J, was derzeit in Frauenfeld in der Altstadt kaum, in der Vorstadt teilweise anzutreffen ist.



**Pro Burgdorf** fördert die regionale Zentrumsfunktion der Stadt als Einkaufs-, Gewerbe- und Dienstleistungsstandort und unterstützt Initiativen zur Attraktivitätssteigerung Burgdorfs als Kulturort, Wohnraum und touristische Destination. Die Vereinigung der Detaillisten, Dienstleister und Gewerbetreibenden ist verantwortlich für das Innenstadtmarketing der Stadt Burgdorf.

Die Organisation "Pro Burgdorf" kümmert sich schwergewichtig um die Altstadt Burgdorf und die Belebung der Erdgeschosses. Das mehrjährige Programm operiert mit einem Jahresbudget von ca. Fr. 100'000.- und engagiert sich in mehreren Bereichen: Leerflächenmanagement, Belebung leerer Schaufenster, Aktionen und Märkte, Beratung Ladenbetreibende etc.

[www.proburgdorf.ch](http://www.proburgdorf.ch)

#### Ereignisse



#### Märit Stadt Burgdorf

##### Jeden Samstag neu!

Schmiedengasse, 08:00 - 12:30 Uhr

Käse, Fleisch, Früchte, Gemüse, Brote, Spezialitäten und Handwerk in der Burgdorfer Altstadt.

Märit-Apéro ab 10:00 Uhr.

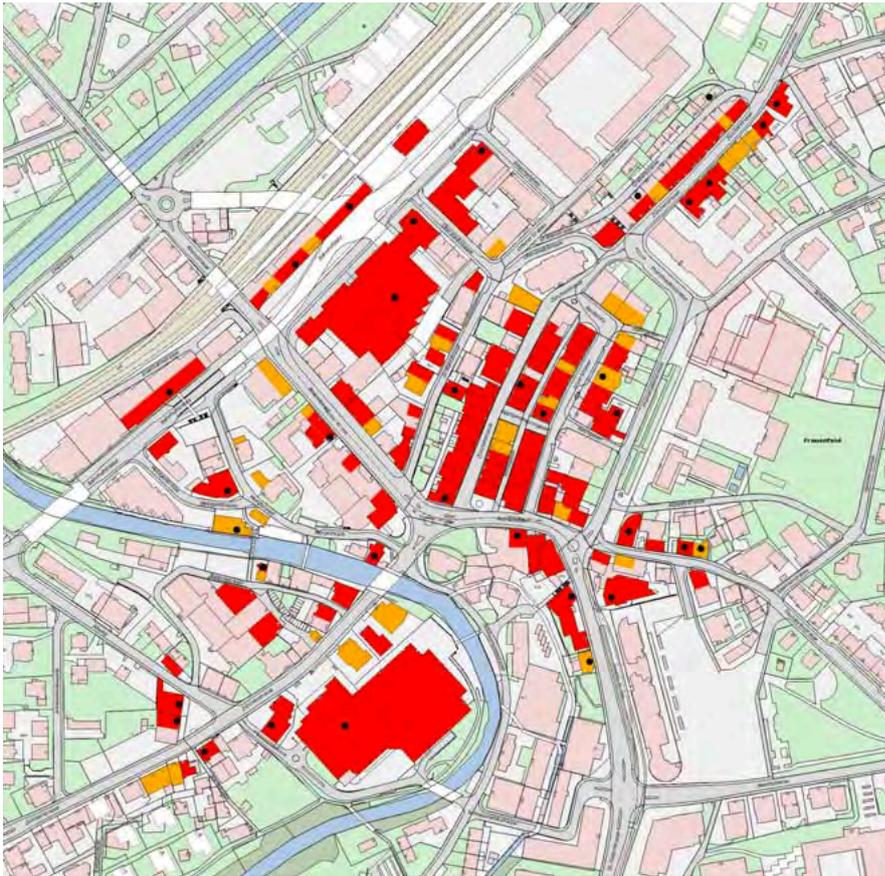
Einst waren die Märkte Brautschauen. Es wurde getanzt und wilde „Chilbis“ gefeiert. Diese Tradition nimmt das Märit-Apéro am Samstagsmarkt in der Altstadt von Burgdorf wieder auf. Von 10:00 - 12:30 wird der „Märit“ zum Treffpunkt mit Livemusik und Unterhaltung. Alle Waren die am Markt angeboten werden, dürfen am Märit-Apéro in der Schmiedengasse zu einem Kaffee oder Aperol Spritz genossen werden.

## Erdgeschossnutzung Innenstadt Frauenfeld heute

Ein klares Indiz für die heutige Lage und auch den Wandel der Einkaufsnutzung zeigt eine grobe Analyse der Erdgeschossnutzungen im Zentrum Frauenfelds. Es geht nicht darum, die einzelnen Nutzungen und Branchen zu differenzieren, sondern nur um die Frage, wie bedeutend die Ladennutzung des Erdgeschosses wo ist. Dazu werden drei Stufen der Nutzung unterschieden:

- kommerziell: konventioneller "Laden" mit Publikumsverkehr und Öffnungszeiten über 35h die Woche
- parakommerziell: publikumsorientierte Nutzung, die aber nicht einem klassischen Laden entspricht, weil sie mehr dienstleistungsorientiert ist oder unter 35h/Wochen geöffnet hat. Beispiele: Coiffeur, Galerie, Bank, Schönheitssalon.
- nicht kommerziell: alle anderen Nutzungen von Wohnen über Lager, Werkstätten etc.

Verwaltungen, Museen oder Bibliotheken können als nicht kommerziell oder parakommerziell eingestuft werden.



Der Plan der Erdgeschossnutzungen in der Innenstadt zeigt die kommerzielle Intensität auf:

**rot = kommerziell**

**orange = parakommerziell\***

Rest = Wohnen / Privat / leer

• = Restaurant / Bar / Imbiss

*\*Als parakommerziell bezeichnen wir Nutzungen, welche publikumsorientiert sind, aber keinen klassischen Laden darstellen:*

- Coiffeur
- Bank
- Dienstleister

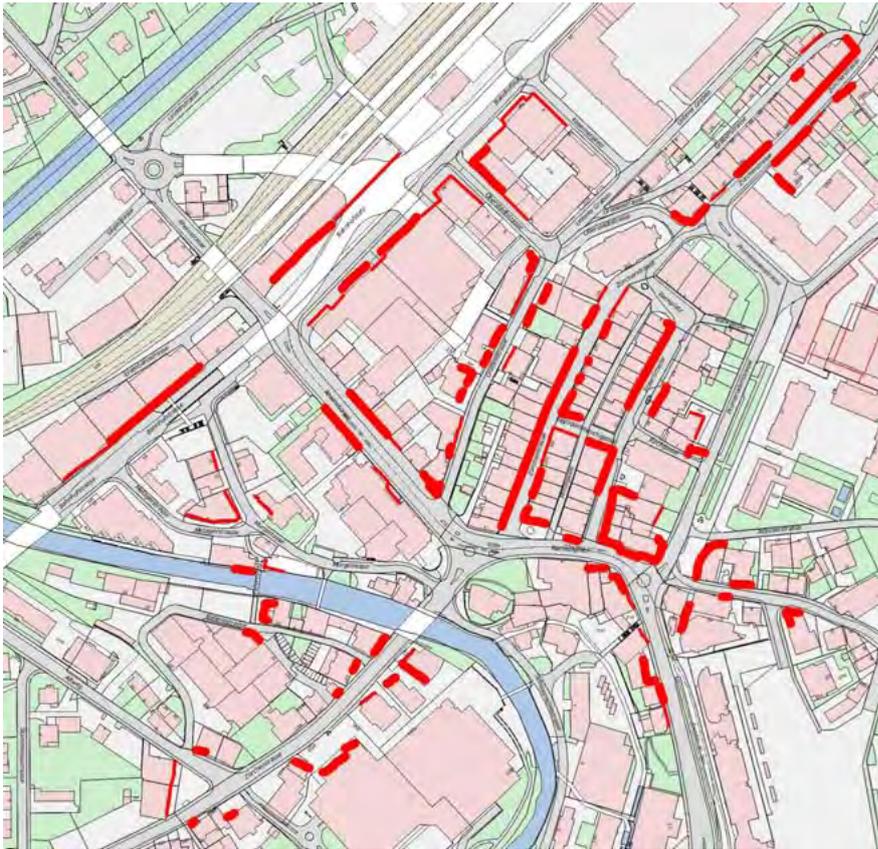
*Eine mögliche Unterscheidung zwischen kommerziell und parakommerziell kann über die Öffnungszeit erfolgen: Unterhalb von 35h pro Woche ist es kein konventioneller "Laden" mehr.*

*Stand August 2013*

Der Plan zeigt die Verteilung der kommerziellen Flächen und entsprechend eine grobe Zuordnung der Kundenströme. Es fällt auf, dass die Altstadt und Vorstadt noch weitgehend kommerziell funktionieren. Auch zeigt sich, dass das Bleichequartier derzeit noch eine bescheidene Dichte an kommerziellen Nutzungen aufweist.

### **Attraktivität der Schaufenster der Innenstadt Frauenfeld**

Mit dieser Methode soll ein Gefühl entwickelt werden, welche Strassen oder Gassenzüge für die Passanten interessant sind, und wo es Lücken in der Attraktivität gibt. Eine Folge davon kann eine gehemmte Entwicklung in einem Gebiet oder ein Abreißen der Kundenströme zwischen zwei Einkaufszonen sein.



Nebenstehender Plan zeigt die Attraktivität der Schaufenster in den einzelnen Innenstadtgebieten. Als Massstab wurde ein subjektives Empfinden genommen, welches sich an Warenauslage, Präsentation und Sichtbarkeit orientierte. Gaststätten wurden ebenfalls bewertet, indem ein Blick ins Innere als attraktives "Schaufenster" taxiert wurde.

**dicke Linie = attraktives Schaufenster**

**dünne Linie = mässig attraktives Schaufenster**

**keine Linie: keine Schaufensterwirkung**

Stand August 2013

Man erkennt folgende Zusammenhänge:

- Die Rheinstrasse ist gebietsweise zu wenig attraktiv, um die Kunden Fusswege zwischen den Innenstadtquartieren in Kauf nehmen zu lassen.
- In der Altstadt erkennt man die weniger attraktive Situation der Freiestrasse gegenüber der Zürcherstrasse, vor allem ostseitig.
- Zwischen der Altstadt und der Vorstadt zeigt sich der bekannte Bruch bei der Kirche und beim Bankplatz.
- Die Verbindungen zwischen Altstadt und Coop/Schlosspark zeigt eine längere Durststrecke.
- Ebenso ist derzeit zwischen Bahnhof, Bleiche und Kreuzplatz nur eine mässige Attraktivität vorhanden.
- Im Bereich Bahnhofplatz zeigt sich ein nur mässig attraktives Gesamtbild. Hier sind viele Schaufensterfronten ins Innere des Shoppingcenters gewandert.

