



## Botschaft

Datum 7. Mai 2019

Nr. 46

### **Botschaft für einen Nettokredit von 470'000 Franken zur Attraktivierung und Entwicklung der Frauenfelder Innenstadt für vier Jahre (2019 – 2022)**

Frau Präsidentin

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Frauenfelder Altstadt und die erweiterte Innenstadt gehören zu den Kostbarkeiten der Region, mit historischen Gebäuden, mittelalterlichen Gassen und Potenzial für anregende Lebensräume. Eine gesunde und lebendige Innenstadt lebt von den Menschen, die sie aneignen, vom Detailhandel und vom Wohnraum. Wichtiger Treiber attraktiver Stadtkerne ist der Detailhandel. Dieser gehört zu den grössten Arbeitgebern und Ausbildungsinstitutionen in der Schweiz. Das veränderte Arbeits- und Freizeitverhalten sowie technische Entwicklungen wie der Onlinehandel üben seit längerem Druck auf den Detailhandel aus. Rund 150 Detailhandels- und Gastronomiebetriebe sind in der Innenstadt Frauenfeld in den Quartieren Bahnhof, Altstadt, Vorstadt, Rheinstrasse und Kreuzplatz/Bleiche ansässig. Sie bilden das Einkaufs- und Erlebniszentrum der Region mit einem Einzugsgebiet von rund 50'000 Personen.

Durch ihre planräumliche Gestaltung und die Verkehrsfrequenz bietet die Innenstadt und die Altstadt nur bedingt Aufenthaltsqualität. Dies führt zu Abwanderung von Kunden und Geschäften.

Die Erosion des Angebots zieht nachfolgend das Wertschöpfungssystem der Region Frauenfeld in Mitleidenschaft. Regionale Zulieferer verlieren den Absatzmarkt. Umgekehrt weichen regionale Betriebe bei Verlust ihrer Bezugsquellen auf Zulieferer ausserhalb der Region aus.

## **1 Grundlagen - Aufwertung Frauenfelder Innenstadt als Puls für die Region**

Die Frauenfelder Innenstadt wurde aufgrund der geschilderten Situation als eines der Schlüsselprojekte zur Stadtentwicklung definiert. Die Innenstadt wird als Pacemaker der Quartiere und der Region betrachtet und soll deshalb nicht isoliert angegangen werden. Mit dem Ziel, die Innenstadt als pulsierendes Zentrum aufzuwerten, wurde durch das Netzwerk Altstadt in einem kooperativen Prozess insbesondere mit den ansässigen Liegenschaftseigentümern, Gewerbetreibenden und der Stadt eine Nutzungsstrategie für die Altstadt und Innenstadt erarbeitet. Diese Strategie baut auf einer Situationsanalyse aus dem Jahr 2013 und weiteren Studien auf. Ziel der Nutzungsstrategie ist es in der Innenstadt das Einkaufen wie auch das Wohnen zu fördern und die Innenstadt insgesamt aufzuwerten, attraktiver und lebendiger zu machen. Mit dem Projekt soll in der Frauenfelder Innenstadt ein starkes Herzstück mit Ausstrahlung über die Grenzen hinaus für die ganze Region geschaffen werden.

Unter weiterführende Links kann die «Nutzungsstrategie Altstadt und Innenstadt» (2014) für ergänzende beigezogen werden.

### **1.1 Handlungsempfehlungen aus der Nutzungsstrategie Innenstadt (2014)**

Die Nutzungsstrategie verfolgt in ihrer Ausrichtung ein stark wirtschaftliches Interesse. Die Innenstadt wird darin hauptsächlich als «Wirtschaftsmotor» betrachtet: 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 zugutekommt und sie daran teilhaben kann. Die weiter anwachsende Mobilität verträgt sich eher schlecht mit den gewachsenen Zentrumsstrukturen und erfordert grosse Anstrengungen, um ein erträgliches Nebeneinander zu gestalten. Um angesichts dieser Herausforderungen die Innenstadt zu entwickeln, werden in der Nutzungsstrategie drei Stossrichtungen (A-C) verfolgt, welche nachfolgend zusammenfassend beschrieben werden:

#### A. Die Innenstadt stärken:

Die Innenstadt von Frauenfeld besteht aus mehreren Zonen, die miteinander in Verbindung stehen. Diese gilt es gesamtheitlich zu entwickeln und zu profilieren, damit die Innenstadt mehr Frequenz erzeugen kann. Die Altstadt und Vorstadt sind Teil dieses Innenstadtsystems. Sie haben ihre Rolle als dominantes Versorgungszentrum verloren, sind aber nach wie vor wichtigste Identifikationsorte von Frauenfeld. Deshalb müssen Altstadt und Vorstadt Begegnungsfunktionen erfüllen und in einem starken Austausch mit den anderen Innenstadtbereichen und umliegenden Quartieren stehen.

B. Einkauf in der Altstadt und Vorstadt entwickeln:

Die Entwicklung der Innenstadt Frauenfelds geht nicht mehr von der Altstadt oder der Vorstadt aus. 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 Innenstadtgebiet gebracht werden kann.

C. Wohnqualität in der Altstadt und Vorstadt stärken:

Altstadt und Vorstadt unterscheiden sich 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 Potenziale zu nutzen.

