



Zentrum Ilanz

Massnahmenkatalog

Ergebnisse des Zentrums-Workshops vom 30. März 2019

Juni 2019



Herausgeber

Gemeinde Ilanz/Glion
Plazza Cumin 9
Postfach 90
7130 Ilanz

Handels- und Gewerbeverein Ilanz und Umgebung
Via S. Clau sut 7
7130 Ilanz

Surselva Tourismus AG
Bahnhofstrasse 25
7130 Ilanz

Projektleitung / Erstellung

intosens ag – urban solutions, Zürich
Dr. Götz Datko, g.datko@intosens.ch

Inhalt

Vorwort	1
Zentrums-Workshop	2
Themenbereiche	4
Massnahmenübersicht	6
Versorgungsangebote	8
Erlebnis	18
Veranstaltungen	28
Erscheinungsbild	38
Wohnen & Arbeiten	46
Gemeinschaftssinn	54
Zentrumsbereiche	66

Vorwort



Carmelia Maissen
Gemeindepäsidentin

Liebe Leserin, lieber Leser

Es war ein wunderbarer Frühlingstag, als sich Ende März 30 Personen aus Ilanz und von auswärts kommend in der Mehrzweckhalle Sevgein getroffen haben, um über die Stadt Ilanz nachzudenken. Eingeladen hatten der Handels- und Gewerbeverein Ilanz und Umgebung, Surselva Tourismus AG und die Gemeinde. Gekommen sind Experten und Expertinnen in den Bereichen Kultur, Detailhandel, Gastronomie, Jugend, Immobilien, Politik, Tourismus, Zweitheimische, Altstadt oder Architektur. Sie haben darüber sinniert, was es braucht, damit die Stadt Ilanz fit für die Zukunft ist.

Auftakt der Diskussion war ein Blick von aussen. Dieser hat uns gezeigt, dass die Glennerstrasse zwar die Hauptschlagader von Ilanz ist, ihr Erscheinungsbild dieser Funktion aber bei weitem nicht gerecht wird; dass wir uns zwar «erste Stadt am Rhein» loben, der Rhein aber kaum zugänglich in einem tristen Kanal feststeckt; dass wir ein reiches Kultur- und Veranstaltungsleben haben, der Gast jedoch nur schwer einen Überblick bekommt; dass es für die Jugend weder passende Läden, Aufenthaltsorte noch Ausgehmöglichkeiten gibt; dass der Landsgemeindeplatz zwar ein schöner Ort ist, auf dem aber kaum etwas passiert. Es war wertvoll, für einmal den Spiegel vor das Gesicht gehalten zu bekommen.

Am Ende des Tages lag ein bunter Strauss an Ideen vor uns wie die Stadt künftig stolzer, frischer und selbstbewusster daherkommen könnte. Die Projektleiter von intosens ag haben daraus einen Massnahmenkatalog erarbeitet, den Sie nun in der Hand halten. Jetzt kommt die Knochenarbeit. Denn Ideen bleiben Ideen, wenn sie niemand auf ihre Machbarkeit prüft, sie umsetzungsreif plant, finanziert und den anschliessenden Betrieb organisiert. Dazu braucht es alle. Die Gemeinde oder der Tourismus oder der Handels- und Gewerbeverein allein werden diese Aufgaben nicht stemmen können. Aber gemeinsam lässt sich vieles bewegen.

El num dils treis purtaders dil project engrazièl jeu a tuts participonts e tuttas participontas. Lur ideas, patratgs ed era critica han dau la basa per la lavur che suonda uss. Glion ei il center dalla regiun Surselva ed en quella funcziun in motor. Ei vala la peina dad adina puspei actualisar quella rolla ed adattar ella als basegns.

Carmelia Maissen, Gemeindepäsidentin Ilanz/Glion

ZENTRUMS-WORKSHOP



Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer

Christian Aubry (Baukunst Graubünden GmbH), Jan Berni (Architekt), Kevin Brunold (Geschäftsführer Surselva Tourismus), Rino Caduff (Anna Catrina AG), Flurin Candinas (Nocasa Baumanagement AG), Roman Cantieni (Gemeindevorstand), Gabriel Casutt (Banca Raiffeisen Surselva), Flurina Caveng (Cavegn Optik Uhren Schmuck AG), Dominik Dosch (Co-Präsident HGVI), Emil Efinger (Leiter Hochbau), Dario Fontana (Lerner, Vertretung Jugend), Siria Fratto (Lernende, Vertretung Jugend), Caroline Gasser (Gemeindevorstand), Ursina Jecklin-Tischhauser (Museum Regional), Claudia Käch (CEO Regionalspital Surselva), Marjio Knezevic (Stadtmetzg AG), Katharina Kohlmann (Haus der Begegnung), Carmelia Maissen (Gemeindepräsidentin), Philipp Maurer (BauSatz GmbH), Mattias Menzli (Menzli Sport), Manuel Montalta (Montalta Transport+Kies AG), Marco Müller (Rhätische Bahn AG), Andreas Pfister (Leiter Infrastruktur), Claudio Quinter (Parlamentarier, Quinter Immobilien), Maria Rietmann (Jackson Bar), Theo Schaub (Schaub Immobilien AG), Christine Schenker Weicht (Arztpraxis), Valentin Schmid (Parlamentarier), Gabriela Spescha (Ilanzer Wochenmarkt), Franca Strasser (Co-Präsidentin HGVI), Roman Vinzens (Hotel Rätia), Christian-Peter Zinsli (Zinsli Eisenwaren + Haushalt AG)

Götz Datko (intosens ag, Projektleiter), Regula Obi (intosens ag), Lukas Wahlen (intosens ag)

Der kooperative Weg	Die Zentrumsentwicklung von Ilanz erfolgt im kooperativen Vorgehen. Private und die Gemeinde erarbeiten gemeinsam Massnahmen für eine Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Zentrums und gehen auch die Umsetzung mancher Massnahmen gemeinsam an.
Der Workshop	Um die kooperative Zentrumsentwicklung anzupacken, wurde am 30. März 2019 ein fünfstündiger Workshop mit ausgewählten Akteuren durchgeführt. Wichtigstes Ziel des Workshops war die Erarbeitung von Massnahmen, mit denen das Zentrum von Ilanz zukunftsfit gemacht werden kann.
Betrachtete Themenbereiche	Für den Workshop wurden durch intosens sechs Themenbereiche vorgegeben, innerhalb derer Massnahmen erarbeitet wurden: Versorgungsangebote, Erlebnis, Veranstaltungen, Erscheinungsbild, Wohnen & Arbeiten und Gemeinschaftssinn.
Erarbeitete Massnahmen	Im Rahmen der sechs Themenbereiche wurden von den Workshop-Teilnehmern Massnahmen erarbeitet. Zur Unterstützung der Ideenfindung wurden durch intosens einleitend Massnahmenvorschläge mit der «Sicht von Aussen» präsentiert. Diese konnten von den Workshop-Teilnehmern angenommen oder abgelehnt und insbesondere um eigene Massnahmen ergänzt werden. Die erarbeiteten Massnahmen wurden von den Teilnehmenden bewertet und erhielten damit ein Ranking, respektive Priorisierungen.
Favorisierte Massnahmen	Für die hoch priorisierten Massnahmen wurden bereits Zuständigkeiten und Umsetzungsschritte diskutiert. Der Weg für die Umsetzung konkreter Projekte zur Stärkung des Zentrums von Ilanz wurde damit geebnet.
Zentrumsbereiche	Ein weiterer Bestandteil des Workshops war es, für wichtige räumliche Zentrumsbereiche gemeinsam zu erarbeiten, wie diese zukünftig ausgerichtet respektive positioniert werden sollen.
Der Massnahmenkatalog	Der vorliegende Massnahmenkatalog wurde im Anschluss an den Workshop durch intosens ag erarbeitet. Innerhalb der bearbeiteten Themenbereiche dient er fortan gleichermassen der Gemeindepolitik und -verwaltung sowie den beteiligten Privatakteuren für die Realisierung der beschlossenen Massnahmen als Wegweiser.

THEMENBEREICHE



Übersicht Themenbereiche

Die Erarbeitung von Massnahmen im Workshop fand gegliedert in sechs Themenbereiche statt. Diese Seite gibt eine Übersicht, warum die gewählten Themenbereiche von hoher Relevanz sind und welches übergeordnete Ziel je Themenbereich verfolgt werden soll.

Versorgungsangebote

Das Einkaufen und die Geselligkeit in Cafés und Restaurants sollen auch in Zukunft den Charakter des Zentrums von Ilanz deutlich mitprägen. Damit dies gelingt, sollen Detailhandels- und Gastronomieangebote in Orientierung an den Bedürfnissen der breit gefächerten Kundschaft des Zentrums (Bürger, Besucher aus der Region, Touristen, Arbeitspendler usw.) aufgefrischt und die hohe Versorgungsqualität gepflegt werden.

Erlebnis

Ortszentren werde heute immer weniger besucht, weil man etwas benötigt, sondern weil man etwas erleben möchte. Die Erlebnisqualität soll als wichtiges Qualitätsmerkmal des Zentrums kontinuierlich verbessert werden, wofür insbesondere der Rhein besser eingebunden und damit der Slogan «Erste Stadt am Rhein» mit Leben gefüllt werden soll.

Veranstaltungen

Veranstaltungen (z.B. Märkte, Feste, Events) sind für das Zentrum von Ilanz ein wirkungsvolles Mittel, eine Magnetfunktion auf die Region auszuüben und das Zentrum beliebt bei ganz unterschiedlichen Zielgruppen zu machen. Es soll besser bekannt gemacht werden, welche Veranstaltungen das Zentrum bereits bietet und zusätzliche Ilanz-spezifische Angebote sollen entstehen.

Erscheinungsbild

Schönheit, atmosphärische Qualitäten und Charakter – dies sind Merkmal des Zentrums von Ilanz, die stark durch gestalterische Massnahmen beeinflusst werden können. Ob Bahnhofplatz, Glennerstrasse oder die Brücke über den Rhein: für mehrere Orte im Zentrum wurde gestalterischer Handlungsbedarf erkannt.

Wohnen & Arbeiten

Wohnen & Arbeiten waren schon immer zwei wichtige Funktionen des Zentrums und sie sollen ihre Bedeutung auch beibehalten. Um die Entwicklung nicht dem Zufall, respektive ausschliesslich dem Markt zu überlassen, ist die Erarbeitung einer Wohn- und Arbeitsstrategie das prioritäre Ziel.

Gemeinschaftssinn

Die (Nutzungs-)Vielfalt des Zentrums wird von zahlreichen unterschiedlichen Akteuren geprägt – von der Gemeindeführung, über unterschiedliche Organisationen, Anbieter und Eigentümer bis hin zu den aktiven Bewohnern. Sie alle haben das gemeinsame Ziel eines attraktiven, lebendigen Zentrums. Ihr Gemeinschaftssinn soll verbessert und Massnahmen der Zentrumsentwicklung sollen verstärkt miteinander, in einem kooperativen Vorgehen angegangen werden.