Die Attraktivität von Fusswegen hängt nicht nur von den Schaufenstern ab. Verkehr, Natur und Sehenswürdigkeiten spielen weitere Rollen.

#### Detailhandelsprofil Altstadt Frauenfeld

Eine weitere Beurteilung der heutigen Lage lässt sich anhand eines Detailhandelsprofils erstellen, welches die wichtigsten Kriterien für den Einkauf und die Bequemlichkeit des Kunden zusammenfasst. Die einzelnen Kriterien sind nicht gewichtet. Man erkennt aber Stärken und Schwachstellen. Als Vergleich sind zwei andere Altstädte gezeigt, wobei Solothurn eine Art "Idealfall" darstellt.

Detailhandelsprofil Altstadt Frauenfeld (23'000 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. 50 Läden und Restaurants + ca. 40 parakommerzielle Angebote		
Dichte der Einkaufszone		+ gute Dichte - Freiestrasse etwas schwach eingebunden		
Ladengrößen		- kaum grosse Flächen vorhanden		
Ladenmix		- kaum Food - wenig Trendanbieter		
Image und Marketing		- kein innovatives Image als Einkaufsstandort + aktive Innenstadtorganisation + positive Effekte durch Märkte		
Leerstände & Nachnutzungen		+ keine Leerstände + kaum problematische Nachnutzungen		
<b>Einkaufsgefühl</b>				
Einkaufsumgebung, städtischer Kontext		+ reizvoller Kontext mit historischen Gebäuden		
Flanierqualität		+ Zürcherstrasse beinahe Fussgängerzone - Freiestrasse etwas autoorientiert		
Aufenthaltsqualität		- wenig schöne Platzsituationen - Strassencharakter überwiegt in Freiestrasse		
Gastronomie und Sehenswürdigkeiten		- eher konventionelles Gastro-Angebot - wenig prunkvolle Altstadtgebäude + Schloss als Landmarke		
<b>Erreichbarkeit</b>				
Lage innerhalb Stadtgebiet		+ Altstadtbereich liegt zentral - leicht erhöhte Lage		
Parkplatzangebot und Wegdistanz		+ ausreichend Parkplätze in und um Altstadt - teilweise unklare Zugänge (Marktplatz)		
Rad- und Fusswege		+ mittelgutes Wegnetz zur Altstadt - verkehrsbelastete Strassen rund um Altstadt		
ÖV-Erreichbarkeit		+ gute Bedienung durch Bus / Bahn		
Verbindung zum Bahnhof		+ Distanz gering - Höhendifferenz - unklare Verbindungsachse		
Verbindung zur Haupteinkaufsstrasse		- Verbindung zum Migros Passage wenig offensichtlich - Verbindung Coop mässig attraktiv + Gehdistanzen gering		
<b>Kundenpotenzial</b>				
Einwohnerzahl		+ 23000 Einwohner		
Region		+ regionales Zentrum - Nähe zu Winterthur absorbiert Kunden		
Zentrumsfunktionen		+ Kantonshauptort + Spital / Schulen		
Pendlersaldo		+ 6143 Zupendler / 4223 Wegpendler (1990)		
Konkurrenz an Peripherie		+ Kein grosses Einkaufszentrum - Winterthur in mittlerer Nähe		
Einkaufsverhalten		- eher ländlich und günstig - eher autoorientiert		
Bevölkerungsentwicklung		+ weiteres Wachstum wird erwartet		
Wirtschaftliche Perspektive Region		+ prosperierende Region + Grossraum Winterthur / Zürich		

Die Zusammenstellung ist ein Ausgangspunkt für die weitere Strategiearbeit. Eine Beurteilung der Vorstadt könnte nach gleichem Muster erfolgen, doch scheint die Einkaufszone zu klein, um als solche ein klares Profil zu ergeben.

### **Situation Detailhandel Vorstadt Frauenfeld**

Es ist offensichtlich, dass sich die Situationen in Altstadt und Vorstadt wesentlich unterscheiden. Dazu kommt, dass der derzeit stattfindende Wandel in der Vorstadt zeigt, dass die bisherige klassische Detailhandelsnutzung (Brot, Käse, Fleisch) am Wegbrechen ist. In der Vorstadt wird die Erdgeschossnutzung noch schneller in den Bereich Parakommerz gehen als in der Altstadt. Das muss kein Nachteil sein. Die Frage stellt sich aber, ob es gelingt, eine lebendige Szene an kleinen Läden zu halten, die hier eine Erlebnismgemeinschaft bilden können. Derzeit zeigt sich ein belebtes Bild von mitunter neuen Anbietern, was Hoffnung macht. Umgekehrt wäre ein Wegfall der heutigen Erdgeschossnutzungen ein echtes Problem für diese Strasse, da kaum gute Nachnutzungen zu finden sind und eine Verödung droht. Die empfohlenen Massnahmen im Strategieteil zielen denn auch darauf ab, den heutigen Ladenmix und die kreative Stimmung zu stützen.

### **Verkehrsregime Altstadt**

Es wurde viel diskutiert über die Frage, wie in der Zürcherstrasse der Altstadt am besten mit dem Privatverkehr umgegangen wird. Grundsätzlich muss davon ausgegangen werden, dass es auch in nächster Zukunft keine "Patentlösung" geben wird. Es stehen sich zwei Sichtweisen gegenüber:

- Viele Bewohner Frauenfelds verstehen nicht, warum hier keine Fussgängerzone gemacht werden kann, nachdem dies in anderen Städten funktioniert.
- Das Gewerbe verweist darauf, dass es am Vormittag deutlich besser läuft als am Nachmittag, wenn die Strasse als Fussgängerzone betrieben wird. Daraus schliessen sie, dass eine ganztägige Öffnung eine Verbesserung der Umsätze bringen würde.

Aus Sicht des Netzwerks Altstadt wurde bereits in der Stadtanalyse betont, dass beide Sichtweisen wohl zutreffend sind, dass aber die heutige Ausgangslage eher für eine Öffnung spricht. Die heutigen Läden sind zu schwach, um die Einführung der Fussgängerzone zu meistern, da diese verbunden ist mit einem Rückgang an Frequenzen, die sich erst langfristig, aufgrund der besseren Aufenthaltsqualität, wieder erholen.

Es macht also Sinn, einen Versuch mit einer Begegnungszone für die ganze Altstadt zu machen, wie dies in der Strategie (Kapitel 3) vorgeschlagen wird. Gleichzeitig muss aber eine Reduktion der Parkplätze in der Zürcherstrasse erreicht werden, um die Gesamtgestaltung und damit die immer wieder geforderte Aufenthaltsqualität verbessern zu können. Nach zwei oder drei Jahren braucht es eine Überprüfung dieser Regelung.

## 2.5. Gedanken zum Wohnen

### Wohnnutzung heute

Die Wohnsituation darf in der Altstadt als gut bis sehr gut und in der Vorstadt als mässig bis gut bezeichnet werden. In beiden Stadtteilen steht eine reine Wohnnutzung nicht zur Diskussion. Umgekehrt sind die Erträge aus dem Wohnen immer wichtiger gegenüber den eher rückläufigen Ladenmieten. Es findet eine langsame Nutzungsverschiebung statt.

Für die Eigentümer läuft damit eine Phase der Umorientierung. Sie müssen ihre Liegenschaft neu ausrichten, um die Erträge zu stabilisieren und nach Möglichkeit die wegfallenden EG-Mieten zu kompensieren. In der Regel gelingt das über die Wohnnutzung, die relativ stabile Erträge liefert (vgl. Umfrage Eigentümer) und nicht vom Strukturwandel betroffen ist. Die Büronutzung ist keine Alternative, wie die Umfrage ebenfalls zeigt. 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 oder Vorstadt 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:

	<b>Leitnutzung Detailhandel</b>	<b>Leitnutzung Wohnen</b>
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, bringt Frequenzen	Zurückhaltung bis Ablehnung
Aussenraum	Mehr Raum und Freiheit für Gastronomie und Verkauf. Mehr Parkplätze.	Mehr Sauberkeit und Ordnung, weniger Lärm. Mehr Spielplätze und Aufenthaltsbereiche.

Mit dem Wechsel der Leitnutzung bleibt die Frage offen, wie die Erdgeschosse genutzt werden können. Für den Eigentümer bekommt das Erdgeschoss als Ertragsquelle eine weniger wichtige 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 sichergestellt 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 und allenfalls ihren Nachbarn die Erträge auf dem Obergeschoss mindern.

## Exkurs: historischer Kontext

Altstädte zeichnen sich dadurch aus, dass ein grosser Teil der Häuser alt sind. Dieses Alter wird zum einen als Last, zum anderen als Chance erkannt. Beides muss differenziert betrachtet und entwickelt werden.

Während man das Alter als Last meist in Form von hohen Renovationskosten, Auflagen durch die Denkmalpflege oder verminderten Komfort (Raumhöhe, Belichtung etc) erlebt, sind die Chancen etwas weniger leicht zu erkennen. Man erlebt sie spätestens dann, wenn man versucht, die Wohnungen auf den (Miet-)Markt zu bringen. Dann nämlich werden alle Nachteile der typischen Altstadtwohnung abgewogen gegenüber den Vorteilen. Und bei den Vorteilen sind es vor allem zwei Faktoren, die zählen:

- die stimmungsvolle Umgebung in der Altstadt
- das stimmungsvolle Intérieur einer Altbauwohnung

Der zweite Punkt wird gelegentlich unterschätzt, was zur Folge hat, dass immer wieder Altbausubstanz aus den Häusern verloren geht. Mit jedem Umbau entledigt man sich eines Teils des "alten Zeugs", um eine Generation später feststellen zu müssen, dass genau dieses "alte Zeug" die Menschen von heute fasziniert und für die alten Häuser begeistern lässt:

- alte Öfen und Feuerstellen
- alte Tüfelungen, alte Türen, Beschläge
- Treppenhäuser mit alten Handläufen und geschnitzten Elementen
- Innenhöfe mit verzierten Verglasungen
- etc.



