



Beschluss-Nr. 284

Einfache Anfrage betreffend: «Ohne Parkplätze keine Kunden / ohne Kunden keine Gewerbetreibenden / ohne Gewerbetreibende keine belebte Innenstadt», von Gemeinderat Romeo Küng.

Beantwortung

Herr Präsident

Sehr geehrte Damen und Herren

An der Gemeinderatssitzung vom 19. August 2020 reichte Gemeinderat Romeo Küng eine Einfache Anfrage an den Stadtrat nach Art. 45 des Geschäftsreglements für den Gemeinderat ein.

Vorbemerkungen

Die Frauenfelder Innenstadt erlebt wie alle kleineren und grösseren Städte einen Wandel, der innovative Ideen und Ansätze fordert, um Innenstädte zu beleben und das Gewerbe und den Detailhandel zu unterstützen. Dieser Herausforderung stellt sich die Stadt Frauenfeld seit einigen Jahren und hat dazu unter anderem eine Begegnungszone geschaffen, die zu Aufenthalt, Begegnung und letztendlich auch zu Konsumation anregt. Im Zuge der Einführung der Begegnungszone in der Zürcherstrasse wurden unter anderem Parkplätze reduziert und die Durchfahrt am Wochenende eingeschränkt. Diese Massnahme wurde via Monitoring überprüft. Hierbei folgt die Stadt dem Wunsch aus der Bevölkerung nach Verweil-, Flanier- und Erholungsmöglichkeiten.¹

Für das Ziel, die Begegnungszone baulich auszuweiten, braucht es die Ergebnisse aus dem Innenstadtprojekt «MFG». Diese bilden die Grundlagen für die Planung zur Umgestaltung der Freie-Strasse. Die Freie-Strasse liegt zudem im Perimeter des im Rahmen des Gesamtbildes im November 2021 zur Abstimmung gelangenden Konzepts «Infrastrukturmassnahmen und Temporegime auf Strassen der Innenstadt mit Unterstützung von Bund und Kanton».

¹ Qualitative Erhebung, Januar 2016 www.stadtentwicklung-frauenfeld.ch/aufwertunginnenstadt aufgerufen 5.11.2020, 13.41 Uhr.

Bezüglich der Einschätzung des Stadtrates zur öffentlichen Parkierung wird auf die Beantwortung vom 5. Mai 2020 der Einfachen Anfrage betreffend «Auslastung von subventionierten öffentlichen Parkierungsanlagen» der Gemeinderäte Anita Bernhard Ott, Michael Pöll und Roman Fischer hingewiesen.

Die interimistische Amtsleiterin Sabina Ruff hat die ihr unterstellte Äusserung, wonach das Autofahren in der Innenstadt keine Zukunft habe, in dieser Weise nicht gemacht. Diese Aussage stammt von der Expertin, die zu Fragen aus dem Publikum Stellung nahm (siehe beiliegender Zeitungsartikel).

Der Stadtrat beantwortet die Einfache Anfrage wie folgt:

1. Wie viele öffentliche Parkplätze (Zahlen und Orte) wurden in den letzten 10 Jahren auf dem Stadtgebiet von Frauenfeld ersatzlos aufgehoben?

Die Beantwortung fokussiert auf die zentrumsnahen Parkierungen auf öffentlichem Grund:

Ort	Saldo	Bemerkungen
Parkhaus Altstadt	+63	30% Auslastung gemäss Einfacher Anfrage Nr. 129 vom 5. Mai 2020
Promenade	-10	Verkehrssicherheit
Huber Gebäude	-7	Verkehrssicherheit
Regierungsgebäude	-4	Verkehrssicherheit
Zürcherstrasse	-10	Begegnungszone
Grabenstrasse	-5	Einbahnöffnung Velo
Saldo Altstadt	+27	
Murgstrasse	±0	Kompensation auf Postareal
Marktplatz	-23	Zugunsten Velo und Fussgänger
Eisenbahnstrasse	-6	Veloparkierung
P+R-Halle	-20	Velostation
Kasernenplatz	-3	Unterflur-Container
SBB Nord	-160	Wohnüberbauung durch SBB
Unteres Mätteli	+143	Mietvertrag Stadt / armasuisse
Saldo zusätzliche Standorte	-69	
Saldo Zentrum insgesamt	-42	

2. Wird mit dem Projekt «MFG» eine Verkehrsfreie Innenstadt, also ohne Parkplätze, angestrebt?

Nein.

3. Warum blieben im Projekt «MFG» die Anliegen der Petition «Begegnungszone Freie-Strasse» unbeachtet?

Wie in der Einleitung aufgezeigt, wurden in der Planung alle Bedürfnisse abgeholt. Auch die Anliegen der Petition sind darin enthalten. In Zusammenarbeit mit der IG-FIT wird eine Grundlage geschaffen, welche Nutzung in Zukunft angestrebt wird.

4. Wann wird der Gemeinderat über Details und die geplante Umsetzung in Kenntnis gesetzt?

Der Stadtrat informierte mit einem Projektstatusbericht für das Jahr 2019 am 10. Juni 2020 über den Verlauf des «MFG» Projektes. Der Bericht liegt bei. Mit regulärem Bericht bis spätestens Februar 2021 wird der Gemeinderat wie vereinbart über den Stand und die erzielten Ergebnisse informiert. Ausserdem ist auf die vom Stadtrat angekündigte Abstimmung im November 2021 zum Konzept «Infrastrukturmassnahmen und Temporegime auf Strassen der Innenstadt mit Unterstützung von Bund und Kanton», in dessen Perimeter die Freie-Strasse liegt, hinzuweisen. Für die Abstimmung wird der Gemeinderat ordnungsgemäss die stadträtliche Botschaft behandeln.