MASSNAHMENÜBERSICHT

		Priorität	Rang
Versorgungs-angebote	1.1 Selbstbewusste, frische Ladenauftritte	hoch	7
	1.2 Gratis Parking	hoch	7
	1.3 Treffpunkt-Gastronomie	mittel	10
	1.4 Kundenorientierung verbessern	mittel	18
	1.5 Gezielte Anbietersuche	tief	28
	1.6 Abgestimmte Aktionen Versorgungsanbieter	tief	28
Erlebnis	2.1 Rhein erlebbar machen / anbinden	sehr hoch	1
	2.2 Indoor-Sport- und Freizeitangebote	hoch	5
	2.3 Erlebnisreichtum für Kinder	mittel	17
	2.4 Informelle Treffpunkte für Jugendliche	mittel	18
	2.5 Aufenthaltsqualität / konsumfreier Erholungsraum	tief	30
Veranstaltungen	3.1 Veranstaltungen für Jugendliche & junge Erwachsene	hoch	4
	3.2 Spezifische Märkte / Veranstaltungen im Städtli	hoch	10
	3.3 Veranstaltungskonzept (mit Kalender und Kümmerer)	mittel	13
	3.4 Event mit Aushängeschild-Charakter	mittel	21
	3.5 Ort für Grossanlässe	tief	23
	3.6 Märkte erweitern / Neue Märkte schaffen	tief	26
	3.7 «Geselligkeits-Veranstaltungen»	tief	32
Erscheinungs-bild	4.1 Gestaltungskonzept Glennerstrasse	sehr hoch	2
	4.2 Neugestaltung Brücke	sehr hoch	3
	4.3 Gratis-Parking	hoch	7
	4.4 Kreative Signaletik	mittel	22
	4.5 Begegnungszone Bahnhofsstrasse	tief	26
Wohnen & Arbeiten	5.1 Wohnbaustrategie	hoch	7
	5.2 Mehrgenerationen-Häuser	mittel	13
	5.3 Strategie Arbeitsstandort	mittel	13
	5.4 Handelsschule im Zentrum	mittel	18
Gemeinschaftssinn	6.1 Expertenpool	hoch	5
	6.2 Koordiniertes Marketing	hoch	10
	6.3 Investorenfreundlichkeit / Verfahrensbeschleunigung	mittel	13
	6.4 Jugendarbeitsgruppe	tief	23
	6.5 Citymanager	tief	23
	6.6 Zentrumsstammtisch	tief	30

Übersicht Massnahmen

Im Workshop am 30. März 2019 wurden 33 Massnahmen für eine Attraktivitätssteigerung und Zukunftsfitness des Zentrums von Ilanz erarbeitet. Die Tabelle zeigt die Gesamtübersicht, gegliedert nach Themenbereichen.

Priorität und Rang

Die angegebenen Ränge ergeben sich aus einer «Bewertungsrunde» im Workshop. Jeder Workshop-Teilnehmer konnten dabei gleich viele Bewertungspunkte auf die 33 Massnahmen verteilen. «Rhein erlebbar machen / anbinden» hat die meisten Bewertungspunkte erhalten und ist entsprechend auf Rang 1.

Ränge sind mehrfach vergeben, wenn Massnahmen beim Workshop von den Workshop-Teilnehmern exakt gleich viele Bewertungspunkte erhalten haben.

Die Prioritäten leiten sich direkt aus den Rängen ab.

Massnahmenkatalog

In dem vorliegenden Massnahmenkatalog werden alle Massnahmen beschrieben. Nur in wenigen Fällen wurden dabei mehrere Massnahmen zu einem Massnahmenbündel zusammengefügt. An Massnahmen mit höherer Priorität wurde in den Workshops intensiver gearbeitet, weswegen ihre Ausführungen in der Regel am längsten ausfallen. Alle in diesem Dokument dargestellten Aussagen wurden in dem Workshop von den Teilnehmern tatsächlich getroffen, respektive sinngemäss diskutiert.

Empfehlungen intosens

Ausnahme: Mit blauen Kästen sind Empfehlungen von intosens hinterlegt, die in dieser Form im Workshop nicht diskutiert wurden. Sie dienen der Anregung zur weiteren Bearbeitung der einzelnen Massnahmen.

VERSORGUNG

GSANGEBOTE

GASTRO UND DETAILHANDEL 2030



«Über ein Bündel kreativer Einzelmaßnahmen werden der Detailhandel und die Gastronomie im Illanzer Zentrum kundenorientierter und zukunftsfit.»



Hintergrund

Detailhandel und Gastronomie sind unumstritten zwei der wichtigsten Funktionen des Zentrums von Illanz. Sie für die Zukunft fit zu machen, ist ein wichtiges Ziel der Zentrumsentwicklung. Darauf zielt das Massnahmenbündel «Detailhandel & Gastronomie 2030» ab, das im Workshop eine vertiefende Diskussionsrunde erfuhr und die drei Einzelmaßnahmen «selbstbewusste, frische Ladenauftritte», «Treffpunkt-Gastronomie» und «Kundenorientierung verbessern» umfasst.

Selbstbewusste, frische Ladenauftritte

Der Auftritt einiger Geschäfte wurde von den Workshop-Teilnehmern als unbefriedigend bewertet. Gewisse Schaufenster und Angebote würden sehr zu wünschen übrig lassen und seien schlicht nicht attraktiv. Gefor-

dert werden mehr Überraschendes und mehr Mut und Innovation sowie ein besseres Eingehen auf die heutigen wie zukünftigen Kundenbedürfnisse.

Die im Workshop vertretenen Inhaber von Detailhandelsgeschäften waren jene, die den Strukturwandel mit dem sich ändernden Konsumverhalten der Bevölkerung bereits erkannt haben, die innovativ sind und in den letzten Jahren bereits in eine Auffrischung ihrer Geschäfte investiert haben. Nach Aussage einiger Workshop-Teilnehmer gibt es aber auch viele «Problemgeschäfte», denen auf dem Weg zu selbstbewussteren, frischeren Ladenauftritten aktiv Hilfe angeboten werden müsse.

Kundenorientierung verbessern

Dabei erschien den Workshop-Teilnehmern insbesondere die Verbesserung der Kundenorientierung im Detailhandel und der Gastronomie wichtig. Allerdings bestand eine gewisse Ratlosigkeit, wie daran gearbeitet werden könnte. Ein Gedanke war, gezielte Schulungen zu organisieren, die von Experten durchgeführt werden. Es wurde angedacht, dass der Gewerbeverein solche Schulungen für die «Problemgeschäfte» organisiert, wie sie sich besser positionieren und ihr Sortiment oder das Schaufenster verbessern könnten.

Treffpunkt-Gastronomie

Das aktuelle gastronomische Angebot im Zentrum von Illanz wurde von den Workshop-Teilnehmern keinesfalls in Menge oder Vielfalt bemängelt, aber in Bezug auf den richtigen Ort und in Bezug auf Treffpunktqualitäten.

Vor allem am Landsgemeindeplatz findet man es schade, dass es kein gutes Lokal gebe, in dem man sich gerne trifft und im Sommer im Freien sitzt. Ein ähnlicher Anspruch wird an den zukünftigen Bahnhofplatz gestellt. Den Aussenraum will man nicht dem Migros-Restaurant überlassen, sondern würde einen besonderen Gastronomen, der «typisch Illanz» ist, bevorzugen. Dieser könnte in das zukünftige Bahnhofsgebäude einziehen.

Um Treffpunktqualitäten in der Gastronomie zu erhöhen und allgemein die Gastronomielandschaft etwas «frischer» zu machen, wünschen sich die Workshop-Teilnehmer zusätzliche Bemühungen von bestehenden Gastronomen. Es würde geschätzt, wenn diese ihr Angebot immer wieder ändern und mit besonderen Aktionen locken (z.B. Spezialitätenwochen) und nicht über «viele Jahre hinweg das Gleiche anbieten».

(Eigen-)Verantwortung

Zuständig für dieses Massnahmenbündel sind sämtliche Vereinigungen, Interessensverbände und Einzelpersonen, die Gastrobetriebe oder Retailgeschäfte führen und den Bereich wesentlich mitgestalten: der Gewerbe-

verein, der IG Wirtehock sowie auch Surselva Tourismus (für Angebote für Touristen). Von manchen Workshop-Teilnehmern wurde dafür gewünscht, eine Koordinationsstelle der Ilanzer Anbieter zu schaffen, die gemeinsam von der IG Wirtehock und dem Gewerbeverein initiiert wird. Durchaus könnte sich aber auch der Expertenpool (ohne eine nochmals zusätzliches Organisationsgefäss) eignen (siehe S.56ff).

Es wurde erkannt, dass das Massnahmenbündel «Detailhandel & Gastronomie 2030» von sehr hoher Bedeutung für eine positive Zentrumsentwicklung, hin zu mehr Attraktivität und Zukunftsfiness, ist. Unabhängig von der Organisationsform bei der Umsetzung dieses Massnahmenbündels ist klar: Die Anbieter stehen grösstenteils selbst in der Pflicht. Der Erfolg dieses Massnahmenbündels hängt letztlich von der Eigenverantwortung jedes einzelnen Anbieters ab. Die Anbieter können auf ihrem Weg unterstützt, die Arbeit ihnen jedoch nicht abgenommen werden.

Empfehlung intosens

Zum Erlernen des Knowhows über zukünftige Kundenbedürfnisse und geeigneter Reaktionen bietet sich ein speziell gestalteter Workshop an. Referenten von Forschungsinstituten (z.B. GDI) erläutern, auf welches Kundenverhalten sich Geschäfte zukünftig einstellen müssen und Unternehmen, die solche Schritte bereits erfolgreich bewältigt haben, teilen ihre Erfahrungen und Empfehlungen. Im Workshop-Vorgehen folgt dann die Erarbeitung von Ilanz-spezifischen Lösungsansätzen. Wahlweise sind auch ein Erfahrungsaustausch und eine gemeinsame Lösungssuche mit vergleichbaren Gemeinden möglich. In der Folge sind die einzelnen Anbieter gefragt, die notwendigen Schritte für ihre Zukunftsfiness anzupacken. Gezielte Anreizsysteme können dabei unterstützend wirken – z.B. kostenlose Beratungsleistungen oder Auszeichnungen etwa für Läden mit innovativen Konzepten.

Auch wenn im Kern die Anbieter selbst gefordert sind, so kann die Gemeinde doch eine wertvolle Unterstützung leisten. Wichtig erscheint, dass sich das Zentrum von Ilanz zunehmend auch für neue Geschäfte, die trendige Konzepte umsetzen, als attraktiver Standort «herausputzt». Gefragt sind gestalterische Lösungen des öffentlichen Raums, die mutiger und moderner sind und die den Erdgeschoss attraktive Vorzonen bieten, die bei innovativen Ladenkonzepten auch anders als rein als Parkplatz genutzt werden können.