## **1.2 Erste Schritte in der Umsetzung - Einführung Begegnungszone Altstadt**

Im Mai 2015 führte der Stadtrat mit Unterstützung der Interessengemeinschaft Frauenfelder Innenstadt (IG FIT – Zusammenschluss aus über 75 Detaillisten, Gastronomie-, Dienstleistungs- und Gewerbebetrieben) in der Altstadt eine Begegnungszone als einjährigen Versuchsbetrieb ein. Ein partizipativer Prozess mit Detaillisten und Gastronomen ist diesem Schritt vorausgegangen. Neben dem neuen Verkehrsregime konnten zahlreiche Massnahmen initiiert werden:

- Beflaggung in den Strassen, Sitzbänke, Strassenraumgestaltung (Punkte) in der Freiestrasse, Musikbox;
- Kommunikation unter dem Motto «Treffpunkt Innenstadt Frauenfeld»
- Aktion der Blachensitze und Tragtaschen;
- GenussThur – Winzerfest «D’Gass voller Gnuss und Klang», Herbst- und Erntefest, Ludofest, Regio Markt;
- Nightshopping, Glühweinstände, neue Weihnachtsbeleuchtung.

Die Altstadt hat dank der Begegnungszone an Raum und Qualität gewonnen. Insbesondere der Samstag veränderte sich in der verkehrsfreien Zürcherstrasse sehr positiv. Eine erste Aufwärtstendenz ist spürbar, insbesondere für die Restaurationsbetriebe. Nun gilt es, diese zu festigen, auszuweiten und an Fahrt zu gewinnen.

2016 wurde die Begegnungszone Altstadt in der Zürcherstrasse und in einem Teil der Kirchgasse definitiv eingeführt.

### 1.3 Handlungsempfehlungen der Metropolitankonferenz Zürich

Die Metropolitankonferenz Zürich, welcher neben dem Kanton Thurgau auch Stadt und Regio Frauenfeld angehören und in den entsprechenden Führungsgremien mitwirken, hat die Wichtigkeit und Tragweite dieser Entwicklungen erkannt und deshalb gemeinsam mit der IG Detailhandel und der Swiss Retail Federation im Jahr 2017 das Projekt «Strukturwandel im Detailhandel» lanciert und dabei folgende Ziele verfolgt:

- Erfolgspotenziale des Detailhandels sowie der Stadt- und Ortszentren als Einkaufsstandorte identifizieren
- Zukunftstaugliche Rahmenbedingungen für den Strukturwandel aufzeigen
- Impulse für die Weiterentwicklung der Branche vermitteln.

Um diese Ziele zu erreichen, wurden die Detailhandelsbranche und ihre Erfolgspotenziale anhand von Kennzahlen und acht Fallstudiengemeinden und -städten (darunter auch Frauenfeld) aus dem Metropolitanraum Zürich analysiert. Aufbauend auf diesen Grundlagenarbeiten wurden Handlungsempfehlungen sowie Massnahmen und konkrete Umsetzungsvorschläge erarbeitet, die den Gemeinden, Städten und Kantonen sowie dem Detailhandel als praxisorientierte Handlungsempfehlungen dienen sollen. Diese lassen sich thematisch in die folgenden fünf Handlungsfelder einordnen:



Abbildung 1: Die fünf empfohlenen Handlungsfelder aus dem Bericht «Strukturwandel im Detailhandel» der Metropolitankonferenz Zürich (2019)

Das Projekt verfolgt den Ansatz, dass sich die Detailhandelsbranche selbst bzw. mit möglichst geringem staatlichem Mitwirken transformieren und sich die öffentliche Hand auf die Weiterentwicklung optimaler Rahmenbedingungen konzentrieren kann. Dem Strukturwandel des Detailhandels ist mit innovativen Ideen zu begegnen und nicht mit protektionistischen Massnahmen. Dabei bildet der direkte Dialog zwischen der öffentlichen Hand, dem Detailhandel und weiteren Akteuren wie den Grundeigentümern eine wichtige Basis für zukünftige Entwicklungen.

Der Schlussbericht vom März 2019 geht auf die aktuellen Gegebenheiten ein, zieht die Erfahrungen aus der Praxis mit ein und macht konkrete Massnahmenvorschläge. Er zeigt auf, dass Zusammenarbeit und neue Schulterschlüsse für die Stärkung des Detailhandels in Stadt- und Ortszentren wichtig sind. Die Handlungsempfehlungen sind als umsetzungsorientierte Vorschläge für Gemeinden, Städte und Kantone sowie für den Detailhandel zu verstehen. Sie wurden in Zusammenarbeit mit Vertreterinnen und Vertretern des Detailhandels, der öffentlichen Hand und der Immobilienbranche erarbeitet und sind daher breit abgestützt.

Die erarbeiteten Handlungsfelder mit ihren Massnahmen und Umsetzungsvorschlägen stellen eine Art Nachschlagewerk dar. Als Ergebnis entstand eine umfangreiche Ideensammlung mit Praxisbeispielen. Es gibt nicht DIE Massnahme, mit welcher der Strukturwandel erfolgreich angegangen werden kann, sondern es kommt auf die richtige Kombination an. Die Massnahmenvorschläge zeigen auf, wie der Strukturwandel des Detailhandels in Stadt- und Ortszentren bewältigt werden soll. Letztlich zeigt sich jedoch, dass jedes Ortszentrum ein Spezialfall darstellt.

Die Handlungsfelder haben unterschiedliche Adressaten. Die grösste Wirkung ist zu erwarten, wenn die Bewältigung des Strukturwandels als Zusammenspiel von Detailhandel, Gastronomen, Grundeigentümern und öffentlicher Hand verstanden wird. Die Kooperationsfähigkeit dürfte das Ausmass der Wirkung wesentlich mitprägen: Je mehr Handlungsfelder geprüft, analysiert und aktiv angegangen werden, desto besser. Der Weg ist das Ziel.

