

Medienmitteilung

St.Gallen, 24. Januar 2018

Werkstattbericht «Zukunft St.Galler Innenstadt»

Wie kann dem Strukturwandel und dem veränderten Einkaufsverhalten in der Innenstadt wirksam begegnet werden? So lautet die Frage, mit der sich das von der Stadt und den St.Galler Wirtschaftsverbänden ins Leben gerufene Projekt «Zukunft St.Galler Innenstadt» seit Juli 2016 beschäftigt. Aufbauend auf dem ermittelten Zukunftsbild wurde ein Massnahmenplan mit zehn Massnahmenfeldern erstellt. Die Arbeitsgruppen der einzelnen Massnahmenfelder haben im Sommer 2017 ihre Arbeit aufgenommen, erste Zwischenresultate liegen vor. Detaillierte Ergebnisse werden am nächsten Forum vom 4. April 2018 präsentiert.

Insgesamt wurden im Schlussbericht der Analysephase im Juli 2017 zehn Massnahmenfelder zur Attraktivitätssteigerung der St.Galler Innenstadt definiert. Die Arbeitsgruppen, bestehend aus Fachexpertinnen und Fachexperten sowie Personen, die sich freiwillig für unsere Innenstadt engagieren möchten, haben sich mittlerweile mehrmals getroffen und Massnahmen zur Umsetzung ausgearbeitet. Bis Ende Oktober 2017 wurden die zur Umsetzung geplanten Massnahmen in Form von Projektaufträgen der Projektleitung zugestellt, geprüft und verabschiedet. Die Arbeitsgruppen beginnen nun mit der Konzeption zur Umsetzung der Massnahmen. Resultate werden am ersten Forum der Umsetzungsphase vom Mittwoch, 4. April 2018, 17.30 bis 19.30 Uhr im Kongress-Hotel Einstein St.Gallen präsentiert.

Der Anlass ist öffentlich, der Eintritt ist für alle Interessierten frei.

Um eine Anmeldung wird gebeten: <https://www.stadt.sg.ch/zukunftinnenstadt>

Weiterführend ein Überblick zum Inhalt und Stand der einzelnen Massnahmenfelder.

City Manager

Die Schaffung einer Anlaufstelle für die Innenstadt in Form eines «City Managers» erleichtert die Koordination der Bedürfnisse der verschiedenen Akteure in der Innenstadt und schafft einen integrierten Auftritt gegen aussen. Die Arbeitsgruppe leistet hier Pionierarbeit. Eine Koordinationsstelle in dieser Form ist in der Schweiz ein Novum. Fragen, die dementsprechend noch geklärt werden müssen, betreffen unter anderem die Rolle, die Organisationsstruktur beziehungsweise die Finanzierung des «City Managers». Die Arbeitsgruppe ist zuversichtlich, dass bereits bis Sommer 2018 erste Eckpunkte für die Schaffung der Koordinationsstelle präsentiert werden können.

Digitale Vernetzung

Die Zukunft ist vernetzt. Online-Shopping stellt bekanntlich eine grosse Konkurrenz zum stationären Detailhandel dar. Die Digitalisierung bietet aber auch Chancen zur Umkehrung dieses Trends. In Zusammenarbeit mit der Fachhochschule St.Gallen (FHS) soll im Rahmen eines Innosuisse-Projekts¹

¹ Innosuisse ist die Schweizerische Agentur für Innovationsförderung. Sie fördert wissenschaftsbasierte Innovationsprojekte und bringt Schweizer KMU mit Forschungspartnern zusammen.

eine Plattform entstehen, die es innerstädtischen Betrieben ermöglicht, über eine digitale Vernetzung die Identifikation und Verbundenheit der Bevölkerung mit der Innenstadt zu stärken, diese zu beleben und Kaufimpulse auszulösen. Zurzeit wird die Einreichung des Projekts bei der Innosuisse vorbereitet. Der Projektstart ist für den Sommer 2018 geplant.

Koordination und Kommunikation

Die Koordination zwischen den einzelnen Arbeitsgruppen ist essentiell zur Nutzung von Synergien zwischen den Massnahmenfeldern. Weiter wird die Organisation von Foren und weiterer Meetings sowie die Kommunikation über den Stand des Projekts durch die Standortförderung mit der Unterstützung von Pro City vorgenommen. Schwerpunkte des Massnahmenfelds sind die Organisation der Foren der Umsetzungsphase, die Führung des Projektbüros sowie die Kommunikation.