GRATIS-PARKING



Hintergrund

Der Wunsch, im Zentrum gratis parken zu können, kann geradezu als «Klassiker» bezeichnet werden, der in nahezu allen Stadt- und Gemeindezentren von den ansässigen Anbietern oder durch das Sprachrohr der Gewerbevereine geäußert oder gar vehement eingefordert wird. Immer wieder werden die gleichen Fragen diskutiert: Setzt man auf Parkplätze, um den Kunden eine hohe Bequemlichkeit und gute Erreichbarkeit der Angebote zu gewährleisten? Oder drängt man die Parkplätze eher an den Rand, zwingt die Kunden dazu, mehr zu Fuss zu gehen und bietet ihnen dafür eine höhere Flanierqualität und schönere Strassenraum- und Platzsituationen?

Parkplätze vor der Ladentüre

Für das Zentrum von Ilanz gilt: Aktuell sind die Anbieter im Kern auf die Autokundschaft ausgerichtet und für sie erscheint ein gutes Parkplatangebot, das möglichst direkt vor der eigenen Ladentüre liegt, sinnvoll oder in einzelnen Fällen sicherlich auch existenziell. Von einer Flanierqualität für Fussgänger können sie hingegen nicht profitieren, da diese bisweilen schlicht nicht vorhanden und etwa durch Massnahmen wie das Gestaltungskonzept Glennerstrasse (siehe S.40) erst erzeugt werden muss. Die Mehrheit der Workshop-Teilnehmer sprach sich deutlich dafür aus, dass die Parkplätze zumindest für eine Stunde kostenfrei sein sollten.

Besucherfreundlichkeit

Wichtig ist, dass das Gratis-Parking von den Workshop-Teilnehmern nicht nur als Massnahme an sich, sondern in einem etwas grösseren Zusammenhang diskutiert wurde: Freundlichkeit gegenüber Besuchern! Die Anbieter (Ladenbesitzer und Gastronomen) unter den Teilnehmern sehen es als äusserst schädlich, «wenn man sofort einen Strafzettel erhält». So wie sich die Anbieter selbst stets an den Kundenbedürfnissen orientieren müssen, so sollten auch die Parkplätze, die Parkplatzbewirtschaftung und letztlich sehr viele Elemente im Zentrum der Kundschaft ein möglichst angenehmes Erlebnis schaffen und diese stets willkommen heissen.

GEZIELTE ANBIETERSUCHE

Es fehlt etwas...

Das Zentrum von Ilanz verfügt über sehr wenig Filialen. Nur rund jede 8. Ladentüre führt in eine Filiale und dabei meist zu Lebensmittelanbietern, 7 von 8 Ladentüren öffnen hingegen in inhabergeführte Geschäfte. Einerseits kann dies als hohe Qualität bezeichnet werden: Die inhabergeführten Geschäfte gibt es so nur im Zentrum von Ilanz, sie sind einzigartig, wohingegen sich in Zentren mit einem hohen Anteil an Filialen eine gewisse Austauschbarkeit breit gemacht hat. Andererseits aber vermissen bestimmte Zielgruppen eben gerade die Angebote von Filialen. Die grösste Lücke herrscht im Angebot für junge Menschen und dabei insbesondere im Modeangebot. Jugendliche und junge Erwachsene können ihren Bedarf kaum in Ilanz decken und müssen nach Chur oder ins Internet ausweichen.

Gewünscht: Filialen und Spezielles

Entsprechend den Ausführungen ist es nicht verwunderlich, dass im Workshop primär gewünscht wurde, mehr Filialen ins Zentrum zu bringen. Der OVS-Leerstand sei für eine Filiale mit einem Angebot an junger Mode geeignet. Entsprechende Anbieter sollen aktiv angegangen werden. Zudem äusserten aber mehrere Workshop-Teilnehmer, dass es zudem mehr «Spezielles» im Detailhandel brauche – beispielsweise

vermisst ein Workshop-Teilnehmer einen guten Schuhladen, andere wünschen sich ganz allgemein kreative und innovative Geschäfte, völlig gleich aus welcher Branche. Auch bei den inhabergeführten Geschäften wird also noch ein Verbesserungsbedarf erkannt, auf den mit der gezielten Anbietersuche reagiert werden soll.

Gemeinsam mit den Eigentümern

Im Workshop war man sich weitgehend einig, dass für die Massnahme der gezielten Anbietersuche vor allem der Dialog mit den Eigentümern verstärkt gesucht werden muss. Eventuell würden sich diese bereit erklären, Mieten ein Stück zu senken, wenn sie im Gegenzug unterstützt werden, gezielt die passenden Anbieter für ihre Geschäftsflächen zu finden. Tiefere Mietpreise könnten das wesentliche Argument liefern, um für die gewünschten Anbieter tatsächlich attraktiv zu werden.

Empfehlung intosens

Die gezielte Anbietersuche ist (aus eigener Erfahrung von intosens) ein erfolgsversprechendes Instrument, um die Detailhandelslandschaft eines Gemeindezentrums aufzuwerten. Allerdings ist der Erfolg der Massnahme von einer zentralen Bedingung abhängig: bei der gezielten Anbietersuche reicht es nicht aus, die passenden Anbieter zu identifizieren und ihnen Ladenflächen anzupreisen, sondern vielmehr muss für sie ein Mehrwert generiert werden. Gegenüber Filialen kann dies die von den Workshop-Teilnehmern eingeforderte Mietpreisreduktion sein. In jedem Fall benötigt diese Massnahme ein kooperatives Vorgehen gemeinsam mit einem Eigentümer oder besser gemeinsam mit den Eigentümern eines ganzen Ortes (Platz, Gasse usw.). Viele Anbieter brauchen aber vor allem eines: ein attraktives Umfeld mit wertvollen Synergien. Wenn also beispielsweise der Landsgemeindeplatz in aller Konsequenz als «dörflicher Treffpunkt» ausgeprägt wird (siehe S.74ff), dann können Gastronomien mit Treffpunktqualitäten deutlich einfacher für diesen Ort gezielt angesprochen und gewonnen werden.

ABGESTIMMTE AKTIONEN VERSORGUNGSANBIETER

Hintergrund

Im Workshop wurde immer wieder und in ganz unterschiedlichem Zusammenhang beklagt, dass etwas an der Grundstimmung getan werden und man im Zentrum besser zusammenarbeiten müsse. Entsprechend wurde als eine Massnahme gefordert, dass die Versorgungsanbieter (und dabei vor allem Detailhandel und Gastronomie) abgestimmte Aktionen durchführen, bei denen sie gemeinsam auftreten und damit eine höhere Sogwirkung entfachen. Im Workshop wurden jedoch keine konkreten Ideen erarbeitet.

Lead beim Gewerbeverein

Der Lead sollte bei dieser Massnahme vom Gewerbeverein wahrgenommen werden. An ihm ist es, gemeinsam mit seinen Mitgliedern die gewünschten Aktionen zu definieren und umzusetzen.

Empfehlung intosens

Aus Sicht von intosens sind abgestimmte Aktionen der Versorgungsanbieter eine wichtige Massnahme auf dem Weg zu einem zukunftsfitten Zentrum. Intosens empfiehlt dem Gewerbeverein, diese Massnahme anzugehen, auch wenn sie im Workshop nur mit einer tiefen Priorität bewertet wurde. Gedankenanstösse für gemeinsame Aktionen könnten beispielsweise sein:

- Mittagsunterhaltung mit Musik,
- abgestimmter Mittagsführer der Gastronomen mit Themenwochen
- Erlebnis Themennacht Shopping (z.B. mit Strassenkünstlern)
- gemeinsame Services (z.B. gemeinsamer Heimlieferservice des Detailhandels)

Die Möglichkeiten sind vielfältig und teils ist mit geringem Aufwand eine grosse Wirkung erzielbar. Allerdings muss dafür konsequent an dem partnerschaftlichen Verständnis der Versorgungsanbieter gearbeitet werden.

ERLE

BNIS

RHEIN ERLEBBAR MACHEN / ANBINDEN



«Indem der Rhein besser angebunden und seine Ufer mit erlebnisreichen Nutzungen versehen werden, wird das Alleinstellungsmerkmal 'erste Stadt am Rhein' mit Leben gefüllt.»



Hintergrund

Die Zugfahrt durch die Rheinschlucht versetzt in Staunen. Voller Vorfreude verlässt man die Rhätische Bahn in Ilanz, dem Ort, der mit dem Slogan «Erste Stadt am Rhein» auf sich aufmerksam macht. Man erwartet eine historische Stadt am Fluss. Der Rhein ist aber nicht sichtbar und noch nicht einmal zu erahnen.

Die Workshop-Teilnehmer erkannten diese Problematik und sehen in einer besseren Anbindung und in einem besseren «Erlebbarmachen» des Rheins eine riesige Chance für das Zentrum. Der Rhein soll auch in

Ilanz eine Magnetfunktion erzeugen. Diese Massnahme wurde von allen im Workshop erarbeiteten Massnahmen als am wichtigsten bewertet.

Gesamtprojekt

Im Rahmen des Workshops sprudelten die Ideen, wie das Rheinufer besser angebunden werden kann, wie es attraktiver gestaltet und mit welchen Nutzungen es angereichert werden könnte. Die Teilnehmer waren sich einig: Es muss ein professionelles «Gesamtprojekt Erlebnis Rheinufer» entstehen. Die Ergebnisse aus dem Workshop sollen dabei nur erste Inputs sein, das Gesamtprojekt soll gründlich und unter Einbindung der notwendigen Experten erarbeitet werden. Und das möglichst bald!

Erlebnis

Folgende Ideen, um das «Erlebnis Rhein» zu verbessern, wurden im Workshop gesammelt:

- Neugestaltung der Rheinbrücke (siehe hierzu S.42f)
- Direkte Zugänglichkeit vom Bahnhof / Bahnhofplatz
- Treffpunkt für Jugendliche (nicht «durchdesignt», sondern mit offenen Nutzungs- und Aneignungsmöglichkeiten) / Lokal für Jugendliche
- Einbootstelle / Zugang für River Rafting (so gäbe es oft etwas zu beobachten)
- Touristische Attraktion (z.B. eine «stehende Welle» zum Surfen)
- Sitztreppe
- Renaturierung
- Wanderwege (mit dem Ziel, nicht nur – wie aktuell – in Ilanz vom Bahnhof aus loszulaufen, sondern das Zentrum mit einem neu gestalteten Rheinufer auch als Tagesziel von Wanderungen zu haben)
- Grillplatz, Aufenthaltsmöglichkeiten
- Rheinwiese als Veranstaltungsfläche / Eventplatz
- Gastronomie am Ufer (oder auch «über» dem Fluss)
- Kunst «im Fluss»

Marketing

Sobald das Rheinufer eine Aufwertung erfahren hat und man den Slogan „Erste Stadt am Rhein“ stolz aussprechen kann, sollte die aufgebaute Erlebnisqualität noch stärker für das Gemeindemarketing genutzt werden. Im Workshop wurde als interessanter Aspekt aufgeführt, dass am Rhein rund 50 Millionen Menschen leben und jeder weiss, welche die letzte Stadt am Rhein ist. Nun sollten die Menschen auch dazu bewegt werden, die erste Stadt am Rhein kennenlernen zu wollen. Eventuell könnten dafür auch Partnerschaften mit anderen Städten am Rhein ins Leben gerufen und damit ein gemeinsames Marketing mit diesen aufgebaut werden. Ziel: Ilanz soll wahrgenommener Teil einer Perlenkette am Rhein werden und von Synergien profitieren.