Bei einem positiven Abstimmungsergebnis soll die Planung auf Basis der Erkenntnisse des «MFG» Projektes mit dem seit geraumer Zeit im Budget eingestellten Projektierungskredit zur Freie-Strasse konkretisiert werden.

5. Mit dem Projekt «Markt Thurgau» wird der Parkplatz «Oberes Mätteli» verschwinden und mit dem Kulturpavillon viele Parkmöglichkeiten auf dem «untern Mätteli». Ist hier ein zentrumsnaher Ersatz geplant?

Im Zusammenhang mit dem Projekt «Markt Thurgau» sollen die jetzt oberirdisch bestehenden Parkplätze auf dem Oberen Mätteli in den Untergrund verlegt werden. Dies ist in der Info-Broschüre «Markt Thurgau», welche Ende Juni 2020 an den Gemeinderat versandt wurde, auf der Seite 19 ersichtlich.²

Zudem sollen im Zuge des Ergänzungsbaus des Regierungsgebäudes zusätzliche öffentliche Parkierungsmöglichkeiten geschaffen werden. Diese dienen unter anderem auch als Ersatz für die auf dem «Unteren Mätteli» zugunsten des Kulturpavillon vorübergehend aufgehobenen Plätze.

² «Markt Thurgau» <https://www.murgbogen.ch/kaserne>, aufgerufen am 10.11.2020 um 16.37 Uhr

6. Wo stehen bei grösseren Anlässen genügend Parkplätze zur Verfügung, insbesondere wenn der Parkplatz Marktplatz zum Beispiel durch Schausteller besetzt ist?

Die Erfahrung zeigt, dass bei der Nutzung des Marktplatzes oder des Oberen Mättelis durch Märkte, Schausteller o.ä. dank einer zeitgerechten Information die Parkenden sich organisieren und es in den wenigsten Fällen zu Engpässen kommt, was die Parkierungssituation anbelangt. Im Vorfeld wird auf den betroffenen Plätzen mittels Ausschilderung auf Ausweichmöglichkeiten hingewiesen. Bei solchen Gelegenheiten finden die nicht durch eine Veranstaltung belegten Parkplätze wie zum Beispiel beim Rüegerholz oder Unteres Mätteli grösseren Zuspruch.

7. Durch den anhaltenden Abbau von Parkplätzen in der Innenstadt werden Einwohnerinnen und Einwohner von Quartieren mit schlechter öffentlicher Verkehrsanbindung benachteiligt. Auch auf Kundinnen und Kunden der umliegenden Gemeinden trifft dies zu. Es ist zu befürchten, dass es zu «Einkaufstourismus» in die umliegenden Gemeinden kommen wird. Wurde diesem Umstand Beachtung geschenkt?

Der Stadtrat teilt die Meinung von Gemeinderat Romeo Küng nicht, dass ein kontinuierlicher Abbau von Parkplätzen erfolge und dies zu einer Abwanderung der regionalen Kundschaft führe. Im Gegenteil stellt der Stadtrat fest, dass ein erfreulicher Zustrom von regionaler Kundschaft in der Innenstadt feststellbar ist. Infolge der Bestrebungen des Stadtrates zur Stärkung des Fuss- und Veloverkehrs sowie des Ausbaus des öffentlichen Verkehrs, namentlich des Stadtbusnetzes, erkennt der Stadtrat aufgrund der Parkplatzsituation keine Gefährdung für ein Abwandern der Kundschaft. Im Weiteren wird auf die Beantwortung der Frage 5 verwiesen.

Frauenfeld, 10. November 2020

NAMENS DES STADTRATES FRAUENFELD

Der Stadtpräsident

Der Stadtschreiber

Beilagen:

- Einfache Anfrage
- Projektstatusbericht 2019 «Projekt NRP – Attraktivierung der Frauenfelder Innenstadt» vom 30. Mai 2020
- Zeitungsbericht «Ein Appell an die Kreativität der Beizer und Ladenbesitzer in Frauenfelds Innenstadt», Thurgauer Zeitung vom 4. Juli 2020

Gemeinderat
Romeo Küng
Eisenwerkstrasse 20a
8500 Frauenfeld

Einfache Anfrage (Art. 45 Geschäftsreglement für den Gemeinderat) betreffend

Ohne Parkplätze keine Kunden / ohne Kunden keine Gewerbetreibende / ohne Gewerbetreibende keine belebte Innenstadt