*Die Pflege der alten Bausubstanz zahlt sich langfristig immer aus. Das "Alte" überwindet seinen damaligen Zeitkontext und wird zeitlos. Kombiniert mit modernem Komfort finden solche Wohnungen immer Mieter und lösen teilweise gute Mieten aufgrund des emotionalen Mehrwerts, der in ihnen steckt.*

Es ist ein Ziel der Nutzungsstrategie, den Eigentümern die Werte im Inneren der Häuser klar zu machen. Sind sie einmal verloren, kann man sie nicht mehr zurückholen und muss fortan mit einer "schnöden" neuzeitlichen Wohnung leben, mit dem Unterschied, dass man sie nicht so grosszügig gestalten kann, wie in einem Neubau.

Es geht daher darum, die Eigentümer durch gute Beispiele „auf den Geschmack zu bringen“. Gerade in der Kombination aus Alt und Neu lässt sich sehr viel Charme bei gleichzeitigem Komfort entwickeln. Auch moderne Raumaufteilungen vertragen sich gut mit alter Bausubstanz, sei es in Form von geöffneten Räumen, Galerien oder geöffneten Estrichen.



*Die Kombination von Alt und Neu ist auch mit einfachen Mitteln möglich, wie diese Küche von IKEA in einem alten Haus in Arbon zeigt. Vor allem die Nasszellen müssen heutigen Anforderungen entsprechen. In allen anderen Räumen darf es durchaus rustikal zu und her gehen.*

### **Exkurs: Bewohnte Gassen**

Wo keine privaten Aussenflächen möglich sind, lässt sich manchmal ein Teil der Gasse als privater Aussenraum nutzen. Dies hat auch für die Stadt Vorteile, indem solche Gassen begrünt, belebt und gepflegt daherkommen. Die Umsetzung solcher Lösungen bedarf gewisser Spielregeln. Idealerweise erarbeiten die Bewohner und Hauseigentümer einer Gasse gemeinsam diese Spielregeln und unterbreiten sie der Stadt. Auf diese Weise ist eine gewisse Qualität und Solidarität gegeben.

Bei der Umsetzung gibt es ebenfalls unterschiedliche Wege: Teilweise sind die Aussenflächen nur für das jeweilige Erdgeschoss reserviert, teilweise können alle Bewohner sich auf der Gasse einrichten. Es muss über Möblierung, Abschrankung, Nutzungszeiten und saisonale Lösungen gesprochen werden. Auf jedenfalls beleben solche Diskussionen das Bewusstsein um die Altstadt als Lebensraum.

Beispiele aus anderen Städten zeigen, dass mit dieser Massnahme die Sorge der Anwohner für „ihre“ Gasse steigt und die Lebensqualität erhöht wird.

### **Exkurs: Wohnen im Erdgeschoss**

In wenigen Fällen kann im Erdgeschoss gewohnt werden. Das ist meist dann der Fall, wenn die Fassade noch kleinteilig erhalten ist (ohne grosse Schaufenster) und die Gasse eine gewisse Intimität bietet. Lagen mit viel Publikumsverkehr eignen sich nur bedingt für das Wohnen.

Aus Sicht der gesamten Stadt ist das Wohnen eine wenig attraktive Erdgeschossnutzung, da sie dem Besucher oder Kunden nichts bietet. Daher sollte das Wohnen im Erdgeschoss nur dort gefördert werden, wo die Randbedingungen stimmen und keine attraktivere Nutzung für das Publikum möglich ist. Oft werden die Erdgeschosse für Nebenräume genutzt, wie dies schon früher der Fall war (Abstellräume, Garage, Hobbyräume).

Interessant kann die Wohnnutzung im Erdgeschoss sein, wenn die davor liegende Gasse im Sommer mitgenutzt werden kann (siehe vorheriges Kapitel).



*Das Beispiel aus Rheinfelden AG zeigt, dass eine Entwicklung des Aussenraumes für private Zwecke nicht in einem Widerspruch zum öffentlichen Raum stehen muss, den er belegt.*

### **Die Wohnsituation in der Altstadt Frauenfeld**

Die Altstadt Frauenfeld ist ein hochwertiger Wohnort ohne nennenswerte Schwachpunkte. Die Gassen sind weder mit Verkehr noch mit Nachtnutzungen allzu sehr belastet. Die Häuser sind trotz ihrer historischen Basis gut belichtet und in der Regel auf dem heutigen Komfortniveau. In diesem Sinn ist keine Not vorhanden, um weitreichende Massnahmen zu ergreifen. Auch muss noch nicht über Ersatznutzungen für wegbrechende gewerbliche Nutzungen diskutiert werden.

Umgekehrt sind Potentiale erkennbar, welche das Wohnen noch attraktiver machen könnten. Gerade die Mittulgasse als potentielle Wohngasse oder die Front Richtung Bahnhof bergen erhebliche Potentiale. Hier kann langsam an Qualität dazu gewonnen werden, ohne die heutige Ladennutzung zu stören. Die Workshops mit den Ladenbetreibern zeigten noch eine andere Sicht, nämlich, dass eine verbesserte Wohnqualität den ansässigen Geschäften eher schadet als nütze. Die Befürchtung liegt darin, dass diese teuren Wohnungen von einer Bevölkerungsschicht bewohnt werden, die nicht zu ihrem Zielpublikum gehört (andere Einkaufsgewohnheiten, -zeiten, Lebensmittelpunkt eher am auswärtigen Arbeitsort) und dass das Wohnen die Ladenmieten eher in die Höhe treiben würde. Der Vergleich mit anderen Altstädten lässt diese Gefahren als nicht sehr bedeutend erscheinen. Am ehesten leiden Dienstleister in den 1. Etagen (Coiffeur etc.) unter einer guten Wohnnachfrage. Da aber das Wohnen in der Altstadt Frauenfeld nicht wirklich exklusiv ist, spielt dieser Mechanismus wohl kaum.

## Die Wohnsituation in der Vorstadt Frauenfeld

Wie bereits in der Stadtanalyse dargelegt, profitiert die Vorstadt Frauenfeld von den jeweils strassenabgewandten Seiten der Häuser. Hier sind die eigentlichen Wohnpotentiale, die sich auch am Entwickeln sind. Die Vorstadt bietet zudem den Vorteil, dass hier noch mehr alte Bausubstanz im Inneren der Häuser vorhanden ist. Heutige Renovationen können davon profitieren, indem Alt und Neu stimmungsvoll verbunden werden können. Zusammen mit den Aussenräumen auf der jeweiligen Haus-Rückseite sind so sehr schöne Wohnangebote möglich.

Schwieriger zu nutzen werden die tiefen Erdgeschosse und hangseitigen Untergeschosse auf der Nordseite, die früher gewerblich genutzt worden sind. Hier sind erhebliche Flächen vorhanden, die nicht für das Wohnen genutzt werden können, weil sie keine Belichtung aufweisen. Letztlich muss der Eigentümer hier mit einem günstigen Preis wohnverträgliche Nutzungen ermöglichen. Die Gefahr ist da, dass diese Flächen oder ganze Häuser mit wohnunverträglichen Nutzungen belegt werden.



*Das Wohnen in der Vorstadt hat seine reizvollen Seiten, die nach und nach auch entdeckt werden. Die Häuser bieten in den unteren Etagen allerdings enorme Bautiefen, was schnell die Frage der Nutzung aufkommen lässt. Hier muss darauf geachtet werden, dass keine wohnstörenden Nutzungen einziehen.*

## 2.6. Gedanken zu Kultur und Begegnung

Die unterschiedlichen Formen von Kultur und Begegnung können in ihrer Wirkung auf die Altstadt beurteilt werden. Nicht jede Art von Event nützt der Altstadt, und der Nutzen ist oft beschränkt auf einen Teilaspekt der Altstadt. Nachfolgende Tabelle gibt einen guten ersten Eindruck der positiven und negativen Aspekte der einzelnen Aktivitäten in der Altstadt. Eine weitere Differenzierung ist abhängig von den konkreten Verhältnissen.

Nutzen für die Altstadt :
stark positiv
positiv
leicht positiv
neutral
problematisch (je nach Ausprägung)

Kategorie	Typ	Nutzen für die Altstadt als Einkaufsort	Nutzen für die Altstadt als Wohnort	Nutzen für die Altstadt als Begegnungs- und Identifikationsort
Klassische Kultur	Theater			
	Kino			
Öffentliche Einrichtungen	Bibliothek / Ludothek			
	Begegnungszentren			
	Schulen / Krippen			
	Administration			
Restauration und Unterhaltung	Café / Restaurant			
	Bar / Lounge/ Disco			
	Snack / Kebab			
	Spielsalon			
	Erotische Angebote			
Sport und Spiel	Sportplatz			
	Bad			
	Kinderspielplatz			
	Park / Garten			
Geschäfte	Büro / Dienstleistungen			
	Detailhandel			
	Paraläden			
Veranstaltungen	Event / Fest			
	Markt			
Private Aktivitäten	Vereine und Clubs			
	Wohnen			

Quelle: Netzwerk Altstadt

Man kann festhalten, dass es einige wenige Aktivitäten sind, die für Altstädte problematisch sind. Diese gilt es zu regeln und in einen verträglichen Rahmen zu setzen.

### Kultur und Begegnung in der Altstadt Frauenfeld

Die heutigen Nutzungen im Bereich Restauration, Bar, Kultur in der Altstadt scheinen wohnverträglich und attraktiv zu sein. Zwar wird auch in der Altstadt eine Zunahme der Imbisslokale beobachtet, doch konnte daraus noch kein Trend zu einem Nachtproblem abgeleitet werden. Diskotheken und Nachtlokale, welche stören, scheint es nicht zu geben.

Die ebenfalls vorhandenen Museen, die Bibliothek oder die Märkte sind Nutzungen, die sehr gut zur Altstadt passen. Bei den Märkten mag man bedauern, dass sie nicht in der Altstadt stattfinden, da sie der Stimmung gut tun würden. Ebenfalls wird das Fehlen von mehr Aussenrestauration bemängelt, was aber mit der fehlenden Nischenhaftigkeit der Altstadt zu tun hat. Hier ist ein Potential vorhanden (siehe auch Massnahmenfelder in Kapitel 3).

### **Kultur und Begegnung in der Vorstadt Frauenfeld**

Die Vorstadt lebt noch viel stärker von einer Stimmung, die früher für viele Altstädte typisch war. Hier sind noch Beizen vom alten Format anzutreffen, hier mischt sich der Geruch der Strasse mit den Aktivitäten des Kleingewerbes. Die schlechte Lage hat diese Art Kultur überleben lassen, was heute wieder einen gewissen Reiz darstellt. Parallel dazu sind in der Vorstadt Zeichen von Nachtkultur und heruntergekommenen Etablissements festzustellen. Das kann eine gewisse Romantik aber auch eine Gefahr für das Wohnen darstellen. Es ist denkbar, dass durch eine Handänderung auch eine Rotlichtnutzung einzieht.