Akteure

Die Workshop-Teilnehmer regten an, für die Massnahme eine eigene Arbeitsgruppe zu gründen. Gemeinde, Tourismus und Gewerbeverein sollen dabei Schlüsselakteure sein. Es brauche begeisterungsfähige Menschen, Menschen mit Leidenschaft und Initiativgeist, schliesslich soll dieses Projekt Emotionen wecken. Eine solche Arbeitsgruppe lässt sich aus dem Expertenpool heraus initiieren (siehe S.56ff).

Allgemein wichtiger Akteur bei dieser Massnahme ist die Surselva Tourismus AG, die ohnehin bereits damit beschäftigt ist, das Thema Rhein für die Vermarktung der Region stärker zu aktivieren. Die Vermarktung der zukünftigen Qualitäten, aber auch die partnerschaftlichen Lösungen «entlang dem 1'200 Kilometer langen Rhein» sollen im Kern von ihr organisiert werden.

Zudem ist frühzeitig die Einbindung des Kantons vorzusehen. Dies insbesondere auf dem Hintergrund, dass einige Nutzungsideen für das Rheinufer nicht zonenplankonform sind und unnötige Arbeit in eine am Ende nicht realisierbare Richtung vermieden werden soll.

INDOOR SPORT- UND FREIZEITANGEBOTE



«Gut gemachte Indoor-Angebote verhelfen dem Zentrum von Ilanz zu einer spezifischen Positionierung und zu Bekannt- und Beliebtheit gerade auch bei jungen Menschen.»



Hintergrund

Das Einzugsgebiet des Zentrums ist gross. Es umfasst drei Feriendestinationen, die mit grossen Skigebieten und auch attraktiven Wandermöglichkeiten glänzen – erstens Flims, Laax, Falera, zweitens Brigels und drittens Obersaxen, Val Lumnezia. Von dort fährt man nach Ilanz, wenn man etwas braucht. Doch warum nicht auch bei schlechtem Wetter, wenn im Winter der Nebel in den Skipisten hängt oder wenn im Sommer Gewittertage das Wandern unmöglich machen?

Indoor-Angebote

Die Idee, Indoor-Sport und Freizeitangebote zu schaffen, erfuhr bei den Workshop-Teilnehmern grosse Beliebtheit. Zahlreiche Ideen kamen auf

den Tisch: Skatehalle, Freestyle-Halle, Bouldern, Bounce/Trampolin, Kanu, Wassersport und vieles mehr. Gleichzeitig könnte die Indoor-Anlage ein Veranstaltungsort sein, etwa um Konzerte oder Skater-Events durchzuführen. Ein Nutzungs- und Betreiberkonzept soll erarbeitet werden, wofür der Blick am besten zunächst auf gut funktionierende Referenzbeispiele gerichtet werden soll (z.B. Rolling Rock Skate- und Sportzentrum in Aarau). Als geeigneter Standort für Indoor-Angebote wurde von den Workshop-Teilnehmern das Maissen-Areal, eventuell in Verbindung mit dem Mundaun-Center gesehen.

Positionierung und Bekanntheit

Derartige Indoor-Angebote könnten und sollten weit über das Ziel hinausgehen, dass sie nur als Schlechtwetteralternative zu den Bergen gesehen werden. Indoor Sport- und Freizeitangebote wurden von den Workshop-Teilnehmern als «Schlüssel» diskutiert, um dem Zentrum von Ilanz zu Bekanntheit und einer spezifischen Positionierung zu verhelfen. Gerade auch jüngere Personen würden das Zentrum kennenlernen und fortan ganz anders wahrnehmen. Plötzlich wären es nicht mehr die Jugendlichen aus Ilanz, die es nach Chur zieht, sondern Jugendliche aus Chur würden die Indoor-Angebote im Zentrum von Ilanz nutzen.

ERLEBNISREICHTUM FÜR KINDER



Hintergrund

Für Kinder ist das Zentrum nicht attraktiv. Spielmöglichkeiten und Erlebnisse bieten sich ihnen in Wohngebieten, bei der Schule oder am Ortsrand, nicht jedoch im Zentrum selbst. Zumindest ein Stück weit und an gut ausgewählten Orten sollte sich dies ändern. Denn wo Kinder sind, da sind auch Erwachsene und wo Erwachsene sind, da ist die Kaufkraft. Das Zentrum für Kinder attraktiver zu machen, ist also keine rein auf soziale Gesichtspunkte ausgerichtete Zielsetzung, vielmehr geht es auch um eine Förderung und Unterstützung der im Zentrum ansässigen Geschäfte und Restaurants.

Eingebettet und kreativ

Gewünscht sind vor allem Spielmöglichkeiten, die sich nicht auf Spielplätze beschränken, sondern direkt in den öffentlichen Raum eingebettet sind. Ansprechende, kreative Objekte sollen aufgestellt werden, die von Kindern für das Spiel interpretiert und angeeignet werden können, die aber gleichzeitig den Ort verschönern. Stets beliebt sind zudem Spielmöglichkeiten mit Wasser.

Empfehlung intosens

Wünsche, Ideen und Konzepte für eine Verbesserung des Erlebnisreichtums für Kindern könnten in einem Beteiligungsverfahren mit Familien und deren Kinder gesammelt werden. Ein einziger Anlass würde genügen, gut denkbar aber auch, dass sich daraus eine Arbeitsgruppe engagierter Eltern gründen würde, welche die Absicht dauerhaft unterstützt und weiterentwickelt. Auf einem Anlass aufbauend ist dann die Gemeinde in der Verantwortung, die Massnahme schrittweise umzusetzen.

INFORMELLE TREFFPUNKTE FÜR JUGENDLICHE



Möglichkeiten für Jugendliche

Jugendliche suchen beides: Angebote, die auf ihre Bedürfnisse zurechtgeschnitten sind, aber auch Orte, die sie sich selbst spontan aneignen können und die gerade das Gegenteil von «durchdesignt» sind. Und auch an diese informellen Treffpunkte bestehen wiederum unterschiedliche Anforderungen: Manchmal suchen Jugendliche Orte, die sich den kontrollierenden Blicken der älteren Generationen entziehen, manchmal suchen sie sich dagegen genau solche Orte, an denen ihr eigenes Handeln in der Gesellschaft gespiegelt wird und sie Feedbacks erfahren.

Auf diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass einerseits das etwas abgelegene Rheinufer ein beliebter Treffpunkt von Jugendlichen ist (der nach Meinung mancher Workshop-Teilnehmer mit einem Skatepark aufgewertet werden sollte), man aber andererseits vor allem am Abend direkt auf dem Bahnhofsplatz viele Jugendliche antrifft, die dort durchaus eine ganze Weile verweilen – auch länger, als bis zum nächsten Zug.

In dem Workshop wurde erkannt, dass solche Aneignungsorte für die Jugendlichen wichtig sind und dass sie ihnen auch im Zentrum geboten werden sollten. Allerdings herrschte eine gewisse Ratlosigkeit, wie man informelle Treffpunkte, respektive im weitesten Sinne «Möglichkeiten für die Jugendlichen» überhaupt kreieren kann.

Empfehlung intosens

Da sich Jugendliche nicht gerne vorgeben lassen, welche Räume sie nutzen sollen oder dürfen, sollte an der Massnahme unbedingt gemeinsam mit den Jugendlichen gearbeitet werden. Die Empfehlung von intosens liegt hier auf der Massnahme der Jugend-Arbeitsgruppe (siehe S.62f), auch wenn diese von den Workshop-Teilnehmern eher gering gewichtet wurde.

AUFENTHALTSQUALITÄT / KONSUMFREIER ERHOLUNGSRAUM

Hintergrund

Attraktive Versorgungsangebote (Detailhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) sind ein wichtiger Bestandteil eines funktionierenden Zentrums. Gleichzeitig soll ein Zentrum aber auch ein beliebter Erholungsraum sein, den man auch ohne Geld auszugeben aufsuchen und nutzen kann. Gefragt sind Aufenthaltsqualitäten ohne Konsumzwang.

Verweilen und reden

Die bessere Anbindung des Rheinufers an das Zentrum wurde auf diesem Hintergrund als wichtige Massnahme diskutiert, doch auch innerhalb des Zentrums sollte die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum verbessert werden. Den Workshop-Teilnehmern geht es bei dieser Massnahme um die Schaffung von attraktiven Verweil-/Sitzmöglichkeiten in den unterschiedlichen Zentrumsbereichen. Die Verweil-/Sitzmöglichkeiten sollen den Charakter des jeweiligen Zentrumsbereichs unterstreichen (z.B. innovative Sitzelemente am Bahnhofplatz), Geselligkeit und Gespräch fördern und frei von Konsumzwängen sein.

VERANSTA

ALTUNGEN

VERANSTALTUNGEN UND MÄRKTE OPTIMIEREN



«Märkte werden optimiert, Geselligkeits-Veranstaltungen geschaffen und spezifische Angebote entstehen im Städtli.»



Hintergrund

Im Workshop wurde sehr viel über Veranstaltungen und Märkte diskutiert, die das Zentrum von Ilanz bereits zu bieten hat und die verbessert werden könnten. «Veranstaltungen und Märkte optimieren» ist ein im Workshop vertieft diskutiertes Massnahmenbündel, das sich im Kern aus drei Einzelmassnahmen zusammensetzt: «Spezifische Veranstaltungen / Märkte im Städtli», «Märkte erweitern / neue Märkte schaffen» und «Geselligkeits-Veranstaltungen».

Spezifische Veranstaltungen / Märkte im Städtli

Die meisten Workshop-Teilnehmer hätten gerne, dass der Wochenmarkt ins Städtli zügelt. Es wurde aber auch deutlich formuliert, dass die

Marktfahrer selbst skeptisch seien und den aktuellen Standort am Parkplatz bevorzugen, da die Anfahrt bequemer sei und manche Marktfahrer das Fahrzeug als Ausstellfläche benötigen. In diesem Punkt war geradezu das «hitzigste Streitthema» des gesamten Workshops gefunden.

Ein Kompromiss könnte sein, dass der Wochenmarkt zunächst einmal pro Monat ins Städtli zügelt, dort dann aber mit einem Rahmenprogramm bereichert (Musik, Bewirtung usw.) und zudem aktiv beworben wird. Damit sollte für die Marktfahrer ein ausreichender Ausgleich zu dem «unpraktischen Städtli» gegeben sein und es könnte erprobt werden, welche Variante insgesamt den grösseren Mehrwert bietet.

Das «Spezifische im Städtli» (oder zum Beispiel auch für den Landsgemeindeplatz) kann aber auch im Bereich Kunst gefunden werden. Manche Workshop-Teilnehmer wünschen sich, dass Künstler im Städtli eine Art Plattform erhalten, wo sie eigene Werke ausstellen und promoten können. Ilanz selbst aber auch die Region verfügen über genügend Künstler mit entsprechendem Können und Potenzial. Denkbar sind Kunstwochen oder Ausstellungen im öffentlichen Raum.