Sehr geehrte Damen und Herren Stadträte

In der Frauenfelder Innenstadt verschwinden laufend und stillschweigend immer mehr Parkplätze. Beispiele finden sich in der Promenadenstrasse, in der Zürcherstrasse oder auch in der Grabenstrasse. Nun wurde das Projekt "Markt Thurgau" vorgestellt dem auch der Parkplatz "Oberes Mätteli" weichen müsste. Ein weiterer Parkplatzabbau folgt mit dem Kulturpavillon auf dem "Unteren Mätteli". Passend dazu konnte ich in der Thurgauer Zeitung vom Samstag, 04. Juli 2020 lesen, die interimistische Leiterin des städtischen Amts für Kommunikation und Wirtschaftsförderung, Sabina Ruoss, sieht keine Zukunft für das Autofahren in Innenstädten. Ich bin da ganz anderer Meinung, ohne Parkplätze werden die Gewerbetreibende noch viel grössere Existenzprobleme bekommen. Die überparteiliche Petition „Begegnungszone Freie-Strasse“ unterstreicht diese Behauptung. Ich bin der festen Überzeugung, dass die vorgeschlagenen Massnahmen im Projekt "MFG" die Probleme der Gewerbetreibenden in der Innenstadt in keiner Art und Weise verbessern. Innovative Ideen flexibel und unkompliziert unterstützen hilft allen Betroffenen mehr als langwierige und teure Projekte.

Ich bitte in diesem Zusammenhang um Beantwortung der folgenden Fragen:

1. Wie viele öffentliche Parkplätze (Zahlen und Orte) wurden in den letzten 10 Jahren auf dem Stadtgebiet von Frauenfeld ersatzlos aufgehoben?
2. Wird mit dem Projekt "MFG" eine Verkehrsfreie Innenstadt, also ohne Parkplätze, angestrebt?
3. Warum blieben im Projekt "MFG" die Anliegen der Petition "Begegnungszone Freie-Strasse" unbeachtet?
4. Wann wird der Gemeinderat über Details und die geplante Umsetzung in Kenntnis gesetzt.
5. Mit dem Projekt "Markt Thurgau" wird der Parkplatz "Oberes Mätteli" verschwinden und mit dem Kulturpavillon viele Parkmöglichkeiten auf dem "Unteren Mätteli". Ist hier ein zentrumsnaher Ersatz geplant?
6. Wo stehen bei grösseren Anlässen genügend Parkplätze zur Verfügung, insbesondere wenn der Parkplatz Marktplatz zum Beispiel durch Schausteller besetzt ist?

7. Durch den anhaltenden Abbau von Parkplätzen in der Innenstadt werden Einwohnerinnen und Einwohner von Quartieren mit schlechter öffentlicher Verkehrsanbindung benachteiligt. Auch für Kundinnen und Kunden der umliegenden Gemeinden trifft dies zu. Es ist deshalb zu befürchten, dass es zu "Einkaufstourismus" in umliegende Gemeinden kommen wird. Wurde diesem Umstand Beachtung geschenkt?

Ich bedanke mich im Voraus für die ausführliche Beantwortung meiner Fragen.

Romeo Küng
Gemeinderat SVP



Frauenfeld, 19.08.2020

Projektstatusbericht 2019

Projekt NRP - Attraktivierung der Frauenfelder Innenstadt



Version 1.0 vom 30. Mai 2020

IMPRESSUM

Verfasserinnen

Sabina Ruff / Martina Pfiffner Müller

Fachgremium

Co-Projektleitung

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	4
2	Ausgangslage	4
2.1	Zur Entstehung	4
2.2	Eckdaten	5
2.3	Lagebeurteilung Gesamtprojekt.....	5
3	Projektziele	6
3.1	Ziele Allgemein	6
3.2	Ziele Teilprojekte	6
3.3	Stand Teilprojekte	8
4	Projektkosten.....	11
5	Abweichungen im geplanten Projektverlauf	12
6	Aktuelle oder potenzielle Probleme, offene Punkte.....	14
7	Gesamtbeurteilung (Auswirkungen auf Endtermin, Resultat)	14
8	Schwerpunkte der nächsten Berichtsperiode, Ausblick.....	14

1 Einleitung

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 Online-Handel 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 bieten 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.

2 Ausgangslage

2.1 Zur Entstehung

Die Aufwertung der Frauenfelder Innenstadt ist eines der Schlüsselprojekte der Stadtentwicklung Frauenfeld. Aufbauend auf einer Reihe früherer Studien und Konzepte wurde mit einer Nutzungsstrategie Altstadt & Innenstadt aus dem Jahr 2013 die Basis für das aktuelle Vorgehen in diesem Schlüsselprojekt gelegt.

Mit Datum vom 8. Juli 2014 hat der Stadtrat der Innenstadtentwicklung im Grundsatz zugestimmt. Im Zuge dieser Einführung wurde eine Erhebung mittels Befragung von Besucherinnen und Besuchern sowie Detaillisten und Gastro-Anbietern der Altstadt durchgeführt, aus der weitere Ideen hervorgingen. Erste sichtbare Folgen waren die Einführung der Begegnungszone Altstadt, die Markierung der Innenstadt-Eingänge sowie Anlässe wie Musik-Box, Winzerfest, Herbst-/Erntefest oder das Freilufttheater in der Freie-Strasse. Angereichert wurden diese Initiativen durch provisorische Sitzbänke sowie Gestaltungs- und Kommunikationselemente verschiedenster Art.

Der Stadtrat hat daraufhin festgestellt, dass sich die Situation im Detailhandel in einem schwierigen Umfeld weiter verschärft hat und Laden-Leerstände zugenommen haben. Aus diesem Grund wurde das Projekt Attraktivierung der Frauenfelder Innenstadt lanciert. Mit Entscheid vom 26. Oktober 2018 hat das Departement für Inneres und Volkswirtschaft ein Finanzierungsgesuch der IG Fit und der Stadt Frauenfeld positiv beantwortet. Über vier Jahre gewähren Bund und Kanton der Stadt Frauenfeld mit Geldern aus dem Fördertopf der «Neuen Regionalpolitik» NRP, finanzielle Unterstützung im Umfang von Fr. 200'000.-.