In der Summe ist die Vorstadt das wesentlich tolerantere Umfeld als die Altstadt, was gewisse Nutzungen möglich macht, die in der Altstadt nur schwer umzusetzen wären. Umgekehrt muss gerade in der Vorstadt darauf geachtet werden, dass die Wohnnutzung nicht gefährdet wird, da diese die Häuser trägt. Zumindest die Rückseiten (Grabenstrasse) sollen frei von Immissionen und wohnschädigenden Nutzungen bleiben.

## 3. Strategien & Massnahmen

### 3.1. Gesamtstrategie

Frauenfeld befindet sich in einer Wachstumsphase. Die Bevölkerung nimmt zu, Kaufkraft fliesst in die Stadt. Es muss das vorrangige Ziel sein, dass diese Entwicklung der Innenstadt zugute kommt und sie daran teilhaben kann. Dies ist heute keine Selbstverständlichkeit mehr. Der Detailhandel neigt zu grossen Flächen ausserhalb der Zentren und stellt so die ursprüngliche Stadtstruktur in Frage. Auch die weiter anwachsende Mobilität verträgt sich nicht wirklich mit unseren gewachsenen Zentrumsstrukturen und erfordert immer wieder grosse Anstrengungen, um integriert zu werden.

Wir schlagen drei Stossrichtungen vor:

- A. Die Innenstadt stärken**
- B. Einkauf in Altstadt und Vorstadt entwickeln**
- C. Wohnqualität Altstadt und Vorstadt stärken**

Jede dieser Stossrichtung besteht aus mehreren Massnahmenfeldern. Diese sind von der Verwaltung und den betroffenen Akteuren weiter zu konkretisieren und in einen Massnahmenplan zu giessen. Mehr dazu im Kapitel 3.5.

Stossrichtung		Massnahmenfelder
A Die Innenstadt stärken	A1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das System Innenstadt besser vernetzen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Boulevard Rheinstrasse</li> <li>○ Verbindung Bleichequartier</li> <li>○ Schlossplatz / Rathausplatz</li> <li>○ Zugang Marktplatz (neu B3)</li> <li>○ Grabenstrasse</li> </ul> </li> </ul>
	A2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadteingänge definieren:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kreuzplatz</li> <li>○ Schlossbergplatz</li> <li>○ Vorstadt</li> <li>○ Holdertor / Felsenburg</li> </ul> </li> </ul>
	A3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publikumsorientierte Nutzungen stärken, Schlüsselstellen aufwerten:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Detailhandels-Potentiale identifizieren</li> <li>○ aktive Mietersuche/ Innenstadtkoordinator</li> <li>○ Begrenzung peripherer Einkaufsnutzungen</li> <li>○ Schlüsselstellen aufwerten</li> </ul> </li> </ul>
	A4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bessere Verkehrskultur schaffen               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Dominanz MIV reduzieren</li> <li>○ Aussenräume gestalten</li> <li>○ Aufenthaltsqualität erhöhen</li> </ul> </li> </ul>
B Einkauf in Altstadt und Vorstadt entwickeln	B1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhen der Aufenthaltsqualität Altstadt:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gassengestaltung sanft entwickeln</li> <li>○ Aufenthaltsräume schaffen</li> <li>○ Aussennutzungen fördern</li> </ul> </li> </ul>
	B2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schlüsselstellen aufwerten               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bankplatz</li> <li>○ Schlossplatz / Rathausplatz / Holdertor</li> <li>○ Meitlibrunnen</li> <li>○ Redinghaus</li> <li>○ Übergang Altstadt - Vorstadt</li> </ul> </li> </ul>
	B3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkehrs- und Parkierungssituation Altstadt und Vorstadt optimieren               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verkehrslösung Vorstadt</li> <li>○ Begegnungszone Altstadt</li> <li>○ Überprüfen Zufahrt Altstadt</li> <li>○ Nutzung Huber-Parking</li> <li>○ Mobilitätsmanagement Kanton</li> <li>○ Park-Jetons</li> <li>○ Zugang Altstadt von Marktplatz verbessern</li> </ul> </li> </ul>
	B4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positionierung Vorstadt               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ kreative Ecke Frauenfelds</li> <li>○ gemeinsames Marketing / Solidarität mit Vorstadt</li> </ul> </li> </ul>
	B5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erdgeschossnutzungen steuern:               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sensibilisierung Eigentümer</li> <li>○ Flächenmanagement</li> <li>○ Thema Nachnutzungen</li> <li>○ Eigentümer-Apéros</li> </ul> </li> </ul>
C Wohnen Altstadt und Vorstadt stärken	C1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung Mittelgasse und Grabenstrasse</li> </ul>
	C2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Balkonkonzept Altstadt / Vorstadt</li> </ul>

### 3.2. Stossrichtung A: Die Innenstadt stärken



Die Innenstadt ist ein System aus unterschiedlichen Quartieren, das sich gegenseitig stützt. Dargestellt sind die wichtigsten Elemente. Darin soll der Detailhandel und der fussläufige Zentrumsbereich Platz finden. Die einzelnen Bereiche müssen untereinander gut verbunden sein, und die Gesamtausdehnung soll nicht grösser werden.

(Der Wirkungsbereich der Innenstadtorganisation IG FIT geht über den dargestellten Perimeter hinaus).

Die Innenstadt von Frauenfeld besteht aus mehreren Teilen, die miteinander in Verbindung stehen. Die Altstadt und Vorstadt sind Teil dieses Innenstadtsystems. Sie haben ihre Rolle als dominantes Versorgungszentrum verloren. Sie sind aber nach wie vor der wichtigste Ort für die Identifikation von Frauenfeld. Um diese Rolle weiterhin zu erfüllen, müssen Altstadt und Vorstadt Begegnungsfunktionen innehaben und daher in einem starken Austausch mit den anderen Innenstadtbereichen stehen.

Die Altstadt hat ein reges Interesse daran, dass die Innenstadt als Ganzes gut funktioniert. Die Zeit der alten Rivalitäten ist vorbei. Es nützt der Altstadt nichts, wenn die Entwicklung anderer Innenstadtteile behindert wird. Viel mehr geht es darum, durch eine Stärkung der Innenstadt mehr Frequenz zu erzeugen, die auch den Geschäften in den historischen Stadtteilen zugute kommt.

## A1. Das System Innenstadt besser vernetzen

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Integration in Strategie Frauenfeld 2030	Stadtentwicklung		Projekt Sanierung Rheinstrasse

Die einzelnen Innenstadtteile müssen erkannt, entwickelt und besser vernetzt werden. Gleichzeitig muss erkannt werden, was nicht Innenstadt ist oder nicht in diese Richtung entwickelt werden soll. Dabei geht es primär um das Lenken von Kundenströmen über publikumsorientierte Nutzungen.

Die Fläche der Innenstadt und ihre belebten Achsen sind eigentlich zu gross für Frauenfeld. Es kann nicht überall Zentrum sein. Dazu kommt, dass die Lust am Flanieren keine Stärke der Thurgauer ist. Trotzdem kann dieser Perimeter mit seinen Elementen als Basis gelten, auf der aufgebaut werden soll.

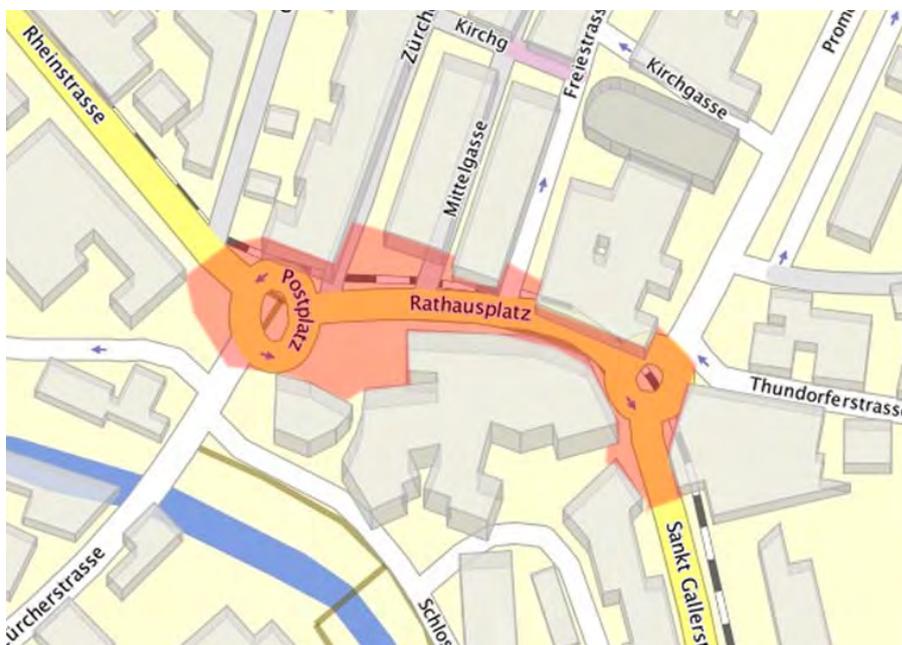
Hauptunterschied zu früheren Innenstadtkonzepten scheint das Erkennen des Gerbereals als identitätsstiftendes und aufstrebendes Innenstadtquartier. Damit schliesst sich quasi der Innenstadtkreis mit der Rheinstrasse als zentrale Achse.