Märkte erweitern / neue Märkte schaffen

Bestehende Märkte sollen gepflegt und dauerhaft fortgeführt, wo möglich aber auch optimiert und um zusätzliche Angebote erweitert werden. Beispielsweise gelingt es bisweilen offensichtlich kaum, auch junge Menschen mit den bestehenden Angeboten anzusprechen.

Uneinigkeit bestand bezüglich dem Warenmarkt. Einerseits wurde dieser als «nicht mehr zeitgemäss und damit nicht mehr benötigt» betitelt, andererseits fanden sich Stimmen, die in ihm eine beliebte Besonderheit von Ilanz sehen. Auch für den Warenmarkt scheint aber zu gelten: Ein Verharren auf Bestehendem wird bei den sich rasant wandelnden Freizeitbedürfnissen der Bevölkerung langfristig nicht funktionieren und es müssen Ansätze zur «Auffrischung» gefunden werden.

Geselligkeits-Veranstaltungen

In der Pflege der «dörflichen Geselligkeit» liegt ein wichtiges Bedürfnis. Gefragt sind Veranstaltungen, an denen nicht das besondere Programm oder das besondere Angebot, sondern ganz einfach das Miteinander der Einheimischen im Vordergrund steht – kleine «Geschichten», spezielle Veranstaltungen von Einheimischen für Einheimische. Es soll «sympathisch» sein und die Identifikation der Bürger mit ihrem Zentrum (und vor allem mit ihrem Städtli) stärken. Eventuell reichen bereits eine Musikbühne und ein paar Essensstände. Es muss nicht kompliziert sein. Man geht hin, weil man sich kennt und sich treffen möchte.

Akteure

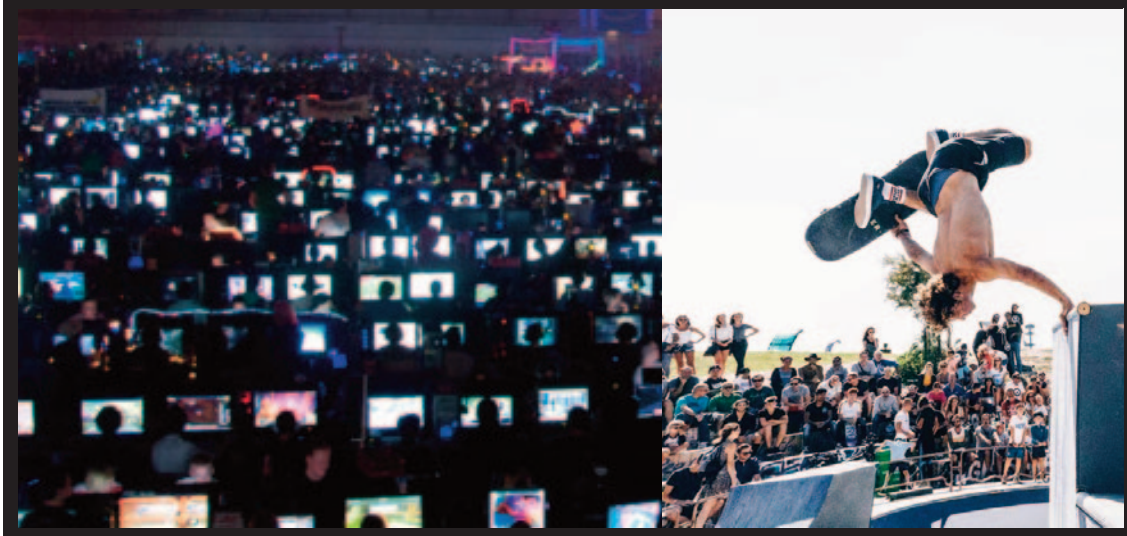
Wie auch bei mehreren anderen im Workshop priorisierten Massnahmen wurde auch bezüglich der Optimierung von Märkten (und sekundär bezüglich anderen Veranstaltungen) gefordert, dass dafür eine eigene Arbeitsgruppe gegründet wird. Aktuell seien die Marktvereine nicht übergeordnet koordiniert, respektive scheint keine enge Zusammenarbeit stattzufinden. Oft seien Märkte zudem durch Einzelpersonen organisiert, womit nicht genügend Ressourcen für eine Ausweitung und Attraktivitätssteigerung der Marktkonzepte gegeben seien. Der Arbeitsgruppe sollen zumindest Marktvereine, beteiligte Gastronomen und Vertreter der Gemeinde angehören und weiter würde eine Mitwirkung von Hotellerie und Tourismus begrüsst. Dies kann über den Expertenpool (siehe S.56ff) organisiert werden. Gestützt auf die Ergebnisse des Workshops soll durch die Arbeitsgruppe zunächst eine gemeinsam getragene «Vision» erarbeitet werden, wohin die Marktlandschaft in Ilanz entwickelt werden soll. Basierend auf diesem gemeinsamen Fundament sollen dann Einzelmassnahmen zur Optimierung und zum Ausbau der Märkte abgeleitet und schrittweise umgesetzt werden.

Eine entscheidende Rolle messen einige Workshop-Teilnehmer zudem der Gemeinde bei. An die Gemeinde wurde appelliert, dass sie eine «positivere Haltung» einnehmen und Ausnahmegewilligungen einfacher vergeben solle. Man ist überzeugt: Bezieht die Gemeinde Stellung, dass Märkte und Veranstaltungen erwünscht sind, dann werden auch Ideen und Angebote aufblühen.

VERANSTALTUNGEN FÜR JUGENDLICHE & JUNGE ERWACHSENE



«Aktionen und Veranstaltungen werden ins Leben gerufen, die auf die Bedürfnisse junger Menschen zugeschnitten sind.»



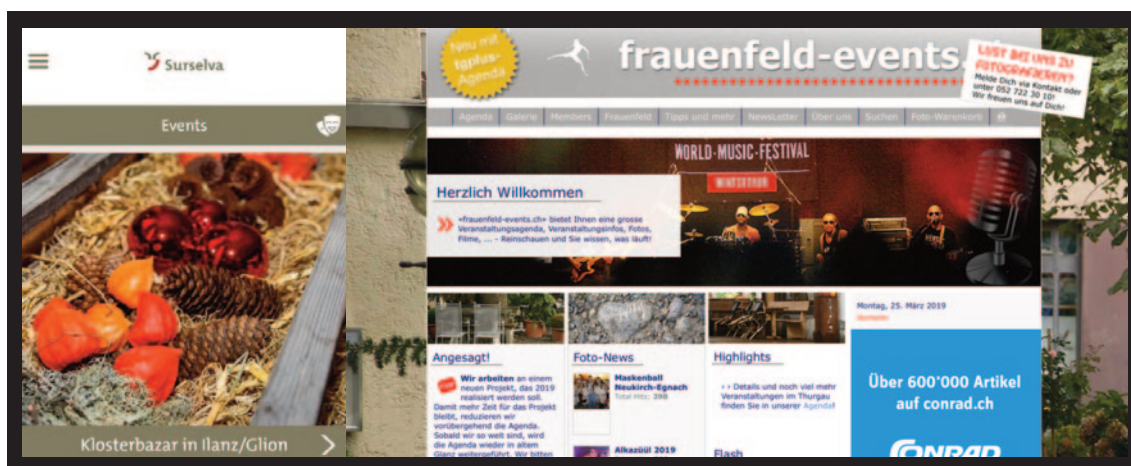
Qualitäten für junge Menschen

Die Idee, mehr Veranstaltungen für junge Menschen zu generieren, erfreute sich bei den Workshop-Teilnehmern grosser Beliebtheit. Dann gelang es allerdings nicht, konkrete Ideen zu entwickeln. Als einziges wurde über temporäre Bespielungen wie etwa Food-Trucks diskutiert, die bei den Jugendlichen beliebt seien. Es blieb im Workshop also weitestgehend bei der allgemeinen Zielsetzung: Gefragt ist eine höhere Qualität im Zentrum für junge Menschen, wofür auf ihre Bedürfnisse zu-rechtgeschnittene Aktionen und Veranstaltungen ins Leben gerufen werden sollen.

Empfehlung intosens

Bei dieser Massnahme zeigt sich das gleiche Problem wie bei der Diskussion um Aneignungsorte für Jugendliche (siehe S.26): Man kann sich nur schwer in diese Zielgruppe hineinversetzen und damit auch nur schwer einschätzen, welche Angebote geschätzt und benötigt werden. Für diese Massnahme empfiehlt intosens daher einen weiteren kooperativen Schritt, etwa einen Workshop mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Zudem kann sich die Jugend-Arbeitsgruppe für die Ideenentwicklung eignen (siehe S.62f).

VERANSTALTUNGSKONZEPT (MIT KALENDER UND KÜMMERER)



Ausgangslage

Was passiert? Und wo? Veranstaltungen sind ein wichtiger Grundpfeiler der Erlebnis-Qualität eines Zentrums. Das Zentrum von Ilanz bietet viel davon, allerdings ist das Programm nicht «kundenfreundlich» aufbereitet. Es ist schwierig, sich zu informieren und herauszubekommen, was man wann und wo erleben kann.

Digitaler Kalender

Die Workshop-Teilnehmer sind sich einig, dass man in Ilanz vieles an Veranstaltungen zu bieten habe, dass man es aber zu schlecht kommuniziere. «Zu schlecht» heisst dabei nicht selbstbewusst genug und unzureichend koordiniert. Aktuell müsse man zahlreiche unterschiedliche (teils nicht zeitgemäss gestaltete) Homepages unterschiedlicher Vereinigungen und unterschiedlicher Einzelanbieter «abklappern» – es gebe nichts «auf einen Blick». Das soll sich ändern. Es soll eine moderne digitale Plattform entwickelt werden, die den gesamten Veranstaltungskalender von Ilanz gebündelt darstellt und die schrittweise um weitere Elemente (z.B. Einkaufs- und Gastronomieangebot) erweitert werden kann. Ziel: Stolz und gut gebündelt kommunizieren!

Koordination

Die Frage ist, ob es mit der reinen Darstellung bestehender Veranstaltungen auf einer gemeinsamen digitalen Plattform bereits getan ist. Es kann davon ausgegangen werden, dass stärkere Synergien ausgeprägt werden können, wenn die Veranstaltungen im Sinne eines Gesamtkonzeptes aufeinander abgestimmt werden. Dafür sind letztlich neben der Gemeinde sämtliche Vereinigungen, Interessensverbände und Einzelpersonen, die Veranstaltungen oder kulturelle Anlässe durchführen, zur Mitwirkung aufgefordert. Denkbar ist, aus dem Expertenpool (siehe S.56ff) heraus eine Arbeitsgruppe zu gründen. Sinnvoll wäre aber auch, eine zentrale Koordinationsstelle einzurichten. Nach Meinung der Workshop-Teilnehmer soll diese Funktion durch die Gemeinde wahrgenommen werden.

