



Am «Wyfelder Fritig» kann das Publikum bis zum Abend durch das Zentrum flanieren und einkaufen.

Bilder: Gemeinde Weinfelden

So bleiben die Grossen im Zentrum

Architektur Onlinehandel, Shoppingcenter an der Peripherie und das Angebot in der nächstgrösseren Stadt sind heute die Konkurrenz für Dorf- und Kleinstadtzentren. Doch es gibt Strategien, diesen zu begegnen – das zeigt das Beispiel Weinfelden.

Andrea Wiegelmann
ostschweiz@tagblatt.ch

Das typische Bild der Zentren ausserhalb der grossen Städte ist uns allen bekannt: An der Peripherie der Ortschaften liegen – praktisch an den Ein- oder Ausfallstrassen positioniert – Einkaufszentren oder Gruppierungen von Detaillisten wie Coop, Migros, Aldi und Lidl mit grosszügigen Parkplätzen. Das Einkaufen geht hier rasch und unkompliziert, warum also noch in die Zentren fahren? Für diese können die Folgen verheerend sein: Detaillisten wandern ab, die Kunden werden weniger, das Angebot schrumpft. Mit dieser Entwicklung, die durch den wachsenden Onlinehandel noch befördert wird, haben nahezu alle Gemeinden zu kämpfen. Schwierig wird es besonders dann, wenn die grossen Detaillisten das Zentrum verlassen. Doch welche Möglichkeiten gibt es, um nachhaltig gegenzusteuern?

Die Stadt Weinfelden hat für sich einen vielversprechenden Weg beschritten und ist heute dabei, Massnahmen umzusetzen, die das bestehende Angebot im Zentrum stärken. Denn, so David Keller, der für die Gemeinde Weinfelden die Standortentwicklung begleitet: «Wir haben eine gute Infrastruktur, es gibt ein breites Angebot – vom Supermarkt, über Spezialitätengeschäfte und Gastronomie bis hin zum Sportstudio, auch Parkplätze sind ausreichend vorhanden. Das Zentrum Weinfeldens ist wie ein grosses Shoppingcenter, es ist einfach nicht überdacht.» Die Kombination setzt

Weinfelden in Vorteil gegenüber dem Onlinehandel und den peripheren Zentren. Dies möchte Keller mit Detailhandel, Gewerbe und Gastronomie aktiv kommunizieren. Gemeinsam haben sie den «Wyfelder Fritig» initiiert: an jedem ersten Freitag im Monat kann das Publikum bis zum Abend durch das Zentrum flanieren und einkaufen.

Aktiv gestalten, um sich weiter zu entwickeln

Der «Wyfelder Fritig» ist Ergebnis eines Prozesses, den die Stadt 2014 mit einer Stadtanalyse, für die sie das Kompetenzzentrum Netzwerk Altstadt beauftragte, begonnen hat. Auslöser für diese Standortbestimmung war, so Martin Belz, Chef des Bauamts Weinfelden, dass bei der letzten Untersuchung 2005 die heutigen Subzentren an der Peripherie Weinfeldens gerade entstanden sind. Ursache war unter anderem die relativ

«Gutes Bauen Ostschweiz»

Das **Architektur Forum Ostschweiz** engagiert sich mit Veranstaltungen und Vorträgen für die Baukultur in der Ostschweiz. Zu den Fixpunkten gehört die «Auszeichnung Gutes Bauen Ostschweiz»: Vertreter der Fachverbände wählen diskussionswürdige Bauwerke aus, unabhängige Fachjournalisten berichten darüber. Unsere Zeitung illustriert und veröffentlicht diese Texte in loser Folge. (red)

liberale und flächenintensive Bau- und Zonenordnung aus den 1980er-Jahren, die das Entstehen der Subzentren begünstigte. Man hat die Folgen gesehen und sich die Frage gestellt, ob dies weiterhin der richtige Weg ist. Zum gewählten Vorgehen, dem Beauftragen externer Fachleute, meint Belz, es sei wichtig, sich bei der Analyse nicht nur auf das eigene Urteil zu verlassen. Es gehe nicht nur um das Erkennen von Schwächen, sondern auch um die Einschätzung von Standortvorteilen. Dies habe die Analyse bestätigt.