#### **1.4 Prüfung der Projektidee an den Erkenntnissen der Metropolitankonferenz**

Die Stadt Frauenfeld und die IG FIT haben die Inhalte der Nutzungsstrategie mit den Vorschlägen aus dem Bericht Strukturwandel im Detailhandel abgeglichen. Anlässlich eines gemeinsamen Workshops mit betroffenen Amtsleitenden der Stadt Frauenfeld, dem Vorstand der IG FIT sowie Vertretungen der Regio Frauenfeld wurde die bisherige Ausrichtung reflektiert, aktualisiert und an die Empfehlungen der Metropolitankonferenz angeglichen. Es hat sich gezeigt, dass die Aktivitäten rund um die Innenstadt Frauenfeld auf dem richtigen Weg sind. Nachholbedarf besteht aber insbesondere bei neuen Strategien und Geschäftsmodellen im Detailhandel, der Abstimmung im öffentlichen Raum und der Offenheit gegenüber digitalen Hilfsmitteln.

Auch der Einbezug weiterer Kreise ist angezeigt. Zudem braucht es von Politik und Gesellschaft ein Bekenntnis zu einem lebendigen Stadtzentrum, wo auch Emissionen zulässig sind.



Abbildung 2: Angelus Hux und Samuel Zurbuchen (2017), Frauenfeld einst und jetzt: eine Zeitreise in Fotografien. Frauenfeld: Genius

## 2 Projektziele und Zielkundschaft

Mit dem Projektvorhaben verfolgen Stadt und IG FIT in diesem Zusammenhang folgende Ziele:

- ⇒ Durch die Entwicklung einer gemeinsamen Vision und der aktiven und transparenten Pflege eines Dialoges soll mit allen Betroffenen Akteuren und Stakeholdern die Frauenfelder Innenstadt als prosperierendes Wertschöpfungssystem und lebendige Stadt für die ganze Region gestärkt werden.
- ⇒ Der Strukturwandel soll vermehrt durch konzeptionelle, organisatorische, kooperative und vernetzende Aktivitäten und Massnahmen ermöglicht werden.
- ⇒ Die betroffenen Akteurinnen und Akteure (u.a. Mitglieder der IG FIT) sollen aus einer gemeinsamen Vorstellung agieren und ihr Handeln aufeinander abstimmen mit dem Ziel, die Attraktivität und Wertschöpfung der Innenstadt und der Region zu erhöhen.
- ⇒ Die Region Frauenfeld und das weitere geografische Umfeld sollen auf zwei Arten eingebunden werden: Die Bewohnerinnen und Bewohner als Zielkundschaft, die Betriebe und Organisationen als Anbieter und Veranstalter.
- ⇒ Die lokale und regionale Bevölkerung als Kundschaft, Nutzende und Belebende ist in hohem Masse beteiligt und einbezogen.

Zielkundschaft:

- ⇒ Eine breite, bewusst hier verkehrende, eng verbundene Kundschaft: von Kindern bis zu Pensionierten, alle Bildungs- und Einkommensstufen, Zupendlerinnen und Zupendler, (z. B. Kantonale Verwaltung).
- ⇒ Primär aus Stadt und Region, sekundär bis an den See, ins Zürcher Weinland/Schaffhausen, den Hinterthurgau, Mittelthurgau und bis nach Kreuzlingen.

### **3 Teilprojekte Aufwertung Frauenfelder Innenstadt (2019-2022)**

Auf Basis der Handlungsempfehlungen aus dem Projekt «Strukturwandel im Detailhandel» der Metropolitankonferenz Zürich und in Abstimmung mit den Massnahmen aus der Nutzungsstrategie sind für die Aufwertung der Frauenfelder Innenstadt drei Teilprojekte (siehe 3.1 - 3.3) und die Querschnittsaufgabe der Kommunikation und Zusammenarbeit (siehe 3.4) vorgesehen. Zwischen den Teilprojekten sind inhaltliche Überschneidungen zu erwarten. Die übergeordnete Koordination ist daher von grosser Bedeutung.

#### **3.1 Kundenorientierung und Kundenbindung stärken, Weiterbildung für Detaillisten**

In einem dynamischen Umfeld ist Innovations- und Transformationsfähigkeit zentral. Nicht alle Angebote, Formate und Standorte des Detailhandels sind zukunftstauglich. Das Teilprojekt rückt die Detaillisten in den Fokus und soll diese fit für die Zukunft machen:

Ziele:

- ⇒ Gemeinsam mit Fachleuten aus Retail und Onlinehandel werden Gewerbetreibende, Gewerbeverein und Eigentümer in das Wissen um massgeschneiderten Kundenservice und ergänzende Dienstleistungs-Angebote eingeführt und geschult.
- ⇒ Die Bevölkerung wird in «Nachhaltiges Einkaufen», Kreislaufwirtschaft und lebendige Angebotskultur eingeführt und belebt somit die Innenstadt durch Frequenz und Aneignung.

Massnahmenauswahl zur Zielerreichung:

- Weiterbildungen: Bereitstellung und Aufbereitung neuer Informationen und Entwicklungen durch ausgewiesene Fachexperten, Kennenlernen erfolgreicher Konzepte (Kooperationsmöglichkeiten von Dienstleistenden – «Shop-in-Shop»), Trendvorträge.
- Beratungs-Angebote: Unterstützung zur (Weiter-)Entwicklung neuer und bestehender Geschäftsmodelle.
- Retailstrategien: Bewusste Ausrichtung und Erweiterung des «Point of Sale» auf Experience und/oder Convenience.
- Optimierung Öffnungszeiten: Kundenorientiert und zwischen den Branchen (Detailhandel, Gastronomie, Dienstleistung) abgeglichen.
- Fortsetzung von etablierten, erfolgreichen Formaten (vgl. 1.2).