Im Projektjahr 2019 wurden verschiedene Arbeitspakete angegangen (vgl. Lagebeurteilung). Das Jahr war aber auch geprägt von grossen personellen Veränderungen im Amt für Stadtentwicklung und Standortförderung, weshalb das Projektlayout Ende des Jahres nochmals geschärft wurde. Dies eröffnete gleichzeitig auch die Möglichkeit, die neusten Ergebnisse aus dem

Projekt «Strukturwandel im Detailhandel» der Metropolitankonferenz Zürich in das Frauenfelder Projekt einfließen zu lassen. Das Projekt leistet mit der Erarbeitung von konkreten Handlungsempfehlungen einen wichtigen Beitrag zur kommunalen und kantonalen Standortentwicklung.

2.2 Eckdaten

Projektdauer:	01.01.2019 – 30.09.2022	Total 45 Monate	100%
Berichtsperiode:	01.01.2019 – 31.12.2019	Aufgelaufen seit Beginn: 12 Monate	27%
Zeit/Termine	Budget/Kosten		Ausführungsstatus
27%	4,2%		Ca. 15%
12 von 57 Monaten sind aufgelaufen.	Gesamtbudget 4 Jahre Fr. 770'000.- 100% Ausgaben 2019 Fr. 56'513 7,3% Das Budget 2019 wurde nicht ausgeschöpft.		

2.3 Lagebeurteilung Gesamtprojekt

Im ersten Quartal 2019 wurde das Projekt unter der Leitung des sogenannten Kümmerers in Person des Amtsleiters des Amtes für Stadtentwicklung und Standortförderung (ASS; heute Amt für Kommunikation und Wirtschaftsförderung AKW) verwaltungsintern initialisiert und im März 2019 an einem Workshop mit allen relevanten Akteuren von Innenstadt und Stadtverwaltung validiert und konkretisiert. Aus den zusammengefassten Massnahmen in den Teilprojekten wurde deutlich, dass die Projektleitung anders verteilt werden muss. ASS-intern wurde daraufhin entschieden, die Projektleitung den beiden Bereichsleitungen in Co-Leitung zu übertragen. Aufgrund der Aussagen und Ergebnisse aus dem Workshop, richtete sich die Gesamtausrichtung und die Ausrichtung der Teilprojekte an den neuen Notwendigkeiten aus. Die weiteren Ergebnisse flossen in die anschließende politische Diskussion im Gemeinderat ein. Mit Erlass der Botschaft Nr. 46 vom 7. Mai war die Finanzierung des Projekts seitens Stadt Frauenfeld gesichert.

Personelle Veränderungen im ASS führten im Herbst 2019 zu einem kleinen Projektunterbruch. Der Kümmerer, der auch das Teilprojekt A leitete, und der Co-Projektleiter des Gesamtprojektes, der auch das Teilprojekt B leiten sollte, orientierten sich beruflich neu. Damit brachen 2/3 der Gesamtleitung weg und die übrigbleibende Leiterin sozialräumliche Stadtentwicklung (heute: Leiterin Sozialraum) erarbeitete zuhanden der Steuerung einen Vorschlag, wie die Vakanzen überbrückt und die Arbeitsfähigkeit aufrechterhalten werden können. Damit sollte im Projekt Kontinuität sichergestellt werden. Die Funktion des Kümmerers sollte extern vergeben werden an die kollaborativ zusammenarbeitenden Projektfachkräfte Pfiffner/Dumelin/Jakovac unter dem Firmennamen «Rocketworks». Die Steuerung stimmte dieser Lösung zu, um eine möglichst störungsfreie Umsetzung der Ziele zu gewährleisten. Insbesondere erfreulich ist an dieser Neuaufstellung, dass mit den genannten Fachkräften eine zusätzliche Vernetzung mit dem örtlichen Gewerbeverein, Wirtschaft und Gesellschaft sichergestellt werden konnte. Per Ende 2019 war somit die personelle Herausforderung zugunsten des weiteren Projektverlaufs gemeistert.

3 Projektziele

3.1 Ziele Allgemein

Ziele Gesamtprojekt

Frauenfeld wächst stetig. Damit sich Frauenfeld als lebendiges Zentrum entwickeln kann, sollen Wachstum und zusätzliche Kaufkraft gebunden werden. Die dafür notwendige Vorstellung der Altstadt und Innenstadt strebt der Massnahmenplan mit folgenden Zielen an:

- ⇒ 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.

3.2 Ziele Teilprojekte

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 und die Querschnittsaufgabe der Kommunikation und Zusammenarbeit vorgesehen. Zwischen den Teilprojekten sind inhaltliche Überschneidungen zu erwarten. Die übergeordnete Koordination ist daher von grosser Bedeutung.

3.2.1 Ziele Teilprojekt A - Kundenorientierung und Kundenbindung stärken

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:

Ziel 1: 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.

Ziel 2: Die Bevölkerung wird in «Nachhaltiges Einkaufen», Kreislaufwirtschaft und lebendige Angebotskultur eingeführt und belebt somit die Innenstadt durch Frequenz und Aneignung.