Nutzung und Gestaltung Aussenraum

Dieses Massnahmenfeld sucht nach Lösungen, wie die Nutzung und die Gestaltung des Aussenraums, sowohl auf öffentlichen als auch auf privaten Plätzen, den sich verändernden Bedürfnissen angepasst werden kann. Dabei geht es um grundlegende konzeptionelle Arbeiten, die von der Arbeitsgruppe vorgenommen werden. So sollen Gastronomiekonzepte, Bewilligungsverfahren sowie Gebühren für die Nutzung von öffentlichem Grund geprüft und die Positionierung bereits bestehender Märkte oder Gestaltungselemente hinterfragt werden.

Öffnungszeiten

Das Konsumverhalten der Bevölkerung hat sich verändert. Der rund um die Uhr verfügbare Onlinehandel sowie begünstigende Regelungen in den benachbarten Kantonen und dem nahen Ausland, setzen das traditionelle Geschäftsmodell der Innenstadt-Geschäfte immer stärker unter Druck. Die geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen tragen diesen Veränderungen nur bedingt Rechnung. Gleichzeitig müssen jedoch auch die Bedürfnisse der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer berücksichtigt werden. Die Arbeitsgruppe des Massnahmenfeldes strebt deshalb primär keine Erweiterung der gesetzlich erlaubten Öffnungszeiten an, sondern vielmehr die Möglichkeit diese flexibler zu gestalten. Der Arbeitsgruppe ist bewusst, dass für solche Anpassungen die Interessen und Vorbehalte aller Akteure berücksichtigt werden müssen. Der politische Prozess für Anpassungen von gesetzlichen Grundlagen soll dieses Jahr gestartet werden.

Parkierungssituation

Es wird immer wieder geltend gemacht, dass teure, ungenügend ausgeschilderte oder fehlende Parkplätze in der Innenstadt für Kundinnen und Kunden sowie Gewerbetreibende, Gründe für das vermehrte Fernbleiben von Laufkundschaft in der Innenstadt sind. Anhand von vier Teilprojekten will die Arbeitsgruppe des Massnahmenfeldes die genauen Herausforderungen des momentanen Zustands prüfen und notwendige Anpassungen aufzeigen sowie nach Möglichkeit anschliessend umsetzen. Die vier Teilprojekte behandeln den Warenumschlag, die Lieferung an Endkunden, die Parkiersituation für Handwerker und andere Dienstleistungsbetriebe sowie die Möglichkeiten zur Vergünstigung der Parkiergebühren durch Dritte. Bereits nach dem Forum soll mit der Umsetzung erster Massnahmen begonnen werden.

Signaletik

Das Hauptaugenmerk dieses Massnahmenfeldes liegt auf der Weg- und Hauptstromführung zur und durch die Innenstadt sowie den Informationsmöglichkeiten für ortsfremde Besucherinnen und Besucher. Dabei soll auch gewährleistet werden, dass die Beschilderungen ein einheitliches Erscheinungsbild aufweisen und Ortsunkundige sich besser über Attraktionen und aktuelle Aktivitäten infor-

mieren können. Dieses Massnahmenfeld wurde in der Priorisierung zurückgestuft, da bereits diverse Aktivitäten gemeinsam mit verschiedenen Akteuren vorangetrieben werden. So zum Beispiel im Stiftsbezirk im Rahmen des UNESCO Weltkulturerbes oder im Rahmen der Erneuerung des Bahnhofplatzes.

Smart Mobility als Attraktion

Technische Innovationen, wie zum Beispiel ein autonom fahrender Shuttlebus, können als Attraktionen mit nationaler oder sogar internationaler Ausstrahlung für eine Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Stadt St.Gallen sorgen. Technische Abklärungen haben allerdings ergeben, dass aufgrund der topographischen und klimatischen Eigenschaften der Stadt St.Gallen die Umsetzung eines solchen Pilot-Projekts mit der aktuellen Generation von Smart Shuttles kaum realisierbar ist. Deshalb wurde aufgrund der Machbarkeit beschlossen, das Massnahmenfeld aus dem Projekt «Zukunft St.Galler Innenstadt» auszulagern und als eigenständiges Projekt mit einem längerfristigen Planungshorizont aktiv voranzutreiben.