EVENT MIT AUSHÄNGESCHILD-CHARAKTER



Stolz und Bekanntheit

Was Ilanz fehlt, ist ein wichtiges Events, das regelmässig durchgeführt und zu einem Aushängeschild der Gemeinde wird. Damit wäre es möglich, den Bekanntheitsgrad der Gemeinde weit über die Region hinaus zu fördern. Im Workshop fand keine Ideenfindung statt, was dabei der bevorzugte Weg sein könnte. Der von intosens unterbreitete Vorschlag eines Alphornfestivals auf einer Rheinwiese wurde eher belächelt. Es herrschte aber weitgehende Einigkeit, dass diese Massnahmenidee nicht wieder in Vergessenheit geraten soll. Die Workshop-Teilnehmern sehen keinen Handlungsdruck, aber man wäre froh, wenn es irgendwann einmal tatsächlich existiert: das jährlich wiederkehrende Event, das den Charakter der Gemeinde in die Welt vermittelt und auf das man stolz ist.

ORT FÜR GROSSANLÄSSE

Von ein paar Workshop-Teilnehmern wurde geäussert, dass Ilanz über einen Ort für grössere Anlässe verfügen sollte. Gesucht wird in erster Linie eine Indoor-Lösung und kein Multifunktionsplatz oder Ähnliches. Mindestens 500 Personen sollten Platz finden, etwa bei Konzerten oder Festen. Auch wurde vereinzelt der Wunsch geäussert, dass sich Ilanz zum Kongressstandort entwickeln könnte.

Als geeigneter Ort wurde das Maissen Areal diskutiert, das einerseits über den ÖV ideal angebunden ist und andererseits zum Zentrum wertvolle Synergien aufgebaut werden könnten. Vereinzelt wurde aber auch das Städtli als der geeignete Ort gesehen, in dem man bestehende Gebäude umnutzen könnte und damit grössere Räumlichkeiten mit viel Atmosphäre und Tradition gewinnen könnte.

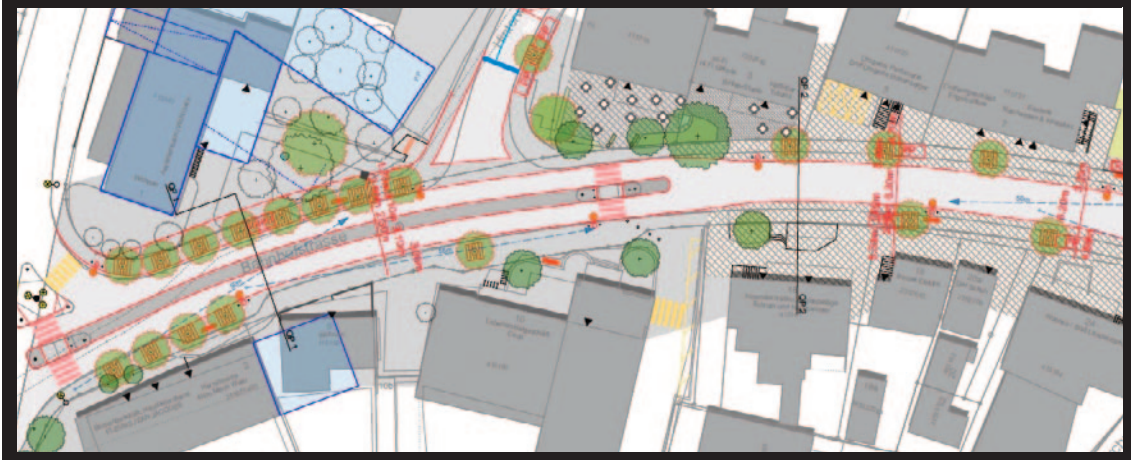
ERSCHEIN

UNGSBILD

GESTALTUNGSKONZEPT GLENNERSTRASSE



«Die Glennerstrasse soll attraktiver gestaltet werden, wobei eine enge Abstimmung mit Eigentümern sowie Anbietern in den Erdgeschossen zu suchen ist.»



Ausgangslage

Die Glennerstrasse kann als Hauptschlagader des Zentrums bezeichnet werden. Hier finden sich zahlreiche Eingänge in Geschäfte, Restaurants und zu Dienstleistungsanbietern. Hier fühlt man den Puls der Stadt. Und doch fühlt man sich etwas unwohl; denn die Glennerstrasse ist alles andere als ansehnlich gestaltet, die Flanierqualität ist gering und wenn sie ausserhalb der Hauptzeiten auch mal schwach frequentiert ist, dann wirkt sie geradezu verwaht. Kurz: Die spürbare Zentrumsfunktion als Hauptschlagader ist der Glennerstrasse gegeben, die passende, sichtbare Form dazu fehlt. Verbesserungspotenzial besteht also vor allem in der Gestaltung.

Neugestaltung

Die Anforderungen, welche an die Neugestaltung der Glennerstrasse gestellt werden, entsprechen den Anforderungen, die bei der Neugestaltung des gesamten «Zentrumskreises» diskutiert wurden – diese werden auf den Seite 72 bis 74 erörtert.

Akteure

Um die Massnahme der Neugestaltung der Glennerstrasse anzugehen, wurde von manchen Workshop-Teilnehmern die Gründung einer Interessensgemeinschaft oder einer Arbeitsgruppe gefordert. Dafür kann der Expertenpool (siehe S.56ff) genutzt werden. Weiter wurde als wichtig erachtet, punktuell auch diejenigen Eigentümer und Anbieter entlang der Glennerstrasse einzubinden, die nicht im Expertenpool vertreten sind.

Die Workshop-Teilnehmer wünschen sich, dass möglichst rasch Fachplaner mit der Erarbeitung eines Gestaltungskonzeptes der Glennerstrasse beauftragt werden, wobei dies zwingend in enger Abstimmung mit der Interessensgemeinschaft oder Arbeitsgruppe – also in einem engen dialogischen Verfahren – erfolgen soll. Damit soll sichergestellt werden, dass sich Gestaltung und Raum in Einklang mit den Nutzungen nicht nur der Aussenräume, sondern insbesondere auch der Erdgeschosse entwickeln und ein synergereiches Zusammenspiel entsteht.

NEUGESTALTUNG BRÜCKE



«Erlebnis Rhein, Anbindung Sontga Clau und Torfunktion – eine neu gestaltete (Fussgänger-)Brücke bringt viele Vorteile.»



Zielsetzung

Die Brücke über den Rhein neu zu gestalten, wurde von den Workshop-Teilnehmer als dritt wichtigste Massnahme der Zentrumsentwicklung betrachtet. Dies ist weniger auf den Zustand der Brücke zurückzuführen, als auf drei Ziele, die mit einer Neugestaltung erreicht werden könnten:

- Bessere Anbindung Sontga Clau
- Ansprechendere «Torfunktion» in den Zentrums kern
- Erlebarmachen des Rheins

Als mögliche Idee wurde diskutiert, den Fussgängerweg von der Fahrbahn zu lösen und beispielsweise versetzt oder unterhalb der Fahrbahn

zu führen. Obgleich die Massnahme eine derart hohe Priorität genoss, wurde in der Diskussion nicht tiefer ins Detail gegangen, respektive erschien es schwierig, innovative Ideen zu kreieren.

Empfehlung intosens

Die Muriinsel in Graz (unteres Bild) ist ein sehr gutes Beispiel, wie eine Brücke anders gedacht und damit eine neue Qualität geschaffen werden kann. Die Muriinsel in der Mitte einer reinen Fussgängerbrücke wurde von einem New Yorker Künstler gestaltet. Auf ihr befindet sich ein Theater, das Platz für 300 Personen bietet, sowie ein Café und einen kleinen Spielplatz umfasst. Viele Anlässe finden hier statt und die Insel war schon Schauplatz mehrerer Spielfilme. Intosens sieht das Potenzial, dass Illanz «im Rhein» eine ähnliche Qualität schaffen kann. Dies wäre keinesfalls günstig, aber neben den drei im Workshop geforderten Zielen können noch einige weitere Ziele der Zentrumsentwicklung mit einem einzigen Projekt eingelöst werden:

- Aushängeschildqualitäten und Magnetwirkung
- aussergewöhnlichen Veranstaltungsort schaffen
- Gastronomie «im Fluss»
- Mut und Innovation demonstrieren

KREATIVE SIGNALTIK



Ausgangslage

Bei den Workshop-Teilnehmern herrschte die Meinung vor, dass man sich im Zentrum von Ilanz relativ schlecht orientieren kann. Von manchen wurde die Orientierung gar schlicht als Katastrophe bezeichnet. Zentrumsräume wie der Bahnhofplatz, Sontga Clau, Altstadt usw. seien merkwürdig miteinander verbunden und teils in sich sehr kleinteilig und verwinkelt. Tatsächlich wird Besuchern nicht gezeigt, wo sie eigentlich was genau finden. Wegziele werden nicht erläutert, die Wege dorthin nicht verraten. Es fehlt eine Signaletik.

Inhalte

Die Signaletik soll Orte gleichermaßen wie Funktionen aufzeigen. Einerseits soll sie also zeigen, welcher Weg zum Städtli oder zum Rhein führt, andererseits aber sollen etwa auch kulturelle und gastronomische Angebote auf ihnen zu finden sein. Dabei kann es bestimmte Schwerpunkte geben. So wurde im Workshop geäußert, dass eine attraktive Signaletik insbesondere im (und zum) Städtli notwendig sei, damit Touristen etwa ihren Weg zum Museum finden.

Form

Von den Workshop-Teilnehmern wurde für wichtig empfunden, dass die Signaletik einem «künstlerischen Anspruch» folgt. Es soll nicht um irgendwelche Metallschilder gehen, die man so auch in einer beliebigen anderen Gemeinde vorfinden könnte. Vielmehr soll durch eine spezifische, zum Charakter des Zentrums passenden und dafür eigenes entwickelte Signaletik nicht nur die Orientierung, sondern auch die Erlebnisqualität im Zentrum verbessern – kunstvoll, innovativ, kreativ!

BEGEGNUNGSZONE BAHNHOFSTRASSE

Vorrang Langsamverkehr

Es wurde mehrmals beklagt, dass der Langsamverkehr im Zentrum zu sehr hinten anstehe. Wohingegen man es als eher unrealistisch einstuft, die Glennerstrasse als Zone für den Langsamverkehr auszuweisen, sehen die Workshop-Teilnehmer bei der Bahnhofstrasse die Voraussetzungen dafür gegeben. Sie soll sich in eine Begegnungszone wandeln, in welcher der Fussgänger vor dem Auto Vorrang hat.