3.2.2 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: etablierte, erfolgreichen Formate werden fortgesetzt.

3.2.3 Ziele Teilprojekt B - 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:

Ziel 1: Unter Einbezug aller Beteiligten sind Strategien entwickelt, welche die gesamte Palette des «Omni-Channel» unter Berücksichtigung von Erreichbarkeit, Verkehrs- und Parkplatzregime und Bedürfnissen aufzeigen.

Ziel 2: Neue Kombinationen von Verkaufs- und Lagerfläche sind getestet und die Logistik in die strategische Zentren-Planung integriert.

3.2.4 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.

3.2.5 Ziele Teilprojekt C - 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:

Ziel 1: 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.

3.2.6 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: wurde zu Gunsten Aggloprogramm aufgehoben.

3.3 Stand Teilprojekte

Durch die oben erwähnte Verzögerung der Projektentwicklung und -umsetzung konnte das Gesamtprojekt nicht in diesem Sinne vorangetrieben werden, wie das ursprünglich geplant war. Dies hatte auch einen Niederschlag in der Zielerreichung der Teilprojekte.

3.3.1 TP A – Kundenorientierung und Kundenbindung stärken

In diesem Teilprojekt konnte lediglich in der Massnahme Fortsetzung etablierter Formate eine Umsetzung erfolgen, da die Innovation in den anderen Massnahmen nicht angegangen werden konnte.

Aus Massnahme 5 Fortsetzung etablierter Formate:

- ⇒ **Mittwochs-Apéro:** Zur Belebung der Innenstadt und Erhöhung der Kundenfrequenz in den Restaurants und Cafés sowie damit zusammenhängend in den Geschäften wurden regelmässige Mittwochs-Apéros initiiert. Diese fanden vom 8. Mai bis 25. September, von 17 bis 19 Uhr statt. Neun Gastrobetriebe beteiligten sich daran. Es wurden speziell bedruckte Bierdeckel in Herzform, Servietten, Plakate und Fahnen gestaltet, die in den teilnehmenden Gaststätten auf die Apéros aufmerksam machen. An den Apéros erhielten die Gäste kleine Häppchen, auch gab es musikalische Überraschungen. Die Kommunikation und das Marketing übernahmen die Stadt und die IG FIT zusammen.

Bewertung der Massnahme:

Die Besucherfrequenzen waren mässig bis erfreulich. Die Gastronomen der Innenstadt haben sich mit dieser Massnahme formiert und weitere Massnahmen sind lanciert.

- ⇒ **IG-FIT-Fahnen:** Im Jahr 2015 wurde die Altstadt erstmals mit überhängenden IG-FIT-Fahnen ausgestattet. Diese hingen jeweils von Frühling bis Herbst und wurden über den Winter eingelagert. Nach mehrjährigem Einsatz waren mittlerweile viele davon zerrissen oder ausgebleicht. Diese Gelegenheit wurde für ein Redesign genutzt. Insgesamt wurden 30 Fahnen hergestellt und im Frühjahr aufgehängt.

Bewertung der Massnahme:

Fahnen eignen sich gut, um temporär eine «andere Stimmung» in die Innenstadt zu bringen.

- ⇒ **Metallsilhouetten:** 2017 wurden an den Einfallsachsen zur Innenstadt Stelen mit lebensgrossen Menschensilhouetten aufgestellt, um den Innenstadtbereich besser wahrnehm- und sichtbar zu machen. Um die Wahrnehmung der Innenstadt als Aufenthalts- und Einkaufsort sowie Ort der Begegnung weiter zu stärken, wurde das Silhouetten-Konzept auf den Kern der Innenstadt ausgedehnt. Dazu wurde 2018 ein erster Figuresatz und 2019 ein weiterer aufgestellt. Das Konzept kann auf weitere Teile der Innenstadt ausgedehnt werden.

Bewertung der Massnahme:

Die Figuresätze/Wohnzimmerbänke gaben keine grosse Resonanz. Es mussten zahlreiche Vandalenschäden festgestellt werden. Ein weiterer Ausbau ist gut zu prüfen.

- ⇒ **WC4ALL:** In der Frauenfelder Innenstadt gibt es zu wenig öffentliche Toiletten, die jederzeit zugänglich sind. Der Bedarf nach mehr Toiletten wurde immer wieder von verschiedenen Seiten angebracht. Doch die Installation und der Unterhalt von neuen WC-Anlagen setzt eine grosse Investition voraus. Aus diesem Grund wurde das Pilotprojekt «WC4ALL» ins Leben gerufen, welches auf einem bereits in anderen Städten angewandten Konzept («nette Toilette») basiert. Das Projekt sieht eine Kooperation mit den ansässigen Gaststätten vor. So stellen die teilnehmenden Gaststätten ihre Toiletten ohne Konsumzwang der Öffentlichkeit zur Verfügung und erhalten im Gegenzug von der Stadt einen Beitrag von 500 Franken pro Jahr an ihre Reinigungs- und Unterhaltskosten. Zur Erkennung muss die Gaststätte am Eingang einen «WC4ALL»-Kleber aufkleben.

Bewertung der Massnahme:

Im Juli 2019 konnte mit neun Gaststätten eine Vereinbarung abgeschlossen werden, was als Erfolg bezeichnet werden kann. Das Angebot stösst auf Interesse und wird gut wahrgenommen.