Folgende Handlungsfelder helfen, die Innenstadt zu definieren, zu stärken und zu entwickeln:

- **Bahnhofplatz nach Westen entwickeln und nach Osten abschliessen:** Der Bahnhofplatz ist das Frequenzzentrum der Stadt. Hier ist die grösste Dichte an Menschen, zum einen durch den Öffentlichen Verkehr, zum anderen durch die grossen Verkaufsflächen der Passage. Man kommt nicht umhin, die Innenstadt vom Bahnhofplatz aus zu denken. Gleichzeitig muss seine Entwicklung gesteuert und kanalisiert werden. Um die Innenstadt kompakt und die Fusswege kurz und attraktiv zu halten, muss der Bahnhofplatz nach Westen und nicht nach Osten hin entwickelt werden. Einkaufsnutzungen in den heutigen Kasernenliegenschaften wären die falsche Entwicklung. Viel eher sollte der Platz beim heutigen Park & Ride nach Osten abgeschlossen werden, z.B. mit einem Geschäftshaus.
- **Boulevard Rheinstrasse realisieren:** Die Rheinstrasse ist in der Zeit stehen geblieben. Ihr grosszügiger städtischer Entwurf kontrastiert sich mit heruntergekommenen und zweitklassigen Bauten. Ein Blick auf die Erdgeschossnutzungen und Schaufenster (siehe Kapitel 2.4) zeigt, dass die Rheinstrasse aus mehreren Gründen noch keine Einkaufsachse und damit keine attraktive Zentrumsachse ist. Dies gilt es zu ändern. Die Rheinstrasse muss zum Boulevard von Frauenfeld werden. Sie ist das Herzstück des Zentrumssystems. Sie soll der wichtigste Frequenzbringer für die Altstadt werden. Sie hat das Zeug, der Innenstadt ein städtisches Gepräge zu geben.
- **Am Schlossberg einen Platz bauen, den „Schlossbergplatz“:** Im Schnittpunkt von Rheinstrasse und Bahnhofplatz wird sich ein zentraler Raum für Frauenfeld herausbilden. Hier ist die Drehscheibe der Fussverbindungen. Entsprechend ist es wichtig, den Kunden hier abzuholen, Stadt zu zeigen und die verschiedenen Richtungen anzudeuten, die von hier wegführen. Der Schlossbergplatz (oder wie auch immer er heissen wird) muss mehr werden als ein Stück Durchfahrtsachse. Seine Orientierung muss von Nord-Süd auf Ost-

West und von der Verkehrsfläche zum Aufenthaltsbereich wechseln. An zentraler Stelle könnte zudem ein Pavillon mit einer offenen Café-Atmosphäre entstehen (siehe auch Handlungsfeld A3).

- **Schlossplatz / Rathausplatz / Holdertor vom heutigen Strassencharakter hin zum Platz mit Aufenthaltsqualität entwickeln:** Man befindet sich hier in der Altstadt, ohne es zu merken. Es muss das Ziel sein, aus dem ganzen Platzbereich vom Holdertor bis zum Postkreisel wieder ein Stück Altstadt zu schaffen. Auch wenn derzeit keine einfache Lösung erkennbar ist, muss die Entwicklung weg vom Strassencharakter, hin zum Aufenthaltsbereich gehen. Es muss schrittweise auf eine Koexistenz der Verkehrsteilnehmer hingearbeitet werden. Im Moment erschöpft sich dies an kleinen Massnahmen, später kann die Platzfläche zu einer Begegnungszone werden, trotz Verkehr.



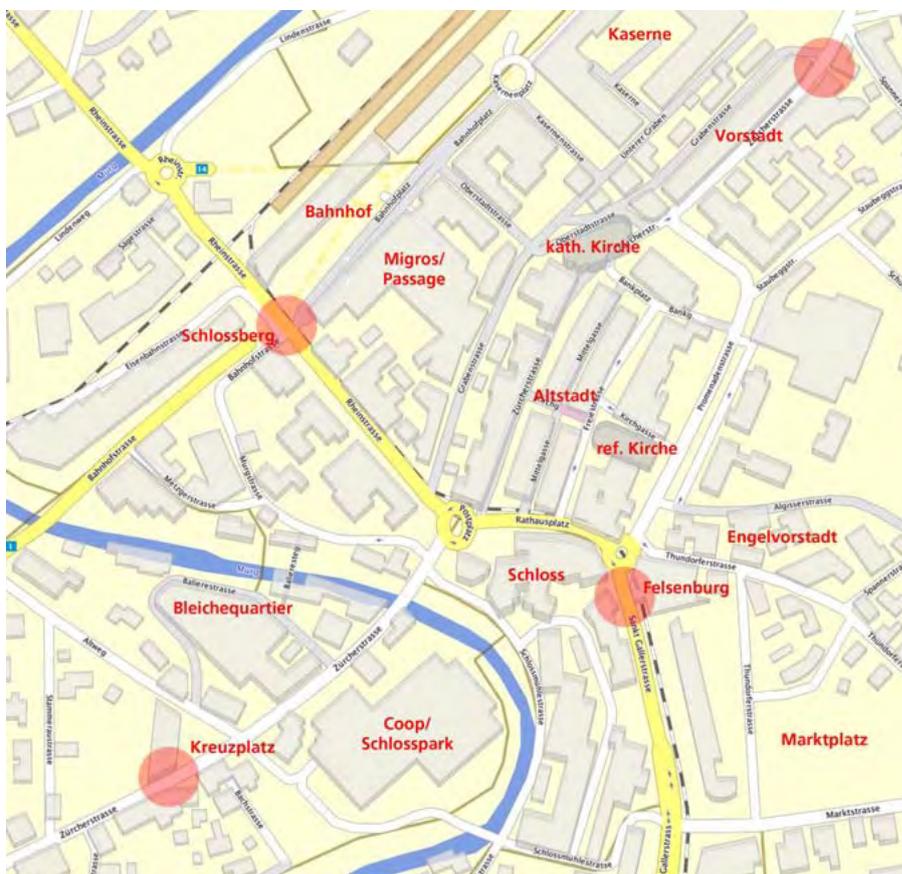
*Der gesamte Bereich von der Felsenburg / Holdertor bis zum Postplatz ist ein Stück Altstadt und sollte nach und nach wieder als Platz erlebt werden. Hier soll dereinst ein Raum zum Schloss, zur alten Post und zum Rathaus möglich werden, der den städtischen Charakter von Frauenfeld neu zeigt.*

- **Bleichequartier als Verbindungsquartier zwischen Bahnhof und Schlosspark/Kreuzplatz entwickeln:** Das Bleichequartier liegt in der Mitte zwischen den grossen Einkaufszentren. Damit ist es prädestiniert für eine Entwicklung. Mit seiner gewerblichen, industriell-romantischen Lage am Wasser bietet es einen hohen Situationswert. Es wundert nicht, dass hier die innovativsten Anbieter zu finden sind. Das Bleichequartier darf die etwas junge Seite Frauenfelds sein, darf noch mehr Aussenraumqualität entwickeln und wird so zum reizvollen Mitglied im Innenstadtsystem.
- **Grabenstrasse zu einem Stück Innenstadt aufwerten:** Die Grabenstrasse zwischen Passage und Rheinstrasse könnte sich mit den laufenden Interventionen (Neubau eines Gebäudes) zu einem willkommenen Stück Innenstadt entwickeln. Hier würde ein Querbezug zur Rheinstrasse und zur Altstadt entstehen, der beiden Seiten nützt.

## A2. Stadteingänge definieren

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Integration in Strategie Frauenfeld 2030	Stadtentwicklung		Verkehrskonzept

Das System Innenstadt ist historisch gewachsen und wurde nicht als solches geplant. Entsprechend heterogen kommt es daher. Industriebereiche, repräsentative Achsen und historische Quartiere bilden ein Gemisch. Umso wichtiger ist es, die Innenstadt über Eingänge erlebbar zu machen. Die Eingänge haben vor allem für den motorisierten Verkehr eine Bedeutung. Sie zeigen den Übergang von der Zufahrtsachse zum Zentrumsbereich an. Sie sind quasi Kulturgrenzen von Land zu Stadt.



Die vier Stadteingänge helfen, die Innenstadt als Zentrum erlebbar zu machen. Gleichzeitig sind sie ein Schlüssel für eine bessere Verkehrskultur im Zentrum.

- **Stadteingang Kreuzplatz:** Der Kreuzplatz ist prädestiniert als stimmungsvoller Stadteingang und grosszügiger Innenraum. Mit seinen historischen Gebäuden und der intensiven Verkaufsnutzung bietet er eine überzeugende Kulisse. Hier muss schrittweise von Strasse Richtung Platz gedacht werden, sodass eines Tages eine Begegnungszone eingerichtet werden kann, die das Zirkulieren von Fussgängern zwischen Coop, Bleichequartier, Altstadt und Kreuzplatz erlaubt. Man stelle sich einen niveaufreien Raum vor, auf welchem Autos langsam zirkulieren können.
- **Stadteingang Vorstadt:** Die Vorstadt ist in sich ein Stadteingang mit ihrer dichten historischen Bausubstanz. Die heutige Strassenlösung negiert dies und schafft einen unerträglichen Konflikt. Hier kann nur

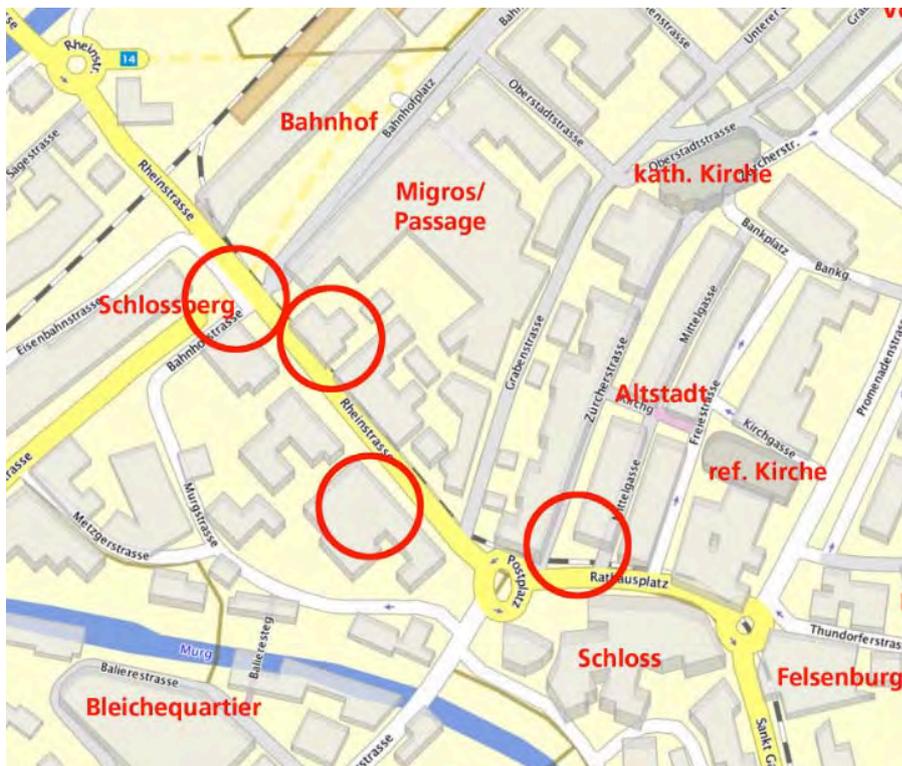
eine Lösung mit einer deutlich verringerten Verkehrspräsenz entstehen. Eine nachfolgende sanfte Gestaltung des Gassenraumes zeigt den Anfang der Stadt an.