#### **3.2 Digitalisierung und Erreichbarkeit**

Die Digitalisierung bietet dem stationären Detailhandel zahlreiche Möglichkeiten, das Geschäftsmodell zu verbessern, die Kundenkommunikation zu gestalten oder Effizienzsteigerungen zu realisieren. Weiter ist die Erreichbarkeit (mit allen Verkehrsmitteln) nach wie vor ein zentraler Erfolgsfaktor für den stationären Detailhandel. Einerseits geht es darum, dass die

Kundinnen den einzelnen Laden oder die Innenstadt schnell und bequem erreichen können. Andererseits geht es immer mehr auch um die Frage, wie online gekaufte Produkte mit innovativen Logistiklösungen möglichst rasch und umweltschonend zu den Kundinnen gebracht werden können.

Ziele:

- ⇒ Unter Einbezug aller Beteiligten sind Strategien entwickelt, welche die gesamte Palette des «Omni-Channel» unter Berücksichtigung von Erreichbarkeit, Verkehrs- und Parkplatzregime und Bedürfnissen aufzeigen.
- ⇒ Neue Kombinationen von Verkaufs- und Lagerfläche sind getestet und die Logistik in die strategische Zentren-Planung integriert.

Massnahmenauswahl zur Zielerreichung:

- Güterverkehr: Konzeption und Optimierung An- und Auslieferungen in der Zentrumsentwicklung (z.B. Begegnungszone Freie-Strasse); Prüfung Bedarf an innovativen Formen von Abholstationen (z.B. My Post 24) und ressourcenschonende Lieferungslösungen auf den letzten Kilometer der Lieferkette (Stichwort «City Logistik»).
- Hauslieferdienst: Gemeinschaftlich organisiert, mit energieschonenden Verkehrsmitteln – Machbarkeitsstudie und ggf. Pilot.
- Parkplatzangebot: Bessere Nutzungen durch Mehrfachnutzungen, Orientierung des Parkplatzregimes an Kundenbedürfnissen, «Parkleitsystem».
- Anreizsysteme (z. B. Park-Jetons für Kunden, Einkaufsrabatte bei ÖV-Nutzung): Prüfung und Test.

Insbesondere die Massnahmen zur Erreichbarkeit sind in Zusammenarbeit mit dem Departement für Bau und Verkehr zu entwickeln und umzusetzen. So sind einige Massnahmen, die der Innenstadt zu Gute kommen, bereits in Konzepten (z.B. Mobilitätskonzept 2030, Fuss- und Veloverkehrskonzept 2030) und Planungen (z.B. Überarbeitung Parkierungsreglement) vorgesehen oder gar in Umsetzung.

### **3.3 Räumliche Entwicklungsstrategie partizipativ erarbeiten und umsetzen**

Eine zukunftsorientierte Perspektive für das Stadtzentrum ist entscheidend. Dabei sind die räumliche Konzentration und eine nachfragebasierte Angebotsgrösse des Detailhandels und weiterer Zentrumsnutzungen zentral. Die Entwicklung der Innenstadt darf nicht auf den Detailhandel fixiert bleiben. Es geht um ein attraktives, lebendiges Zentrum mit verträglichen, publikumsorientierten Nutzungen.

Ziele:



- ⇒ Unter Berücksichtigung der bestehenden Zentrumstrukturen wird partizipativ mit allen Betroffenen ein Nutzungs- und Aneignungskonzept erarbeitet. Dieses berücksichtigt die Innenstadt als Wohn- und Lebensraum und gewährleistet Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum.

Massnahmenauswahl zur Zielerreichung:

- Nutzungs- und Eventkonzept: Partizipative Erarbeitung von Grundsätzen zur Nutzung des Strassenraums in einem Betriebs-, Nutzungs- und Gestaltungshandbuch/-reglement.
- Räumliche Entwicklungsstrategie Innenstadt: Wohnen, Detailhandel, publikumsorientierte Erdgeschossnutzungen, Gastronomie und alternativen Nutzungen werden mit den (veränderbaren) Nutzungspotenzialen aufeinander abgestimmt und verortet.
- Strategie Shoppingzentren und Fachmärkte: Schärfung der Haltung und Umgang mit anstehenden Entwicklungen.
- Begegnungszone Freie-Strasse: siehe nachfolgender Exkurs.

#### **Exkurs: Begegnungszone Freie-Strasse**

Die heutige Begegnungszone in der Altstadt Frauenfeld ist nur zum Teil offiziell eingeführt und bewilligt (Zürcherstrasse, Mittelgasse, Kirchgasse inkl. Kreuzungsbereich Freie-Strasse). Auf der Freie-Strasse mit Ausnahme des Knotenbereichs Kirchgasse ist die Signalisation derzeit lediglich geduldet. Für die definitive Einführung sind bauliche Massnahmen erforderlich.