WOHNEN &

& ARBEITEN

WOHNBAUSTRATEGIE



«Mit der Wohnbaustrategie schafft sich die Gemeinde einen langfristigen Orientierungsrahmen zur aktiven Steuerung der Gemeinde- und Bevölkerungsentwicklung»



Hintergrund

Die Bevölkerungszahl von Ilanz stagnierte in den letzten Jahrzehnten weitgehend (der gesamtschweizerische «Alpenraum» stieg leicht an), wobei die Gemeindefraktionen eher einen leichten Bevölkerungsrückgang verzeichnen, hingegen im Hauptort Ilanz ein leichtes Wachstum vorhanden ist. Trotz der geringen Dynamik wurden und werden Wohnungen erstellt, was vor allem auf kleiner werdende Haushaltsgrößen zurückzuführen ist. Bislang ist die Wohnbauentwicklung weitestgehend den Eigentümern und Investoren und damit der Nachfrage am Markt überlassen. Daraus resultiert beispielsweise, dass ein grosser Anteil der neu erbauten Wohnungen auf Alterswohnen ausgerichtet ist. Im Gegensatz zum gesamtschweizerischen «Alpenraum» weist Ilanz

eine leicht überdurchschnittliche Überalterung der Bevölkerung aus, die Region Surselva eine stark überdurchschnittliche Überalterung. Dies wird von Investoren als Markt gesehen, für die Gemeinde bedeutet die Errichtung von altersgerechtem Wohnen jedoch, dass die Überalterung eher noch zusätzlich verstärkt wird.

Wohnen 2030

Die Gemeinde ist aufgefordert, die Ziele ihrer Wohnungspolitik genau zu definieren. Die Workshop-Teilnehmer sprachen sich dafür aus, dass die Gemeinde eine Art Dossier erarbeitet, in dem sie festlegt, wie in Ilanz und vor allem im Zentrum im Jahr 2030 gewohnt werden soll. Dazu zählt das Festlegen von gewünschten Wohn- und Gebäudetypologien ebenso wie die Definition der gewünschten Zielgruppen. Insbesondere erscheint eine Definition wichtig, welche Neubürger gewonnen werden sollen und wie Einfluss genommen werden kann, um für sie die passenden Wohnangebote zu schaffen. Die Gemeinde soll also zu einer aktiveren Rolle gelangen, die auf einem langfristig wirksamen, strategischen Fundament basiert und über welche die zukünftige Bevölkerungszusammensetzung gezielt beeinflusst wird. Klar ist, dass die Wohnbaustrategie nur langfristig wirkt, umso mehr aber sollte sie kurzfristig erarbeitet werden.

Zusammenarbeit mit Investoren

Die Gemeinde ist immer wieder aufs Neue gefordert, mit Eigentümern, Immobilienentwicklern und Investoren zusammenzuarbeiten. Aus Sicht von einigen anwesenden Akteuren aus der Immobilienbranche sei jedoch die Zusammenarbeit mit der Gemeinde schwerfällig und ein speditiveres Handling wünschenswert. Eine Wohnbaustrategie stellt hier eine mögliche Form der Abhilfe dar. Man würde es schätzen, wenn die Gemeinde eine klare Vorstellung verfolgt. Mit einer solchen Orientierung wäre die Lenkung der Investoren durch die Gemeinde erleichtert und damit könnten Verfahren beschleunigt werden. Immobilienentwickler und Investoren erhoffen sich also vor allem eine schnellere, gezieltere und koordiniertere Bearbeitung ihrer Anträge und Projektvorhaben. Des Weiteren erhoffen sich Immobilienentwickler und Investoren durch eine Wohnbaustrategie eine erhöhte Kontinuität, wenn es zu Wechseln in der Politik oder bei Verwaltungsangestellten kommt.

Verknüpfung Strategie Arbeitsstandort

Die Wohnbaustrategie soll eng mit der «Strategie Arbeitsstandort» (siehe S.52) abgestimmt werden, respektive sollten die beiden Strategien soweit möglich gemeinsam erarbeitet und verfolgt werden. Beispielsweise könnte mit einer Förderung der Kreativbranche auf dem Maissen-Areal und der gleichzeitigen Förderung moderner oder alternativer Wohnangebote die Gemeinde attraktiver für junge, dynamische Menschen werden. Klar erscheint: Es bestehen enge, oder gar untrennbare Wechselwirkungen zwischen der Entwicklung der Wohn- und der Arbeitsfunktion der Gemeinde.

MEHRGENERATIONEN-HÄUSER



Hintergrund

Das gute Zusammenleben der Generationen war den Workshop-Teilnehmern wichtig. Eine beliebte Massnahmenidee war daher die Schaffung von Mehrgenerationenhäusern. Nach Einschätzung der Workshop-Teilnehmern sollten Mehrgenerationen-Häuser insbesondere im Zentrumsbereich Sontga Clau eine wichtige Rolle spielen. Auffallend war, dass der Begriff «Mehrgenerationenhaus» sehr unterschiedlich interpretiert wurde, respektive sehr unterschiedliche Wünsche damit verknüpft wurden. Manchen Teilnehmern ging es schlicht darum, dass auf einen guten Mix von jungen und älteren Bewohnern unter einem Dach geachtet wird (steuerbar etwa im Rahmen der Vermietung oder schon früher bei der Erstellung eines bestimmten Wohnungsmixes). Andere Teilnehmer gingen weiter und forderten Häuser mit Gemeinschaftsräumen, in denen sich die Generationen gemeinsam betätigen können.

Begriffsbedeutung

Ein Mehrgenerationenhaus ist mehr als das gemeinsame Leben von Jung und Alt unter einem Dach: In einem Mehrgenerationenhaus sollen die Qualitäten der anderen Generationen kennengelernt und geschätzt werden und es geht um ein synergereiches Miteinander nach dem Motto «jeder hat etwas, was der andere braucht».

Beispiele: Ältere Menschen können ihr Wissen an jüngere Generationen vermitteln, beispielsweise durch Nachhilfestunden für Kinder- und Jugendliche oder durch Kochkurse für deren Eltern. Für die mittlere Generation in der «Rush-Hour-of-Life», die eingespannt ist zwischen der Karriere und der Familienplanung, bietet das Leben in einem Mehrgenerationenhaus vor allem Entlastung, indem ihnen durch andere Bewohner Arbeiten abgenommen werden. Junge Erwachsene können bspw. eine

Unterstützung beim Start ins Arbeitsleben erfahren und dafür im Gegenzug Senioren etwa durch Einkaufs- oder Betreuungsservices unterstützen. Kurz: In einem Mehrgenerationenhaus werden verschiedene Lebensmodelle zu neuen Gemeinschafts- und Wohnformen zusammengeführt.

Gemeinschaftliche Flächen

Dafür verfolgen Mehrgenerationenhäuser den Grundsatz, dass individuelles Wohnen auf das Nötigste reduziert wird, zugunsten von gemeinschaftlichen Flächen, die auch gemeinsam genutzt werden. Beispielsweise bestehen Mehrgenerationenhäuser, deren Wohnungen nur über sehr kleine Küchen verfügen, wofür im Ausgleich den Bewohnern eine grosse Gemeinschaftsküche angeboten wird, in denen neben dem gemeinsamen Kochen auch Kurse, Feste usw. stattfinden.

Empfehlung intosens

Die bislang in Ilanz sichtbaren Ansätze scheinen sich eher mit dem gemeinsamen Leben von jung und alt unter einem Dach zu begnügen. Die Idee des Mehrgenerationenhauses sollte ernster genommen werden. «Echte» Mehrgenerationenhäuser, mit programmierten wie ermöglichten Synergien der Generationen und mit entsprechenden Räumlichkeiten und Angeboten stellen einen Zukunftsmarkt dar. Investoren und Gemeinde können gleichermaßen profitieren. Die Gemeinde könnte dafür vermehrt projektbezogene Kooperationen zu entsprechenden Investoren suchen, wozu auch – oder insbesondere – Genossenschaften zählen.

STRATEGIE ARBEITSSTANDORT



Hintergrund

Das Arbeitsplatzangebot wurde von den Workshop-Teilnehmern als äusserst wichtig für Ilanz und auch für das Zentrum betrachtet. Teils wurde über das Regionalspital gesprochen, teils über das traditionelle Handwerk und dabei insbesondere über das Holzhandwerk und teils wurde ganz allgemein über «attraktive Arbeitsplätze» diskutiert. Der Grundgedankengang ist: Attraktivere Arbeitsplätze führen zu einer höheren Wertschöpfung, womit die Kaufkraft steigt und dies kommt dann am Ende der Kette dem Zentrum, respektive der Anbietern zugute.

«Ganzheitliche Wirtschaftsförderung»

Der Workshop war nicht geeignet, um konkrete Massnahmenideen der Wirtschaftsförderung zu erarbeiten. Aber es wurde eine zwar allgemein, jedoch als sehr wichtig eingestufte Forderung laut: Die Gemeinde soll die zukünftige Entwicklung als Arbeitsstandort nicht dem Zufall überlassen, sondern soll eine klare Strategie erarbeiten. Auf welche Wirtschaftsbereiche wird gesetzt? Wie kann man für diese attraktiver werden? Wie können vor allem jüngere Menschen nach Ilanz gebracht und auch für den Wohnort begeistert werden? Wie gelangt man zu einer Art «ganzheitlichen Wirtschaftsförderung», in der an klar definierte Unternehmen und Arbeitskräfte massgeschneiderte Pakete von harten wie weichen und rationalen wie emotionalen (Standort-)Faktoren kommuniziert werden können?

HANDELSCHULE IM ZENTRUM



Ausgangslage

Beim Kloster, nördlich und oberhalb des Zentrums gelegen, sind aktuell unterschiedliche Bildungseinrichtungen angesiedelt. Dazu zählen Handelsmittelschule, Fachmittelschule, Kaufmännische Berufsschule und Tageshandelsschule. In den Workshops wurde vielfach kritisch geäußert, dass dies (aufgrund der Lage) kein geeigneter Ort für Bildungseinrichtungen für junge Menschen sei. Der Wunsch besteht, dass diese «ins Zentrum gebracht» werden.

Neuer Standort

Als geeigneter Standort wurde das Maissen-Areal diskutiert (siehe S.81ff). Dort sollen allgemein «erweiterte Zentrumsfunktionen» angesiedelt werden. Ihr Ziel ist es, frequentierte Nutzungen nah am Zentrum anzusiedeln und damit zusätzliche Zielgruppen ins Zentrum zu bringen. Bildungseinrichtungen mit engen Synergien zum Umfeld und zu weiteren neuen Angeboten sind dabei explizit gewünscht. Zudem wäre die Bahnhofsnahe des Maissen Areals deutlich geeigneter für die Schüler als die Lage «oben am Berg».

GEMEINSCH

HAFTSSINN

EXPERTENPOOL



«Motivierte Zentrumsakteure erklären sich dauerhaft bereit, in einem Expertenpool mitzuwirken, aus dem heraus projektbezogene Arbeitsgruppen gebildet werden.»



Hintergrund

Die Verabschiedung aus dem Workshop erfolgte am 30. März 2019 um 14 Uhr. Dieser Moment wurde von keinem der beteiligten Akteure als Abschluss verstanden, sondern vielmehr als Auftakt für eine dauerhaft kooperative Zentrumsentwicklung, in der die unterschiedlichen Akteure offener, zielgerichteter, effizienter und vor allem gemeinsam Massnahmen der Zentrumsentwicklung vorantreiben. Dafür braucht es eine gute und passgenaue Organisationform – den Expertenpool.

Expertenpool

Der Expertenpool soll Zentrumsakteuren offenstehen, die bestimmte relevante Themenbereiche des Zentrums vertreten und/oder Fachwissen und/oder eine besondere Motivation oder Engagement mitbringen.