- **Stadteingang Felsenburg:** Am Marktplatz ist ein städtebaulicher Eingang entstanden, der aber nicht funktioniert. Das lange Marktplatzgebäude ist trotz grossem Parkplatzangebot kein Einkaufsstandort geworden. Es signalisiert zwar Stadt, aber nicht Innenstadt. Es ist daher sinnvoll, den Stadteingang in Richtung Promenadenkreisel zu verschieben. Hier bilden sich mit der Felsenburg und dem früheren Holdertor eine spürbare Enge und ein Übergang zum historischen Kern.
- **Schlossbergplatz:** Wie bereits erwähnt, kann dieser Ort eine attraktive Rolle als Stadteingang und Drehscheibe wahrnehmen.

### A3. Publikumsintensive Nutzungen stärken, Schlüsselstellen aufwerten

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Detailhandelskonzept Frauenfeld und Region	Stadtentwicklung		Frauenfeld 2030

Das bezeichnete Innenstadtgebiet ist eigentlich zu gross für die Bevölkerungszahl von Frauenfeld und ihrem Einzugsgebiet. Da es aber bereits so existiert, muss man versuchen, die kundenorientierten Nutzungen zu stärken und hierher zu verlagern. Dies ist aufgrund des Wachstums der Stadt und des Flächenbedarfs im Detailhandel möglich, erfordert aber eine aktive Haltung. Allem voran sind es der Detailhandel und die Gastronomie, die hier ihren Platz finden müssen.



Die Schlüsselstellen sollen helfen, die Stadt dort attraktiver zu machen, wo derzeit Schwächen das Gesamtsystem hemmen.

- "Schlossbergplatz" (Pavillon), an der Rheinstrasse
- Rheinstrasse 14/16: allenfalls Ersatzbau und Realisieren einer Erweiterung Passage
- Postgebäude: Ersatzbau für grössere Detailhandelsflächen
- Schlossplatz / Eingang Altstadt: Eingangsreich Altstadt öffnen

Der Schlüssel im System sind zusätzlich grosse Detailhandelsflächen. Ohne diese grossen Flächen läuft man Gefahr, dass die weitere Detailhandelsentwicklung ausserhalb des Zentrums abläuft. Die Stadt muss ein lebendiges Interesse daran haben, dass dies nicht geschieht. Idealerweise sollten diese Flächen an der Rheinstrasse liegen.

- **Detailhandelsnutzung aktiv steuern:** Es ist möglich, die Innenstadt im Bereich Detailhandel gezielt zu entwickeln. Dazu braucht es eine aktive Stadtplanung und einen Innenstadtkoordinator oder zumindest eine Kraft, die klar vorausdenkt und aktiv Ladenbetreiber sucht.
- **Periphere Einkaufsnutzungen begrenzen:** Es kann nicht sein, dass die Stadt sich mit der Einkaufslandschaft Langdorf eine eigene Konkurrenz schafft. Zwar lässt sich das aus Sicht der Nachfrage begründen, doch wiederholt sich damit ein altes Muster: Man gibt das System "Stadt" zugunsten des Systems "Land" auf. Da man die Autokunden aus der Region ansprechen, anlocken will, weicht man vom Zentrumsansatz ab und beginnt, ein zweites Zentrum zu entwickeln. Dies wird trotz Verkaufstypenbeschränkung dem Zentrum Substanz wegnehmen. Es wäre konsequenter, die Nutzung klar auf Fachmärkte im Bereich Möbel, Garten und Bauen zu beschränken und alle andere Anbieter ins Zentrum zu zwingen.
- **Schlüsselstellen aufwerten:** Es gibt einzelne Punkte, wo mit einer Intervention die "Chemie" der Innenstadt beeinflusst werden könnte. Genannt seien:
  - Rheinstrasse: Hier sollte es möglich sein, einzelne Gebäude zu entwickeln oder zu ersetzen. Konkret wird das beim Postgebäude möglich sein. Eine interessante Perspektive würde sich mit dem Ersatz der Bauten Rheinstrasse 14/16 ergeben. Damit würde eine Erweiterung der Passage mit einem neuen Hauptportal zur Rheinstrasse möglich.



*Eine Erweiterung der Passage zur Rheinstrasse hin hätte mehrere Vorteile. Es würden dringend gesuchte grosse Flächen für neue Anbieter entstehen, und die Rheinstrasse hätte den gesuchten Frequenzbringer. Das Projekt würde das System Innenstadt positiv beeinflussen und die Passantenströme in die Rheinstrasse lenken.*

- Thurgauer Kantonalbank: Dieses Gebäude nimmt einen prominenten Platz ein, ist für heutige Verhältnisse aber zu introvertiert. Es wäre schön, wenn hier eine offenere Nut-

- zung entstehen könnte, wie z.B. ein Grand-Café in der Schalterhalle (Beispiel "Unternehmen Mitte" in Basel).
- Pavillon Schlossbergplatz: Der Schlossbergplatz braucht ein Lebenszeichen, sei es die Kantonalbank, sei es ein Pavillon (siehe Fotomontage). Auch die Erdgeschossnutzung im Polizeigebäude könnte attraktiver sein und diese Schlüsselstelle aufwerten.
  - Eingang Altstadt am Postplatz: Hier sollte versucht werden, mehr Leben zu zeigen. Dem "Scharfen Ecken" soll die Fläche beim Brunnen zugewiesen werden. Die Altstadt soll sich hier präsentieren mit Waren und einladender Stimmung. Die Durchlässigkeit für Fussgänger in diesem Platzbereich muss besser werden.



*Der "Schlossbergplatz" besetzt eine Schlüsselstelle im System Innenstadt. Es wäre gut, ihn aufzuwerten und dem Ort eine städtische Atmosphäre mit Verweilqualität zu verleihen. Ein Pavillon mit Café wäre eine mögliche Lösung. (Fotomontage)*

#### A4. Bessere Verkehrskultur schaffen

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Integration in Strategie Frauenfeld 2030	Stadtentwicklung	Kanton	Frauenfeld 2030 Verkehrsrichtplan

Das System Innenstadt ist abhängig von einer besseren Verkehrskultur. Entsprechend ist es bedeutsam, langsam vom Prinzip "Auto" zum Prinzip "Kunde" zu wechseln. Nicht das Auto ist der Kunde, sondern die Person, die damit angereist ist. Hat sie ihr Fahrzeug parkiert, ist sie Passant und erwartet eine attraktive Umgebung. Findet sie diese nicht, wird sie das Zentrum meiden.

Nachdem eine bauliche Lösung im Bereich St.Gallerstrasse / Schlossplatz im 2016 möglich wird (Anpassung Geleise Bahn), tun sich neue Perspektiven auf. Es gibt Beispiele, wo ein Innenstadtbereich mit 15'000 Fahrzeugen pro Tag eine gewisse Lebendigkeit und Wohnlichkeit wieder erlangen konnte

(Köniz, Wabern). Der Schlüssel liegt in der Verkehrskultur. Der Automobilist muss zum "Gast" in der Stadt werden und sein Verhalten der Umgebung anpassen. Das kann über die Stadteingänge versinnbildlicht werden. Ein weiteres Detail liegt in der Strassenmarkierung im Innenstadtbereich. Noch immer ist in Frauenfeld die Strasse zu dominant, die Verkehrsfläche klar verkehrsorientiert.



*Die Schwarzenburgstrasse in Köniz darf als Beispiel gelten, wie in einem Ortszentrum 18'000 tägliche Fahrzeuge auf einigermaßen verträgliche Weise bewältigt werden können. Das niedrige Tempo und die gegenseitige Rücksichtnahme sind die Basis für die Koexistenz.*

Ein Gedankenanstoss zu einer baulichen Altstadtentlastung ist im Kapitel 2.7. gegeben worden.

### 3.3. Stossrichtung B: Einkauf Altstadt und Vorstadt stärken

Es ist klar, dass die Entwicklung der Innenstadt Frauenfelds nicht mehr von der Altstadt oder Vorstadt ausgeht. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Einkaufsnutzungen im historischen Teil immer noch sehr beliebt und identitätsstiftend sind. Es muss daher nach Wegen gesucht werden, wie das Besondere der Altstadt und Vorstadt hervorgehoben und in einen Zusammenhang mit dem restlichen Innenstadtbereich gebracht werden kann. Dazu können folgende Massnahmenfelder helfen:

#### B1 Aufenthaltsqualität der Altstadt erhöhen

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Gestaltungsansatz Altstadt entwickeln	Stadtentwicklung	IG FIT	

Die zentrale Qualität der Altstadt und Vorstadt liegt in ihrer Bausubstanz und dem damit gebildeten Gassenraum. Obwohl Frauenfeld einen intakten historischen Kern besitzt, gilt sie nicht als besonders stimmungsvoll. Das liegt an der teilweise zu gründlichen Renovation der Gebäude, an der wenig überzeugenden Ausrichtung der Gassenräume auf Fussgänger oder am

Fehlen von Nischen und Ecken zum Verweilen. Sowohl in früheren Studien (siehe Kapitel 2.1) wie auch an den Workshops wurde dieser Punkt immer wieder betont. Umgekehrt ist alles da, um die Stärken besser zu zeigen: historische Fassaden, Ausblicke auf Kirche und Schloss, eine ruhige Umgebung.



*Beispiel Sursee: Die Altstadt hat ähnliche Voraussetzungen wie Frauenfeld, kommt aber trotz Autoverkehr und Parkplätzen einladender daher. Cafés, Grün und Brunnen schaffen eine reizvolle Atmosphäre.*

Die **Zürcherstrasse** soll charmanter werden und einzelne Teilräume zeigen. Parkplätze sollen zugunsten von Aussenverkauf und Bewirtschaftung reduziert und für Kurzzeitzwecke reserviert werden. Das neue Verkehrsregime soll Anlass sein, ein neues Gesicht zu zeigen und nicht einfach mehr Verkehr zu ernten. Konkret soll mit den Geschäften und Hauseigentümern auf folgenden Kompromiss per Frühling 2015 hingearbeitet werden:

- Begegnungszone ganze Altstadt
- Zufahrt Zürcherstrasse Mo - Fr 7-20 Uhr, Sa verkehrsfrei
- Zufahrt restlich Altstadt Mo - So 7-20 Uhr, Zubringer frei
- 60 neue Parkplätze im Huberareal
- Reduktion der Parkplätze in der Zürcherstrasse, schaffen von Nischen für Verkauf & Gastro

**Generell soll in der Altstadt der Strassencharakter reduziert und der Aussenraum betont werden.** Strassenmarkierungen sind zu vermeiden. Wo möglich soll ein durchgehender Belag möglich sein, z.B. in der Freiestrasse, wo sich eine Art langer Platz bilden würde, der für Veranstaltungen und Märkte ideal wäre.