- ⇒ **TIF-Inserate:** Mit den TIF-Inseraten (Treffpunkt Innenstadt Frauenfeld) werden aktuelle Anlässe, Neuigkeiten, Aktionen und Wissenswertes im Zusammenhang mit dem Treff-

punkt Innenstadt Frauenfeld kommuniziert. Es wird bezweckt, Nischenangebote und weniger bekannte Produkte oder Geschäfte vorzustellen und Hintergrundwissen zu vermitteln. Nebst der Information der Leser über die Geschäfte und das Angebot in der Frauenfelder Innenstadt besteht das Ziel darin, die Präsenz der Interessengemeinschaft Frauenfelder Innenstadt (IG FIT) als aktive Unterstützerin des Gewerbes und einer lebendigen Innenstadt zu stärken. 2019 wurden fünf Inserate zu den Themen Damenmode, Ostern, Gartenbeizen, Reisen und Geschenke geschaltet.

Bewertung der Massnahme

Diese Massnahme hat dafür gesorgt, dass Nischenprodukte bekannter wurden.

Erwähnenswert ist die Wichtigkeit, auch im «Übergangsjahr» sichtbar zu sein und einzelne Elemente zu realisieren.

Soll/Ist Begründung

Ziele	Massnahmen	Erfüllt zu			
		25%	50%	75%	100
Ziel 1: In der Frauenfelder Innenstadt ist ein starkes Herzstück geschaffen, das ausstrahlt in Quartiere und in die Region.	– Mittwochsapéro – IG FIT-Fahnen – Metallsilhouetten				
Ziel 2: Das Marketing und die Aktivitäten der Anbietenden sind gebündelt, koordiniert und an der best practice orientiert.	– TIF-Inserate				
Ziel 3: Gemeinsam mit Fachpersonen aus Retail und Onlinehandel werden Gewerbetreibende, Gewerbeverein und Eigentümer in das Wissen um massgeschneiderten Kundenservice und ergänzende Dienstleistungs-Angebote eingeführt und geschult.					
Ziel 4: Die Bevölkerung wird in «Nachhaltiges Einkaufen», Kreislaufwirtschaft und lebendige Angebotskultur eingeführt und belebt somit die Innenstadt durch Frequenz und Aneignung.	– WC4ALL				

3.3.2 TP B – Digitalisierung und Erreichbarkeit

(Projekt startet im Herbst 2020)

3.3.3 TP C- Räumliche Entwicklungsstrategie partizipativ erarbeiten und umsetzen

In diesem Teilprojekt wurde 2019 primär das «Café des Visions» durchgeführt. Frauenfeld hat sich der Partizipation verschrieben. Mit Velo, Anhänger, stapelbarer Café-Lounge und Sonnenschirm fuhr die Künstlerin Anna Graber durch die Frauenfelder Quartiere und sammelte Wünsche und Visionen für die Stadt. Am Mitsommerfest nahm das «Café des Visions» seine Reise auf und beendete den Bogen im September am «Nachtlabor». Entstanden ist ein bunter Strauss aus Ideen, Visionen und Wünschen für eine lebenswerte und solidarische Stadt.

Die Interviews und Gespräche, die in den Quartieren und in der Innenstadt geführt worden sind, wurden alle protokolliert, kategorisiert und ausgewertet. Diese Ergebnisse bilden eine wichtige Grundlage für die weitere Arbeit im Teilprojekt C. Auch haben alle Amtsleiter diese systematisch aufgearbeiteten Ergebnisse erhalten, damit diese in ihre Arbeit einfließen können.

Soll/Ist Begründung

Ziele	Massnahmen	Erfüllt zu			
		25	50	75	100
Ziel 1: Unter Berücksichtigung der bestehenden Zentrumstrukturen wird partizipativ mit allen Betroffenen ein Nutzungs- und Aneignungskonzept erarbeitet. Dieses berücksichtigt die In-Innenstadt als Wohn- und Lebensraum und gewährleistet Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum.					
Ziel 2: Die Bevölkerung der Stadt und der Region ist in die gemeinsame Entwicklung genauso eingebunden, wie alle weiteren Akteure. Als Ort, der Raum für Ideen bildet entsteht ein StadtLabor.	– Café des Visions, Stadtlabor				

4 Projektkosten

Projektkostenplan, laut Botschaft Nr. 46 vom 7. Mai 2019

Kosten Teilprojekte	Gesamt	Durchschnitt pro Jahr
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
D Zusammenarbeit, Koordination, Organisation, Kommunikation (Kümmerer)	260'000	65'000
Total Aufwand	770'000	192'500

Finanzierung geplant	Gesamt	Durchschnitt pro Jahr
Beitrag Bund und Kanton, bewilligt (RRB vom 26. Oktober 2018)	200'000	50'000
Beitrag IG Fit	100'000	25'000
Beitrag Stadt Frauenfeld	470'000	117'500
Total Ertrag	770'000	192'500

Finanzierung effektiv	Gesamt	Beitrag 2019
Beitrag Bund und Kanton, bewilligt (RRB vom 26. Oktober 2018)	200'000	25'000
Beitrag IG Fit	100'000	25'000
Beitrag Stadt Frauenfeld	470'000	117'500
Total Ertrag	670'000	167'500