Die Aufwertung der Freie-Strasse zu einer definitiven Begegnungszone ist für Entwicklung der Altstadt essenziell. Das Anforderungsprofil an die Aufwertung der Strasse ist durch die breite, interessierte Öffentlichkeit und die Direktbetroffenen (Gewerbe, Detailhandel, Anwohnende, Grundeigentümer, usw.) zu definieren. Dies soll unter anderem im Rahmen der Erarbeitung des Nutzungs- und Eventkonzepts und des geplanten «Stadtlabors» (siehe 4.5) geschehen.

Das so erarbeitete breit abgestützte Anforderungsprofil ist schliesslich in ein Vorprojekt für die Begegnungszone Freie-Strasse zu übersetzen. Für den Projektierungskredit wurde dem Gemeinderat für 2019 eine Botschaft versprochen, welche aufgrund der erwähnten Vorarbeiten zu einem späteren Zeitpunkt (voraussichtlich 2020) vorgelegt wird.

### 3.4 Zeitplan

Für die vierjährige Projektdauer ist für die Teilprojekte folgender Grobzeitplan vorgesehen:

Teilprojekte und Massnahmenauswahl	2018		2019				2020				2021				2022				2023ff	
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		
Kommunikation und Zusammenarbeitskultur als Querschnittsthema		Vorbereitungen	Massnahmenumsetzung																	
Teilprojekt A: Kundenorientierung und Kundenbindung, Weiterbildung		Etablierte Formate	Massnahmenumsetzung																Nachhaltige Weiterführung tragfähiger Lösungen	
Teilprojekt B: Digitalisierung und Erreichbarkeit			Massnahmenumsetzung																	
Teilprojekt C: Räumliche Entwicklungsstrategie		Vorbereitungen	Massnahmenumsetzung																	
«Stadtlabor»			Cafe de Visions																	
Nutzungs- und Eventkonzept			Konzepterarbeitung																	
Begegnungszone Freie-Strasse			Vorprojekt																	
Meilensteine																				
Bewilligung Kanton NRP-Projekt	◆																			
Botschaften GR			◆	Innenstadt			◆	Freie-Strasse												
Reporting Kanton und Stadtrat																			◆	Schlussbericht

Abbildung 3: Grobzeitplan Gesamtprojekt

### 3.5 Kommunikation und Zusammenarbeitskultur

Die gesamte Umsetzung der drei Teilprojekte hat die Stärke, dass sie breit abgestützt und verankert ist. In allen Teilprojekten werden mit den Anspruchsgruppen und den Betroffenen gemeinsam Ideen, Strategien und Konzepte entwickelt. So wird sichergestellt, dass die Menschen (Bewohnerinnen und Bewohner dieser Stadt und der Region, das Gewerbe, die Eigentümer, die Gastronomiebetriebe, Junge, Alte, Zugewanderte und Alteingesessene) an der Belebung der Innenstadt teilhaben. Dazu sind einige Massnahmen vorgesehen, vieles findet jedoch in den oben beschriebenen Teilprojekten und in weiteren räumlichen Planungsprojekten statt:

- IG FIT weiterentwickeln mit weiteren Vertretungen, Projektorganisation/-begleitung.
- «Kümmerer» / City Manager einsetzen (Koordinations- und Impulsstelle).
- Zusammenarbeit der Detailhandelsverbände optimieren und stärken.
- Dialog mit Grundeigentümern über Zentrumsentwicklung führen.
- Vermittlung und Ermöglichung von Zwischennutzungen.
- Partizipative Entwicklung der Liegenschaftenstrategie Stadt Frauenfeld
- Aktive Immobilien- und Boden-Politik der öffentlichen Hand.
- Monitoring Entwicklung Detailhandel, Gewerbe und Wohnen in Innenstadt im Rahmen der Berichterstattung zum Projekt der Neuen Regionalpolitik (NRP).

## **4 Rahmenbedingungen**

Bei der Projektausrichtung und -abwicklung gelten folgende Rahmenbedingungen und Handlungsgrundsätze:

### **4.1 Nachhaltigkeit**

Mit diesem Projekt nimmt die Stadt Frauenfeld zusammen mit der IG Fit die Zukunft in die Hand. Mit dem vorliegenden Projekt werden Grundlagen für eine nachhaltige Entwicklung der Frauenfelder Innenstadt geschaffen. Es wird sichergestellt, dass tragfähige Lösungen zur nachhaltigen Weiterführung nach Projektabschluss erarbeitet werden.

### **4.2 Start des Projektes**

Der Projektstart hat gemäss Beschluss des Kantons 2018 stattgefunden. Die Aufgleisung und Initiierung des Projekts ist Bestandteil des Prozesses. Dennoch sollen möglichst bald weitere konkrete Ergebnisse vorliegen. Im Herbst 2019 soll als eigentlicher Start für die weitere Projektumsetzung eine Fokusveranstaltung Innenstadt stattfinden, an welcher öffentlich über die Ziele des Projekts informiert und die Handlungsfelder mit allen Beteiligten und Interessierten reflektiert werden. Dabei ist vorgesehen, die relevanten Kräfte zur Entwicklung der Innenstadt – wie unter 3.4 beschrieben – einzubinden und in einem kollaborativen Prozess Projekte und Massnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

### **4.3 Koordinations- und Impulsstelle**

Die Koordinations- und Impulsstelle dient als Schnittstelle zwischen den Partnern sowie als Vernetzungs- und Koordinationsplattform. Wichtige Massnahmen an den Schnittstellen Stadt- und Regionalentwicklung, Innenstadt-Gewerbe und Umfeld-Akteure werden durch die Stelle operativ umgesetzt. Bei weiteren Massnahmen übernimmt die Stelle eine unterstützende Funktion. Die Tätigkeit der Koordinations- und Impulsstelle beinhaltet keine hoheitlichen Funktionen und erfolgt in enger Abstimmung mit der Projektträgerschaft. Die Projektinhalte sind zum Startzeitpunkt des Projekts nicht abschliessend definiert, liegen aber im Rahmen von NRP-Projekten. Für eine verbindliche Projektabwicklung und ein einheitliches Projektreporting werden gängige Projektmanagement-Instrumente eingesetzt.