**Die Stadt soll grosszügig mit der Nutzung des Aussenraumes sein.** Motto: Was nicht stört, ist erlaubt. Sie soll den Gastroanbietern und Läden Mut machen, den Aussenraum zu bespielen. Denkbar wäre auch ein mobiles Dach, welches in der Altstadt für Veranstaltungen eingesetzt werden könnte und die Durchfahrt der Sicherheitskräfte nicht behindern würde.

## B2 Schlüsselstellen aufwerten

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Gestaltungsansatz Altstadt entwickeln	Stadtentwicklung	IG FIT	

Es sollen an einigen Stellen Entwicklungen eingeleitet werden, die der ganzen Altstadt nützen:

- **Altstadteingang beim Postplatz/Schlossplatz/Rathausplatz sichtbar machen:** Zentrale Stelle der Altstadt ist der Zugang vom Postplatz/ Schlossplatz her. Hier muss den Kunden gezeigt werden, dass es etwas zu entdecken gibt. Entsprechend muss dieser Eingang einladend und attraktiv sein. Sofortmassnahme: Das Restaurant Scharfes Eck soll auf der Brunnenseite Stühle stellen und über die Gasse wirten.
- **Die Läden in der Zürcherstrasse sollen vermehrt Waren zeigen und signalisieren, dass es etwas zu kaufen gibt.** In einer Gesellschaft, wo der Einkauf immer weniger mit Bedürfnis denn mit Lust und Emotion zu tun hat, ist die Auslage ein zentrales Mittel, um überhaupt mit dem Kunden in einen Dialog zu treten. Der Einkauf beginnt also auf der Strasse.



*Die Zürcherstrasse ist noch geprägt vom damaligen Strassencharakter. Es fehlt ihr das Nischenhafte einer Altstadt. Es braucht "Inseln" zum Verweilen: Warenpräsentation und Aussenbewirtschaftung. Gleichzeitig ist die Anzahl der parkierten Fahrzeuge zu verringern, um die Strasse attraktiv zu halten.*

- **Am Bankplatz Aufenthaltsqualität schaffen.** Der Bankplatz bietet vom historischen Kontext und seiner Ausrichtung nach Süden eine ideale Umgebung für eine Aussensitzfläche. Hier wäre ein Kunstcafé mit ein paar künstlerisch gestalteten Sonnenschirmen ideal, das dem Gassenraum Stimmung gäbe. Es reicht, im Sommer drei Parkplätze dafür aufzuheben. In einem zweiten Schritt sollte hier eine echte Platzsituation geschaffen werden, wo Strasse und Trottoirbereich aufgehoben werden und eine einheitliche Materialisierung den Raum sichtbar macht.

- **Gebäude oder Aussenraum Kirchgasse/ Meitlibrunne mit anderen Angeboten füllen:** Dem gefühlten Zentrum der Altstadt fehlt es an Ausstrahlung. Es könnte hier mehr Leben vertragen. Vielleicht lässt sich mit der Raiffeisenbank eine Idee entwickeln, um einen Teil der Fläche für eine Gelateria zu nutzen. Eine andere Idee spricht von einem Pavillon, in dem Gemüse und Frischwaren gehandelt werden. Dies wäre überaus passend für die Altstadt und könnte einen kleinen Angebotsschwerpunkt Essen und Geniessen entstehen lassen.
- **Aussenwirkung des Redinghauses verstärken:** Das stattliche Gebäude läuft etwas unter seinem Wert. Es war einmal das Regierungsgebäude des Kantons Thurgau. Die Nutzung als Copy-Center und Druckerei ist zwar sinnvoll, doch bietet das Erdgeschoss kaum Ausstrahlung. Vielleicht lässt sich hier etwas mehr Leben auf die Gasse hinaus einrichten. Langfristig wäre in diesem Gebäude z.B. ein Boutique-Hotel denkbar.
- **Verbindung Vorstadt-Altstadt bewahren und stärken.** An der Schnittstelle zwischen Altstadt und Vorstadt findet sich ein sensibler Übergangsbereich, der heute durch eine Buchhandlung sehr passend besetzt ist. Dieser Bereich muss weiterhin gepflegt und allenfalls entwickelt werden. Es soll der städtische Raum des Regierungsgebäudes aufgenommen werden.

### B3 Verkehr und Parkierung Altstadt und Vorstadt optimieren

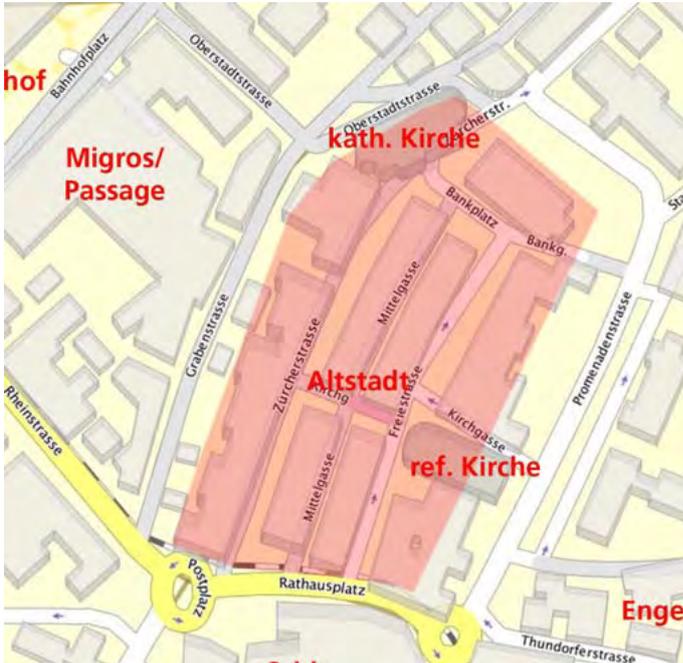
erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Verkehrs- und Parkierungskonzept Altstadt und Vorstadt erneuern	Stadtentwicklung	IG FIT	

Wie auch aus anderen Altstadtsituationen bekannt, dominieren auch in Frauenfeld die Themen Verkehr und Parkierung die Diskussionen. Im Fall von Vorstadt und Altstadt Frauenfeld gilt jedoch: Es hat genug Parkplätze, und die Kunden kommen mit ihren Fahrzeugen leicht zu den Geschäften. Spätestens mit der Eröffnung des Altstadt-Parking (Huber-Areal) mit 60 neuen Plätzen kann dies neu gedacht werden.

Im Laufe der Diskussionen mit den Ladenbetreibern und den Eigentümern haben sich einige Handlungsfelder herauskristallisiert, die es zu verfolgen gilt:

- **Das Verkehrsregime in der Zürcherstrasse Vorstadt ändern.** Die Vorstadt leidet akut unter dem Durchgangsverkehr und muss entlastet werden. Es braucht eine umgehende Besserung, sei es durch eine Einbahnregelung oder eine anderweitige Entlastung. Eine reduzierte Verkehrsbelastung in der Vorstadt könnte auch Entlastung in der Promenade bringen und hier neue Möglichkeiten schaffen, den grosszügigen Strassenraum zu nutzen.
- **Gesamte Altstadt mit einheitlichem Verkehrsregime – Begegnungszone:** Die Altstadt soll gänzlich in eine Begegnungszone umgewandelt werden, kombiniert mit einem Nachtfahrverbot (Zubringer frei). Das heisst, dass versuchsweise die Zürcherstrasse auch nachmittags für den Zubringerverkehr der Kunden zu den Geschäf-

ten geöffnet wird. Ein beschränktes Angebot an Kurzzeitparkplätzen soll erhalten bleiben.



Die Altstadt könnte vom Regime "Begegnungszone" profitieren. Faktisch ändert sich wenig an der heutigen Möglichkeit der Zufahrt, die Verkehrskultur und Rücksichtnahme würde aber besser werden.

Rot: möglicher Perimeter Begegnungszone.

Eine Option stellt der Einbezug des Rathauses und Schlosses in die Begegnungszone dar. Damit würde das Querungsproblem für Fussgänger verringert. Die Integration des Schienenverkehrs dürfte aber eine Knacknuss darstellen.

- **Die Zürcherstrasse am Samstag verkehrsfrei gestalten:** Der Samstag soll verkehrsfrei sein, in der Zürcherstrasse Altstadt und allenfalls Vorstadt. Damit können neue Angebote entstehen, eine andere Aufenthaltsqualität geschaffen und neue Kundenkreise erreicht werden. Die autofreie Zeit kann bereits am späteren Freitagnachmittag beginnen, was die Etablierung eines Wochenendmarktes oder –Apéros erleichtert. Wichtig ist allerdings, dass man den neu gewonnen Raum bewusst bespielt und den Kunden etwas bietet.
- **Auf dem Huberareal steht das Parking Altstadt:** Das neue Parkhaus auf dem Huber-Areal ist eine Chance für Altstadt und Vorstadt. Idealerweise würde man es "Altstadt-Parking" nennen, um zu zeigen, dass man hier für die Altstadt Parkplätze findet. Geschäfte könnten mit der Betreiberin Möglichkeiten für Park-Jetons entwickeln, die sie ihren Kunden abgeben können. Des weiteren sind Plätze für Dauermieter vorhanden, was für die Bewohner aber auch die Arbeitsplätze in der Altstadt und Vorstadt wichtig ist.
- **Die Fussverbindung zwischen Parking Marktplatz zur Altstadt verbessern.** Das Parking Marktplatz liegt direkt neben der Altstadt. Da weder der Zugang durch die Felsenburg noch via die Thundorferstrasse ideal sind, wird es zu wenig genutzt. Die Geschäfte der Altstadt sollten ihre Kunden vermehrt auf diese Möglichkeit hinweisen oder ihnen erwähnte Jetons anbieten. Denkbar sind künstlerische Massnahmen, zusammen mit einer Hochschule oder dem Kunstverein (Skulpturenweg).
- **Die Kantonsverwaltung zu einem Mobilitätsmanagement bewegen.** Die kantonale Verwaltung belegt wichtige Gebäude direkt bei der Altstadt. Aus Sicht einer attraktiven Innenstadt wäre es angezeigt, die Zahl der Verwaltungs-Dauerparkplätze zugunsten von Kundenparkplätzen zu reduzieren. Vor allem die Vorstadt wäre auf

nahe gelegene Parkplätze angewiesen. Ein erster Austausch mit der Verwaltung legt die Vermutung nahe, dass man noch ein recht klassisches Mobilitätsverhalten der Angestellten stützt. Hier wäre ein Umdenken im Sinne eines Mobilitätsmanagements und eine Reduktion des Anteils der Autopendler angezeigt.