Vergleich Soll/Ist Projektjahr 2019

Kosten Teilprojekte	Soll	Ist	Differenz
A Kundenorientierung und Kundenbindung stärken	45'000	21'302	-23'698
B Digitalisierung und Erreichbarkeit (2021)	15'000	0.-	-15'000
C Räumliche Entwicklungsstrategie partizipativ erarbeiten	67'500	4'841	-62'659
D Zusammenarbeit, Koordination, Organisation, Kommunikation	65'000	30'070	-34'430
Total Aufwand	167'500	56'513	-110'987

5 Abweichungen im geplanten Projektverlauf

Die IG FIT hat im Jahre 2018 einen Antrag an das Amt für Wirtschaft und Arbeit im Kanton Thurgau gestellt mit dem Ziel, die Frauenfelder Innenstadt zu attraktiveren, zu beleben und ein Zentrum zu schaffen, das in die Region ausstrahlt. Dieser Antrag basierte auf einer Erhebung des Netzwerk Altstadt, die einen umfassenden Massnahmenkatalog zur Umsetzung vorschlug.

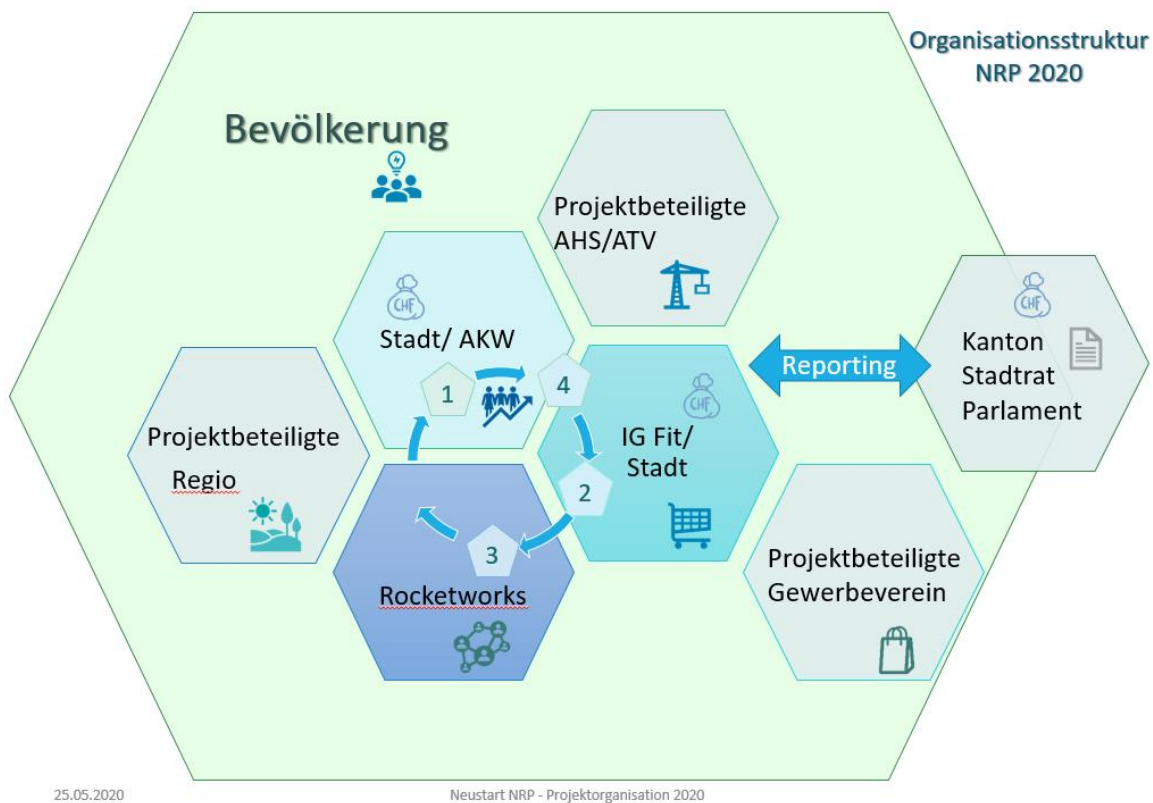
- ⇒ 2/3 der Projektleitung verliess das ASS im letzten Quartal 2019 bzw. im ersten Quartal 2020. Zusätzliche Ressourcen durch Neuanstellungen werden erst im zweiten Halbjahr 2020 erwartet.
- ⇒ Die Projektinitialisierung soll trotzdem kraftvoll geplant und umgesetzt werden. In der Stadt Frauenfeld wurden personelle Ressourcen frei, die zum einen durch die Firma Rocketworks aufgefangen, zum anderen für die Leistungen von freiberuflich Tätigen einge-

setzt werden können (vgl. auch neue Projektorganisation). Die Stadt und IG FIT sind zuversichtlich, dass nun ein kraftvoller Restart des Projekts unter neuen Bedingungen möglich wird.

- ⇒ Die nicht verwendeten Gelder aus dem Projektjahr 2019 wurden intern entsprechend verbucht, so dass auch eine externe Projektbegleitung aus diesen Geldern finanziert werden kann und somit gerechtfertigt ist.

Durch die Neubesetzung wurde ebenfalls eine neue Organisationsform gesucht und der Steuerung vorgeschlagen. Diese konnte im Januar 2020 durch die Steuerung bestätigt und verabschiedet werden.