In Zusammenhang mit Vakanzen im Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung bestand im Jahr 2017 die Option, das auf vier Jahre beschränkte Teilpensum von rund 35 Stellenprozenten bei der Stadt anzusiedeln. In Anbetracht der notwendigen fachlichen Kompetenzen sowie der vorhandenen Arbeitsbedingungen wurde in Absprache mit der IG FIT diese Lösung gewählt. Damit kann letztlich auch eine weitere Koordinationsschnittstelle eingespart werden.

#### **4.4 Ausrichtung**

Dieses Projekt ist im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) mit Unterstützung von Kanton und Bund auf eine Umsetzungsdauer von vier Jahren ausgerichtet. Ein wesentliches Anliegen besteht darin, die Direktbetroffenen in die Arbeiten einzubeziehen, insbesondere das ansässige Gewerbe. Als Einkaufszentrum der Region betrifft die Innenstadt nicht nur die Stadt, sondern zieht den funktionalen Bereich der Region mit ein.

Die angestrebte Vorstellung von Altstadt und Innenstadt stellt eine grosse Herausforderung dar und erfordert entschlossenes wie koordiniertes Vorgehen aller Beteiligten. Der Massnahmenplan soll mit folgenden Grundprinzipien des Zusammenwirkens umgesetzt werden:

- Jeder Akteur in der Innenstadt ist für seine Kernaufgabe eigenverantwortlich und hat eigene Einflussbereiche und Kundschaften – deshalb können Interessen divergieren und deshalb ist für den Kernbereich keine Unterstützung durch öffentliche Mittel vorgesehen.
- Die Abstimmung unter den Akteuren soll aus dem Streben nach Lösungen mit gemeinsamem Nutzen entstehen (Win-Win), um eine möglichst hohe Gesamtwirkung zu erreichen.
- Das Finden und Entwickeln des gemeinsamen Nutzens beginnt bei den einzelnen Akteuren. Eine wichtige Rolle kommt dabei der Stadtentwicklung Frauenfeld sowie der Koordinationsplattform IG FIT zu, die ein Ohr für die Akteure der Innenstadt haben und sie untereinander vernetzen.
- Stadtentwicklung, IG FIT und weitere Akteure verfolgen gemeinsam die Umsetzung der geplanten Massnahmen und informieren sich sowie die involvierten Akteure regelmässig über den Stand der Arbeiten.

#### **4.5 Explizites Beispiel eines partizipativen Vorgehens**

Wie bereits unter 3.4 dargestellt wurde, liegt die innovative Kraft dieses Vorhabens darin, dass die Bevölkerung und alle Involvierten in die Ausführung einbezogen werden. Dies ist ein erfolgsversprechendes Vorgehen, denn die Menschen entwickeln da Bezug und Identität, wo sie eingebunden werden, tätig sein können und ihre unmittelbare Lebenswelt verstehbar, logisch und den Bedürfnissen entsprechend ist. In diesem Sinne soll mit der Bevölkerung zusammen und allen Anspruchsgruppen die Innenstadt zu einem lebendigen Ort gestaltet werden.

Die Innenstadt ist das pulsierende Herz der gesamten Stadt, der Quartiere und der Region. Dies darf durchaus als Wechselwirkung verstanden werden, als Befruchtung, als Motor, als Inspiration. Das Innenstadtprojekt nimmt dies zum Anlass, auch forschend tätig zu werden. Ab Juni 2019 wird Frauenfeld zu einem «Stadtlabor»:

Mit dem «Stadtlabor» sollen unter anderem die in der Vergangenheit von Externen durchgeführten Bevölkerungsbefragungen kritisch gespiegelt werden. In diesen Erhebungen kann jeweils nur ein kleiner Aspekt der Anliegen dargestellt werden, da vorformulierte Fragen eingrenzen und nur einem bestimmten Teil der Bevölkerung zugänglich sind. Vorteilen wie schnelle Ergebnisse, praktische Handhabung, Kosteneffektivität und Anonymität, die eine standardisierte Befragung mit sich bringen, stehen viele kritische Aspekte gegenüber. So werden Fragebogen nur bedingt ehrlich ausgefüllt, Fragen werden unterschiedlich interpretiert, Gefühle und Bedeutung können nicht übermittelt werden, Antworten haben Hintergedanken, Fragen werden nicht vollständig beantwortet und verlieren somit ihre Aussagekraft. Letztendlich sind Fragebogen nicht barrierefrei. An diesem Punkt setzt die Argumentation an. Mit einem «Stadtlabor» nähert sich die Stadt Frauenfeld der Bevölkerung und allen kurzfristigen Nutzerinnen und Nutzern (z.B. Kantonale Verwaltung) und tritt mit ihr auf Augenhöhe in einen Dialog, um zu erfahren, welche Anliegen, Potenziale und Interessen bestehen.

Eine konkrete Massnahme aus dem «Stadtlabor» ist das «Café des Visions», welches angekündigt auf öffentlichen Plätzen erscheint. Ziel ist es, implizites Wissen der Bevölkerung in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld abzuholen und daraus eine sogenannte Wunschkarte zu erstellen. Die Idee wurde aus dem Wissen entwickelt, dass Gestaltung die Nutzung von Räumen ermöglichen, aber auch verhindern kann (z.B. fixe Möblierung).