Nach deren Vorlage hat der Gemeinderat entschieden, eine Nutzungsstrategie in Auftrag zu geben, um Handlungsempfehlungen für die Weiterentwicklung Weinfeldens zu erhalten. Auch hierzu wurde das Netzwerk Altstadt beauftragt. Das Team hat es verstanden, die Ansprüche aller Betroffenen abzuholen und ein Bewusstsein dafür zu wecken, dass im Miteinander Standortentwicklung möglich ist. Denn, so Belz, das Erlebnis Weinfelden sei das beste Argument gegenüber dem Internethandel. In diesem Sinn wurden Massnahmen zur Positionierung und Entwicklung Weinfeldens definiert.

Parallel zu diesem partizipativen Ansatz ist die Gemeinde mit der Überarbeitung der Bauordnung und Zonenplanung dabei, auch auf regulatorischer Ebene den Rahmen zu justieren. Ziel ist es, aktiv zu steuern, um die flächenintensiven Nutzungen an den Peripherien zu kanalisieren. Unter anderem sind Mindesthöhen festgelegt, die mehrgeschossige Bauten verlangen, um den Flächenverbrauch zu reduzieren. Die neue Fassung wurde im Juni verabschiedet und geht nun an den Kanton zur Genehmigung. Gleichzeitig unterstützt die Gemeinde die Grossverteiler im Zentrum und finanziert beispielsweise die Betriebskosten des Rössli-Felsen-Parkings, dessen Grundeigentümerin sie ist, mit.

Die Identität des Standortes stärken

David Keller möchte über den «Wyfelder Fritig» hinaus, der Anfang Juli bereits zum dritten Mal stattgefunden hat, mit den Detaillisten einen Heimlieferdienstes für Kunden einrichten und eine Signaletik für das Zentrum entwickeln. «Wenn die Akteure verstehen, dass ein

aktiv gelebtes «Wir sind Weinfelden» der Schlüssel ist, um als Standort attraktiv zu sein, dann haben wir sehr viel erreicht», erklärt der gelernte Architekt. Baulich soll der Bahnhofplatz als Eingang Weinfeldens gestaltet werden. «Wir sind dabei, ein Betriebs- und Gestaltungskonzept zu erarbeiten», so Martin Belz. All diese Massnahmen dienen der Stärkung des Ortskerns und zielen darauf, mehr Publikumsverkehr ins Zentrum zu bringen, um den Standort auch für Grossverteiler attraktiv zu halten. Auch der Fussverkehr, das Flanieren, solle verbessert werden.

Belz erläutert: «Es braucht als Gemeinde einen gewissen «Schnauf», und die richtigen Schlüsselfiguren.» Dass die Gemeinde zu einem Ergebnis kommen wolle, zeige auch die Schaffung von David Kellers Stelle. Er ergänzt: «Der Weg hat sich bis hierher gelohnt, und ich hoffe, wir können ihn weitergehen.» Dabei wissen Belz und Keller nicht, wie viel Erfolg sie haben werden, denn niemand kann heute sagen, wo der Detailhandel in fünf Jahren stehen wird und wie sich der Onlinehandel entwickelt.

Abwarten, bis alle schlechten Prognosen eintreten, das wollte man in Weinfelden nicht und das scheint eine wesentliche Voraussetzung, um Ortszentren lebendig zu halten. Oder, um es mit den Worten von Martin Belz zu formulieren: «Es braucht den Willen und das Bewusstsein, es braucht Zeit, Geld und Ressourcen – nur dann kann man hoffen, dass Projekte wie diese erfolgreich werden.»

Niemand kann heute sagen, wo der Detailhandel in fünf Jahren stehen wird.