Das Projekt wurde Ende 2019 neu strukturiert. Die Projektorganisation zeigt sich per Februar 2020 wie folgt:



Aufgaben und Zuständigkeiten

1 Stadt/Amt für Kommunikation und Wirtschaftsförderung

Operative Gesamt-Projektleitung - Koordination Teilprojekte - Mitarbeit TP A/B/C - Kooperative Projektabwicklung - Zusammenbeitskultur, partizipatives Verständnis - Projektkommunikation - Reporting - Finanzverwaltung.

Co-PL und TP C Sabina Ruff

2 IG FIT/Stadt Frauenfeld

Mitarbeit TP A/B/C – Projektsteuerung - Kooperative Projektabwicklung - Reporting z.H. Projektleitung.

3 Rocketworks

Operative Gesamt-Projektleitung (Co-Leitung mit Sabina Ruff) - Koordination Teilprojekte - Projektleitung TP A/B/C - Kooperative Projektabwicklung – Zusammenarbeitskultur, partizipatives Verständnis - Projektkommunikation - Reporting – Überwachung Projektkosten.

TP A Martina Pfiffner Müller/ TP B Martina Pfiffner Müller und Andrej Rudolf Jakovac / TP C Martina Dumelin

4 Projektsteuerung

Projektsteuerung - Reportingempfängerin

Präsident Stadt/Regio Frauenfeld Anders Stokholm (Vetorecht), Beisitz AWA Dieter Sahli, Verein IG FIT Elisabeth Steiner/Christian Wälchli

6 Aktuelle oder potenzielle Probleme, offene Punkte

Die Herausforderungen aus dem Jahr 2019 konnten gelöst werden (vgl. Motivation und Ressourcen Projektteam bzw. Abweichungen). Aktuell wird intensiv an der Projektinitialisierung und der Projektkommunikation gearbeitet. Wichtig ist auch eine gelingende Zusammenarbeit aller Akteure.

7 Gesamtbeurteilung (Auswirkungen auf Endtermin, Resultat)

Die Projektziele sind umfassend und komplex. Im ersten Halbjahr 2020 muss Schwung ins Projekt gelangen. Die gute Besetzung der Projektteams ist dabei zentral. Dies ist - wie oben aufgezeigt - sichergestellt.

8 Schwerpunkte der nächsten Berichtsperiode, Ausblick

Im Projektjahr 2020 stehen folgende Schwerpunkte an:

Projektinitialisierung und Kick off (Verzögerung wegen Corona)

Einbindung aller Projektbeteiligten

Projekt-Branding und Planung Projektkommunikation

TP A: Aufbau und Zusammenarbeit mit externer Fachperson

TP A: Aufbau Monitoring TP A

TP B: Initialisierung und Start Teilprojekt B

TP C: Aufbau Stadtlabor

TAGBLATT

Ein Appell an die Kreativität der Beizer und Ladenbesitzer in Frauenfelds Innenstadt

Stadt Frauenfeld und IG Frauenfelder Innenstadt luden zu einer Infoveranstaltung über die Zukunft des Detailhandels.

Mathias Frei

04.07.2020, 04.30 Uhr



Retail-Expertin Doris Armellini spricht in der Konvikthalle zu «Trends im Detailhandel».

(Bild: Mathias Frei)

Da waren mehr als nur die üblichen Durchhalteparolen zu hören. Vielmehr wurden spannende Ansätze für einen modernen Detailhandel aufgezeigt. Zwei wichtige Personen fehlten zwar am Donnerstagabend an der Infoveranstaltung «Trends im Einzelhandel». Aber 33 Interessierte – Gewerbetreibende, Gastronomen, Hausbesitzer in der Altstadt – waren der Einladung von Stadt und IG Frauenfelder Innenstadt (IG Fit) in die Konvikthalle gefolgt.

Stadtpräsident Anders Stokholm und der angekündigte Referent Chalid EL-Askher mussten ihre Teilnahme kurzfristig absagen. An Stelle von EL-Askher sprach dessen Berufskollegin, die Retail-Expertin Doris Armellini, die bei EL-Askhers Firma popupshops.com als Beirätin aktiv ist. Im Kontext der Innenstadttaufwertung «Miteinander Frauenfeld gestalten» erläuterte sie die sechs «K», nämlich Kundennutzen, Kuration, Kundenbindung, Kollaboration, Kanäle und Kennzahlen. Sie hielt fest:

«Wenn Sie in Zukunft eine überschaubare Gemeinschaft bilden, werden Sie bessere Chancen haben.»



Sabina Ruff, interimistische Leiterin
Amt für Kommunikation und
Wirtschaftsförderung.
(Bild: PD)

Mit ihren Ausführungen regte Armellini die Kreativität an und brachte Beispiele von Shopsharing von Bank und Bäckerei. Sabina Ruff, interimistische Leiterin des städtischen Amtes für Kommunikation und Wirtschaftsförderung, sagte: «Die Stadt will für Ihre Ideen Hand bieten.» In der Fragerunde sprach sie Autofahren in Innenstädten die Zukunft ab. «Eine Generationenfrage.» Sie stellte Konzepte vor, wie das Produkt zum Kunden kommt – und nicht umgekehrt. Auch der Branchenmix in der Frauenfelder

Innenstadt, niederschwellige Kollaborationen – am Beispiel des steirischen Vulkanlands – und Nachhaltigkeit respektive Regionalität waren Thema.