Abbildung 4: Café des Visions in der Stadt Zug 2012

## **5 Projektorganisation**

Um gemäss den definierten Teilprojekten weitere Massnahmen zur Stärkung der Innenstadt angehen zu können, hat die Stadt Frauenfeld gemeinsam mit der IG FIT beschlossen, beim Kanton Thurgau ein Finanzierungsgesuch für Projekte der Neuen Regionalpolitik (NRP) gemäss Umsetzungsprogramm 2016-2019 einzureichen. Damit sollen Massnahmen für die nächsten vier Jahre (und darüber hinaus) sichergestellt werden. Der Kanton hat dieses Gesuch am 26. Oktober 2018 gutgeheissen.

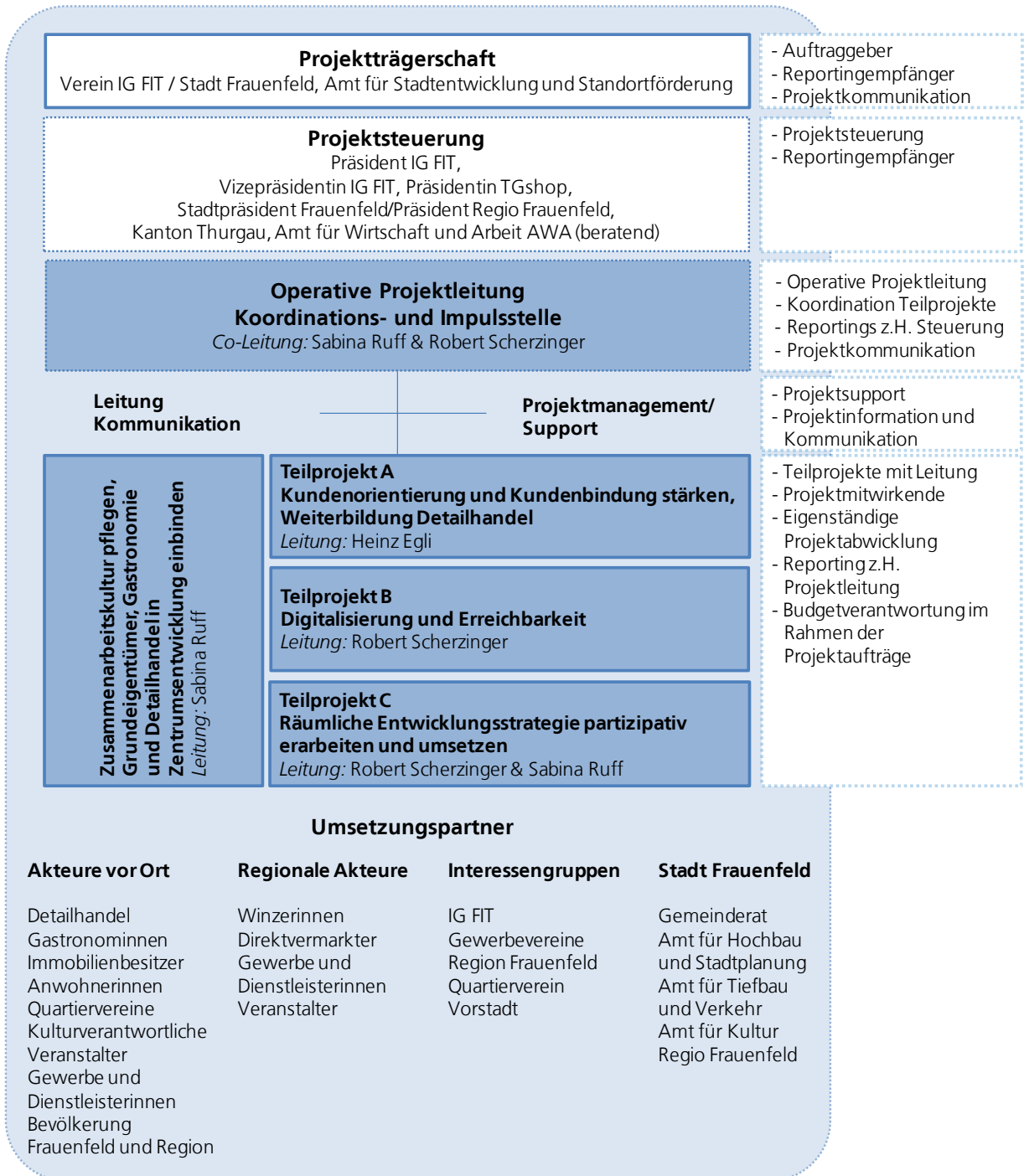


Abbildung 5: Organigramm Gesamtprojekt

Die Projekte folgen einer strukturierten Projektabwicklung mit starker Betonung von Kreativitäts- und Innovationscharakter. Durch Monitoring und regelmässiges Reporting zuhänden Stadtrat und Kanton – mit Aussicht auf finanzielle Unterstützung – besteht ein gewisser Erfolgs- und Realisierungsdruck.