Sternenstadt

Die «Sternenstadt» stellt während der Weihnachtszeit ein wesentlicher Bestandteil der Anziehungskraft der Innenstadt dar. Im Hinblick auf den ganzheitlichen Ansatz des Projekts «Zukunft St.Galler Innenstadt» lag der Schritt deshalb nahe, diese als zusätzliches Massnahmenfeld zu integrieren. Der unverwechselbare Charakter und Charme der städtischen Weihnachtsbeleuchtung «AllerStern» bildet den Rahmen der Marke Sternenstadt, welche sich mittlerweile national und international etablieren konnte. «AllerStern» ist zum städtischen Wahrzeichen während der Adventszeit avanciert.

«AllerStern» befindet sich heute in der zweiten Hälfte des prognostizierten Lebenszyklus und wird voraussichtlich noch sechs bis maximal acht Jahre in dieser Form betrieben werden können. Es scheint daher angezeigt, sich heute die nötigen Gedanken zu machen, wie die Marke «Sternenstadt» für die Zukunft positioniert werden soll, damit sich die Marke weiterentwickelt und an Wert zunimmt, um das Interesse an einem Bummel durch die Innenstadt weiterhin attraktiv zu gestalten. Bis Ende Februar 2018 soll ein erstes Positionierungskonzept für die zukünftige Entwicklung der Marke und Massnahmen erarbeitet werden mit dem Ziel, dieses bis im April 2018 dem Stadtparlament vorzulegen.

Touristische Aktivitäten und Angebote

Dieses Massnahmenfeld fokussiert sich darauf, die touristischen Ausrichtungen und Ansätze der Stadt zu überprüfen um das wirtschaftliche Potential internationaler Gäste besser zu nutzen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Ausarbeitung von Massnahmen, die eine bessere Vermarktung der Stadt St.Gallen ermöglichen. Die Arbeitsgruppe beabsichtigt, den bestehenden Stadtplan weiterzuentwickeln. Dies sowohl in Bezug auf den Inhalt, als auch in Bezug auf die Verfügbarkeit dieses Plans. Die Weiterentwicklung des Stadtplans soll noch dieses Jahr abgeschlossen werden. Weiter ist eine elektronische Plattform «Visit St.Gallen» angedacht, auf welcher touristische Angebote und Informationen aus einer Hand angeboten werden. Die Einführung dieser Plattform ist für Mitte 2019 vorgesehen.

Zwischennutzungen

Die Herausforderung leerstehender Ladenflächen ist bekannt. Mietende möchten vermehrt keine langfristigen, unveränderbare Mietverhältnisse mehr eingehen. Neue Geschäftsmodelle wie Zwischennutzungen, Pop-up-Stores² oder Shop-Sharing³ sollen wieder für eine bessere Auslastung der Verkaufsf-

² Ladenflächen werden nur über eine kurze Zeitperiode (wenige Wochen bis Monate) durch ein Unternehmen gemietet.

³ Gemeinsame, gleichzeitige Nutzung von Ladenflächen durch mehrere Unternehmen.

flächen in der Innenstadt sorgen und interessierte Kundinnen und Kunden anlocken. In der Schweiz bestehen bereits Plattformen, die Nachfragende und Anbietende von solchen Konzepten zusammenbringen. Diese Angebote werden aber in der Stadt St.Gallen noch nicht sehr rege genutzt. Die Arbeitsgruppe will deshalb zuerst die Bedürfnisse der Grundeigentümerschaft prüfen, bevor eine für St.Gallen passende Lösung in Zusammenarbeit mit entsprechenden Anbietern umgesetzt werden soll. Weiter wird eine Checkliste und Hilfestellung seitens der Verwaltung für Zwischennutzungen und Bewilligungen erarbeitet.

Weitere Auskünfte:

Thomas Scheitlin, Stadtpräsident, Telefon 071 224 53 20, thomas.scheitlin@stadt.sg.ch

Ralph Bleuer, Präsident Pro City St.Gallen, Telefon 071 228 10 40, ralph.bleuer@markwalder.com