#### B4 Positionierung Vorstadt: kreative Ecke Frauenfelds

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Ladenportraits machen Einkaufsführer erstellen	IG Vorstadt	IG FIT	

Die weitere Entwicklung der Vorstadt als Einkaufszone ist ungewiss. Noch ist ein grosser Elan bei den Akteuren vorhanden, den es zu nutzen gilt. Es zeichnet sich aber ein weiterer Verlust von klassischen Läden ab. Teilweise kommen neue, originelle Angebote nach, die in dieser Zone eine interessante Mischung bieten. Da die Umgebung der Vorstadt keine klassische Attraktivität bietet, muss mit einer eigenständigen Positionierung gearbeitet werden. Hier könnten Kreative und Kunsthandwerker zu finden sein. Ein kleiner Einkaufsführer Vorstadt würde in den anderen Innenstadtläden aufgelegt, um diesem Quartier zu helfen.

#### B5 Erdgeschossnutzungen steuern

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Eigentümerapéros organisieren Gute Beispiele kommunizieren	IG FIT	Hauseigentümerverband, Hausverein, Stadtentwicklung	

Die Altstadt und vor allem die Vorstadt haben einen Zustand erreicht, wo die Nachnutzungen von ehemaligen Ladenlokalen gewisse Gefahren für die Laden- und Wohnlage bieten. Zu viele Imbissbuden und Billigshops sind ein Problem. Anlässlich der Workshops wurden mit den Eigentümern Zusammenhänge und mögliche negative Auswirkungen für ihre Liegenschaften diskutiert, die ihnen durch störende Erdgeschossnutzungen entstehen können. Es leuchtete ein, dass es schlauer sein kann, den Ertrag aus dem Erdgeschoss zu reduzieren, dafür aber eine Nutzung zu haben, die zum Umfeld passt. Konkret können folgende Ansätze dienen, um die Nachnutzungen zu steuern:

- Sensibilisierung der Eigentümer durch halbjährliche Eigentümer-Apéros: Austausch zwischen Läden und Eigentümern: anstehende Mieterwechsel, mögliche Interessenten
- Erdgeschossbörse für Altstadt und Vorstadt (Internet / IG FIT)
- Aktives Vermitteln von Ladenflächen durch IG FIT und Gewerbe
- Gemeinsame Vermarktung der EG-Flächen in einer Gasse (Flächenmanagement)
- Thematisierung von guten Beispielen von Nachnutzungen in den Stadtmedien

### 3.4. Stossrichtung C: Wohnen Altstadt und Vorstadt stärken

Wie bereits in der Stadtanalyse dargelegt, unterscheiden sich Altstadt und Vorstadt deutlich, was die Wohnlage angeht. Bei der Wohnentwicklung sind die Unterschiede weniger gross, da beide Lagen Qualitäten aufweisen. Es geht darum, diese Qualitäten situativ zu entwickeln und Potentiale zu erkennen.

#### C1 Entwicklung Mittelgasse und Grabenstrasse

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Gassenclubs organisieren	Stadtentwicklung		Bau- und Zonenordnung

Die beiden genannten Gassen könnten einen wesentlichen Beitrag zur Wohnqualität in der Altstadt und Vorstadt leisten, müssen aber entwickelt werden:

- **Die Mittelgasse aufwerten.** Die Anlieferung und der Warenumschlag in der Gasse sollen weiterhin möglich sein, die Parkplätze für Anwohner und Arbeitende sind nach aussen zu verlegen (Parking Altstadt ab 2015). Das Beispiel aus Altstätten SG zeigt, was an Qualität in dieser Gasse möglich wäre. Damit bietet die Altstadt nicht nur dem Gewerbe eine stimmungsvolle Umgebung sondern auch dem Wohnen.



*Das Beispiel aus Altstätten SG zeigt, dass auch eine schmale Gasse wie die Mittelgasse in Frauenfeld eine wichtige Oase für das Wohnen werden kann.*

- **Die Grabenstrasse zur Wohngasse entwickeln.** Die Grabenstrasse im Bereich der Vorstadt spielt eine wesentliche Rolle bei der Entwicklung der nördlichen Häuserzeile der Vorstadt. Diese Liegenschaften leiden unter dem Verkehr auf der Zürcherstrasse. Um so wichtiger ist die attraktive Rückseite mit Blick auf die Stadt. Es ist zu verhindern, dass die Grabenstrasse eine wohnefeindliche Ent-

wicklung einschlägt z.B. in Richtung Unterhaltung und Nachtbetrieb. Auch störendes Gewerbe ist zu verhindern. Mehr und mehr wird sich hier eine Gartenanlage herausbilden. Die laufenden Interventionen zeigen bereits diesen Trend. Auch der Strassenraum kann zur Wohnstrasse werden. Die heute bestehenden talseitigen Garagenbauten stellen eine Baureserve dar, die eines Tages zum attraktiven Wohnraum mit 1 bis 2 Geschossen werden könnte.



*Das Beispiel Aarberg zeigt, dass die Grabenseiten der Altstädte ein erhebliches Wohnpotential bergen, das sich nach und nach zu einer vertikalen Terrassenlandschaft verwandelt.*



*An der Grabenstrasse im Bereich Vorstadt bietet sich eine Baureserve für ein- bis zweistöckige Wohngebäude an bester Lage. Heute stehen hier Nebengebäude.*

## C2 Balkonkonzept Altstadt / Vorstadt

erste Schritte	Federführung	Mitarbeit	Querbezüge
Konzept erarbeiten mit Denkmalpflege und Hochbauamt	Hochbauamt	Denkmalpflege	

Das Wohnen in der Altstadt leidet traditionell unter mangelnden Aussenräumen und oft auch mangelnder Belichtung. Es ist daher von Interesse, dort Aussenräume zu schaffen, wo keine historische Qualität beeinträchtigt werden muss. Ein im Rahmen der vorliegenden Nutzungsstrategie erfolgter erster Austausch mit der Denkmalpflege hat gezeigt, dass teilweise Potentiale bestehen. Ein zu erstellendes Balkonkonzept könnte Klarheit und dort Freiräume schaffen, wo sie möglich sind.



Ein Balkonkonzept beschreibt die grundsätzlichen Rahmenbedingungen für den Anbau von Balkonen an bestehenden Häusern. In einer ersten Annäherung zeigt sich heute folgendes Bild:

rot: keine Balkone möglich oder sinnvoll

orange: punktuell möglich

grün: in der Regel möglich

### 3.5. Weiteres Vorgehen

Die Umsetzung der Massnahmen erfordert einen koordinierten, gemeinsamen Prozess von Verwaltung, Privaten und Innenstadtorganisation. Der Strukturwandel ist ein langsamer Prozess, ebenso ist es der Prozess seiner Beeinflussung. Schnelle Erfolge sind selten möglich, wenn auch wünschenswert, um Motivation zu erzeugen (siehe Sofortmassnahmen).

Es hat sich bewährt, die Umsetzung dieser Stossrichtungen und Massnahmen koordiniert anzugehen. Im Fall von Frauenfeld kann das heissen:

- Die einzelnen Massnahmenfelder und Teilmassnahmen müssen mit den anderen Projekten und Strategien abgeglichen und vernetzt werden (Frauenfeld 2030, Verkehrsrichtplan, Kultur etc.).
- Die Massnahmen zugunsten der Altstadt und Vorstadt brauchen eine Konsolidierung in einem Umsetzungsplan und eine klare Stellungnahme der Exekutive. Es darf nicht bei Wunschformulierungen bleiben.
- Es braucht eine repräsentative Begleitgruppe für die Anliegen der Altstadt/Vorstadt. Diese Begleitgruppe sollte möglichst aus bestehenden Strukturen gebildet werden.
- Es ist zu überlegen, ob es für die Umsetzung wiederkehrende Mittel im Sinne eines Innenstadtkoordinators braucht (siehe Beispiel Burgdorf). Dies hätte den Vorteil, dass all die kleinen Aktivitäten und Vernetzungsaufgaben von jemand wahrgenommen und angegangen würden.
- Das Netzwerk Altstadt ist bereit, im Sinne eines jährlichen Monitorings den Projektfortschritt gemeinsam zu beurteilen und Anpassungen zu empfehlen.

### Sofortmassnahmen

Jedes Projekt profitiert von sichtbaren ersten Massnahmen. Aus der Fülle der Möglichkeiten sind z.B. folgende Schritte schnell umsetz- oder kommunizierbar:

- Blumen und Aussensitzplätze beim Brunnen am scharfen Eck
- Studentenwettbewerb für ein Pavillon "Schlossbergplatz"
- Namenswettbewerb für diesen Platz
- Aktion sichtbare Waren in der Zürcherstrasse
- Kreativer Einkaufsführer Vorstadt oder Serie von Portraits dieser Läden in frauenfeld.ch
- Begegnungszone Altstadt mit neuem Verkehrsregime
- Parking Huberareal heisst "Parking Altstadt"
- Zwischen Marktplatz und Altstadt entsteht ein Skulpturenweg oder ein Gestaltungswettbewerb "Kunst im öffentlichen Raum"
- Auf dem Bankplatz betreibt der Kunstverein oder ein anderer Anbieter ein provisorisches Aussencafé (allenfalls saisonal)
- Beim Meitlibrunnen gibt es einen Gemüsestand.
- Interner Prozess zum Gestaltungs- und Betriebsansatz Zürcherstrasse Altstadt

Wichtig ist die wiederkehrende kommunikative Begleitung der Überlegungen, Massnahmen und Erfolge, am besten unter einem Label wie "Innenstadt erleben" oder Ähnlichem.

## 4. Verweise

- [1] [www.frauenfeld.ch](http://www.frauenfeld.ch), Stichwort "Frauenfeld 2030"
- [2] [frauenfeld.ch](http://frauenfeld.ch), Einwohnerzeitung. Erscheint vierteljährlich
- [3] Stadtanalyse Frauenfeld, April 2013, Netzwerk Altstadt