Auch wenn die Ergebnisse zu Projektbeginn relativ offen sind oder sich Aufgabenstellungen im Projektverlauf ändern können, hat die Stadt Frauenfeld bzw. die bei ihr angesiedelte Geschäftsstelle Regio Frauenfeld bisher positive Erfahrungen mit Projektunterstützungen im Rahmen der Neuen Regionalpolitik gemacht. Es sind dies:

- Kooperatives Regionalmarketing Regio Frauenfeld (RegioPlus, 2002 - 2005)
- Effiziente Gemeinden als Faktor der wirtschaftlichen Entwicklung (2008 - 2011)
- Umsetzung Erfolgsfaktoren Regio Frauenfeld (2012 – 2015).

## 6 Kosten und Finanzierung der Massnahmen für die Jahre 2019 – 2022

Der finanzielle Umfang zur Innenstadtentwicklung zeigt sich für die Jahre 2019 bis 2022 wie folgt (CHF):

<b>Kosten Teilprojekte (gemäss Kapitel 3)</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Durchschnitt pro Jahr</b>
A Kundenorientierung und Kundenbindung stärken, Weiterbildung	180'000	45'000
B Digitalisierung und Erreichbarkeit	60'000	15'000
C Räumliche Entwicklungsstrategie partizipativ erarbeiten	270'000	67'500
Zusammenarbeit, Koordination, Organisation, Kommunikation	260'000	65'000
<b>Total Aufwand</b>	<b>770'000</b>	<b>192'500</b>

<b>Finanzierung</b>	<b>Gesamt</b>	<b>Durchschnitt pro Jahr</b>
Beitrag Bund und Kanton, bewilligt (RRB vom 26. Oktober 2018)	200'000	50'000
Beitrag IG FIT, zugesichert	100'000	25'000
Beitrag Stadt	470'000	117'500
<b>Total Ertrag</b>	<b>770'000</b>	<b>192'500</b>

Die Aufwendungen stellen eine Kostenschätzung dar, ohne die Projektinhalte abschliessend im Detail zu kennen. Für die gesamte Projektdauer besteht so ein gewisser Spielraum, auf aktuelle Entwicklungen in den Handlungsfeldern zu reagieren. Es kann dennoch möglich sein, dass allfällige im Prozess entstehende Bedürfnisse über diese Projektauslösung hinaus separat und



ordentlich zu budgetieren sind. Im aufgeführten Kostenrahmen sind insbesondere allfällige weiterführende, bauliche Massnahmen nicht enthalten.

Die Kostenbeteiligung der Stadt beträgt 61 Prozent, jene durch Dritte 39 Prozent. Der Eigenaufwand der IG FIT und der einbezogenen Akteure erfolgt als Arbeitsstunden in erheblichem Umfang und ist Teil des NRP-Projekts. Die Arbeitsleistung der Stadt erfolgt innerhalb des bestehenden Stellenetats.

Der Aufwand zur Aufwertung und Entwicklung der Innenstadt wurde in den letzten Jahren im Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung gesamthaft mit jährlich rund 100'000 Franken budgetiert. Dieser Rahmen würde für die nächsten vier Jahre leicht erhöht weitergeführt, nun aber dank Einbezug und Mitarbeit der Akteure in wesentlich stärkerem Umfang und mit angestrebt grösserer Wirkung.

## **7 Erwägung**

Der Stadtrat beantragt dem Gemeinderat, die finanziellen Bemühungen der Stadt zur Förderung des Schlüsselprojekts Innenstadt im bisherigen Umfang, neu organisiert weiterzuführen. Das Gesuch zur Projektunterstützung im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) wurde im Bereich der minimal erforderlichen finanziellen Beteiligung gestellt. Mit den bereits zugesicherten Beteiligungen von Kanton und IG FIT sowie den bisherigen Budgetierungen der Stadt konnte so eine zusätzliche Finanzierung auf bestehendem Budget (siehe erreicht werden.

Der Stadtrat ist der Meinung, dass für die Innenstadt als gesellschaftliches und wirtschaftlich bedeutendes Zentrum von Stadt, Region und Kanton in der aktuellen Situation ein starkes Zeichen zu setzen ist.

Frau Präsidentin

Sehr geehrte Damen und Herren

Aufgrund der Ausführungen stellen wir Ihnen folgende

**A n t r ä g e:**

1. Zur Stärkung und Entwicklung des Regionalzentrums Frauenfeld wird für die Dauer des NRP-Projekts ein Bruttokredit von 770'000 Franken, für die Stadt netto von 470'000 Franken, gesprochen.
2. Die Koordinations- und Impulsstelle Innenstadt wird beim Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung im Rahmen des Projekts kostenneutral angesiedelt.

- - -

Die Vorlage geht an das Präsidium des Gemeinderates mit der Einladung, das Geschäft der zuständigen Geschäftsprüfungskommission zur Vorberatung, Berichterstattung und Antragstellung im Gemeinderat zuzuweisen.

Frauenfeld, 7. Mai 2019

NAMENS DES STADTRATES FRAUENFELD

Der Stadtpräsident

Der Stadtschreiber

**Weiterführende Links:**

- Nutzungsstrategie Altstadt und Innenstadt, Netzwerk Altstadt, Januar 2014 (www.stadtentwicklung-frauenfeld.ch unter „Aufwertung Innenstadt“)
- Metropolitankonferenz Zürich: «Strukturwandel im Detailhandel», März 2019 (<http://www.metropolitanraum-zuerich.ch/themen/wirtschaft/strukturwandel-im-detail-handel.html>: Arbeitsbericht Handlungsempfehlungen und Broschüre)
- Zukunftsbild 2030+ Innenstadt / Altstadt, van de Wetering Atelier für Städtebau, 16. November 2017 (www.stadtentwicklung-frauenfeld.ch unter „Aufwertung Innenstadt“).