- Themenbereiche: Die über die Experten abgebildeten Themenbereiche sind weit gefächert, da die Innenstadt als Ganzes, in ihrer ganzen Vielfalt weiterentwickelt werden soll. Themenbereiche sind Versorgungsangebote, Kultur, Freizeit, Märkte, Veranstaltungen, Wohnen, Arbeiten und vieles mehr.
- Fachwissen: Es sind Personen gefragt, die spezifisches Fachwissen beitragen, wozu etwa Architekten, Historiker, Soziologen usw. zählen. Auch Meinungsbildnern und Querdenkern aus der Bevölkerung soll der Expertenpool offenstehen – sie bieten breites Wissen über Meinungen und Befindlichkeiten in der Bevölkerung.
- Motivation und Engagement: Bürgerinnen und Bürgern, die weder einen Themenbereich vertreten, noch spezifisches Fachwissen beitragen, soll der Expertenpool ebenfalls offenstehen, sofern sie sich motiviert in eine Arbeitsgruppe einbringen und tatkräftig an Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums mitwirken.

Selbstverständlich soll auch jeder Teilnehmer des abgelaufenen Workshops eingeladen sein, sich über den Expertenpool dauerhaft in die kooperative Zentrumsentwicklung einzubringen. Eine spontane «Umfrage» gegen Ende des Workshops zeigte, dass die absolute Mehrzahl (geschätzt circa drei Viertel) der Workshop-Teilnehmer daran interessiert wären.

Kerngruppe

Auch ein kooperativer Entwicklungsprozess braucht einen starken Lead. Die Workshop-Teilnehmer sprachen sich dafür aus, dass dieser beim Dreiergespann Gemeinde, Gewerbeverein und Surselva Tourismus liegen soll, das sich auch für die bereits erfolgten Schritte verantwortlich zeichnete. Vertreter dieser drei Parteien bilden die Kerngruppe. Die Kerngruppe soll als treibende Kraft agieren und als solche die Umsetzung der im Workshop beschlossenen Massnahmen sowie langfristig die Ergänzung um zusätzliche Massnahmen kontinuierlich vorantreiben.

Es empfiehlt sich, von Beginn an eine leitende Person innerhalb der Kerngruppe zu definieren, bei der die Fäden zusammenlaufen, die sich für Organisatorisches verantwortlich zeichnet und die zentrale Ansprechperson für die Akteure des Expertenpools ist. Für diese Funktion ist mit circa 10 bis 20 Stellenprozent zu rechnen. Eventuell kann dies auch mit einer weiter gefassten Stelle eines Zentrumskümmers, respektive Citymanagers kombiniert sein (siehe S.63f).

Die Kerngruppe legt fest, welche Massnahmen zu welchem Zeitpunkt gemeinsam mit welchen Akteuren aus dem Expertenpool realisiert wer-

den sollen. Es kann hier um einzelne Kontakte oder um Zusammenarbeiten bei einzelnen Projektschritten gehen, durchaus häufig dürften aber massnahmen-/projektbezogene Arbeitsgruppen sein. Innerhalb dieser Arbeitsgruppen können auch Personen aus dem Expertenpool den Lead übernehmen – er muss also nicht bei Gemeinde, Gewerbeverein oder Surselva Tourismus liegen.

Als wichtig wurde im Workshop erkannt, dass nicht allzu viele Massnahmen gleichzeitig bearbeitet werden, man sich also nicht übernehmen sollte. Es ist vielmehr der Wunsch, dass zunächst mit drei oder vier zügig realisierbaren und gleichwohl wirksamen Massnahmen begonnen wird und dann solle man «Schritt für Schritt weitermachen».

Regelmässige Informationen

Prinzipiell ist denkbar (oder sogar wahrscheinlich), dass manche Experten aus dem Expertenpool einige Zeit lang «nichts zu tun» haben, etwa wenn sie Themenbereiche vertreten, die bspw. im Rahmen der Pilotprojekte nicht relevant sind. Daher ist sinnvoll, alle Experten des Expertenpools möglichst laufend über den Fortschritt des «Projekts kooperative Zentrumsentwicklung» zu informieren und Feedbacks einzuholen. Geeignete Form kann dafür der Zentrumsstammtisch sein (siehe S.65).

Empfehlung intosens

Zu der im Workshop erarbeiteten Idee des Expertenpools, respektive zur Organisationsstruktur für die Umsetzung der Massnahmen kann intosens eine sehr kurze Empfehlung abgeben:

Genau so machen!

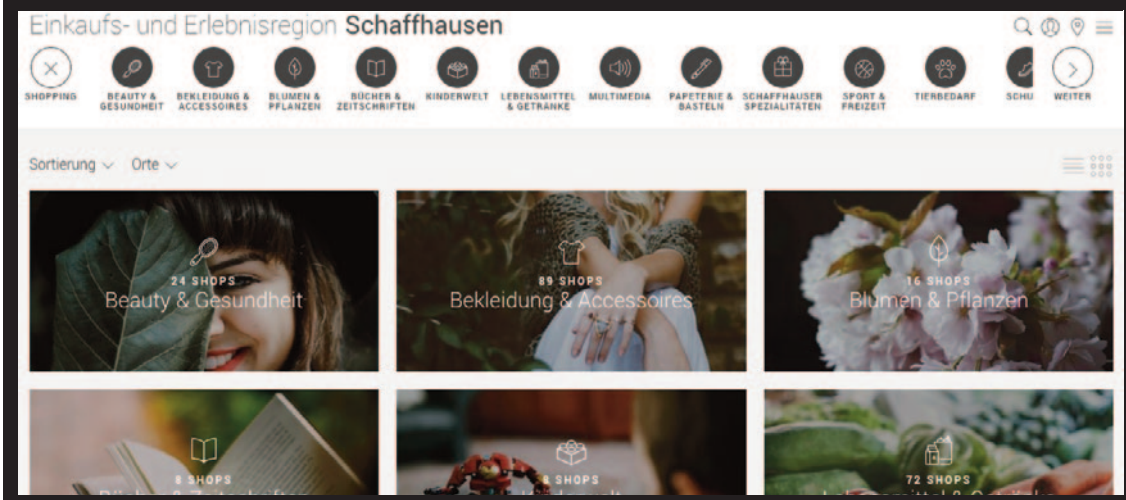
Einschätzung von intosens ist, dass der Lead bei der Umsetzung idealer Weise in einem öffentlich-privaten Zusammenspiel liegen soll, wofür eine Kerngruppe mit Vertretern von Gemeinde, Gewerbeverein und Surselva Tourismus optimal ist. Damit wird der kooperative Ansatz der Zentrumsentwicklung auch organisatorisch verankert. Durchaus möglich ist, dass zu einem späteren Zeitpunkt vereinzelt weitere Partner zur Kerngruppe hinzukommen (z.B. ein Vertreter aus dem kulturellen Bereich oder auch ein Meinungsbildner aus der Bevölkerung).

Als ebenso positiv erachtet intosens die Etablierung eines Expertenpools. Dieses Instrument scheint geeignet, um mit überschaubarem Aufwand in eine kooperative Umsetzung einzelner Projekte zu kommen und dabei individuelle Kompetenzen projektbezogen bestmöglich zu nutzen. Intosens kann unterstützen, einen Erfahrungsaustausch mit der Gemeinde Männedorf am Zürichsee aufzubauen, wo die Arbeit mit einem Expertenpool bereits aufgegleist ist.

KOORDINIERTES GEMEINDEMARKETING



«Koordiniert, selbstbewusst, kreativ und auf modernen Kanälen – zukünftig werden die Qualitäten des Zentrums von Ilanz angemessen vermarktet.»



Bedeutung

«Das Zentrum von Ilanz hat viel zu bieten, es wird aber zu schlecht vermarktet.» Diese am Workshop getroffene Aussage fasst gut die vorherrschende Meinung zusammen. Man habe eigentlich allen Grund, viel selbstbewusster und stolzer aufzutreten. Bislang würden nicht einmal die Autofahrer, die in hoher Frequenz auf der Hauptstrasse vorbeifahren, etwas von der Attraktivität und der Angebotsvielfalt des Zentrums merken. Hier könnte eine einfache digitale Tafel Abhilfe schaffen, noch viel mehr wurde im Workshop aber ein koordiniertes Gemeindemarketing gefordert. In ihm sollen die Qualitäten und Angebote des Zentrums ge-

bündelt und auf geeigneten Kanälen (Internet, Social Media usw.) gegenüber definierten Zielgruppen bekannt gemacht und angepriesen werden.

Tourismusförderung

Bislang erfolgt das Gemeindemarketing hauptsächlich über die Surselva Tourismus AG, was nach Meinung der meisten Workshop-Teilnehmer in der heutigen Form nicht ausreicht. Es wird beklagt, dass Surselva Tourismus eher auf die Qualitäten der Region und der dem Verband zugehörigen Orte mit stärkeren Angeboten im Tourismus und zu wenig auf die Angebote in Ilanz aufmerksam mache. Von den Workshop-Teilnehmern wird die Bekenntnis gefordert, dass es nicht nur um die Täler und Skigebiete, sondern eben auch um die «Hauptstadt» gehen müsse. Die potenziellen Synergien erscheinen für das Zentrum von Ilanz von grosser Bedeutung: Gästen der Tourismusgemeinden soll das Zentrum als beliebte Einkaufs- und Freizeitdestination für Tagesausflüge angepriesen werden. Als konkrete Idee wurde ausgeführt, dass Surselva Tourismus für andere Gemeinden Panoramakarten erstelle und so sollte doch für das Zentrum von Ilanz im gleichen Zug eine Karte mit der vielfältigen Angebotsituation erarbeitet und den Touristen angeboten werden. Zudem solle auf der Website prominenter auf das Zentrum hingewiesen werden, beispielsweise aktuell auf das Reformationsjahr.

Koordinierte Aussen- darstellung

Das Gemeindemarketing soll und kann aber nicht alleine Aufgabe der Surselva Tourismus AG sein. Ziel ist keinesfalls nur eine gebündelte Darstellung von touristischen und etwa auch kulturellen Angeboten, vielmehr geht es um eine attraktive Darstellung der äusserst vielfältigen Qualitäten des Zentrums aus ganz unterschiedlichen Angebotsbereichen. Dazu gehören beispielsweise auch Detailhandels-, Gastronomie- und Freizeitangebote. Entsprechend müssen verantwortliche Akteure aus unterschiedlichen Bereichen in die Massnahmensumsetzung einbezogen werden.

Empfehlung intosens

Die Massnahme «Koordiniertes Marketing» wurde von den Workshop-Teilnehmern als sehr wichtig erachtet, es konnten im Rahmen des Workshops aber kaum Vorstellungen zu Umsetzungsschritten diskutiert oder gewonnen werden. Lediglich wurde mehrmals geäussert, dass diesbezüglich Surselva Tourismus verantwortlich sei.

Intosens empfiehlt jedoch, für diese Massnahme nicht alleine Surselva Tourismus in der Pflicht zu sehen, sondern einen «Marketing-Arbeitskreis» zu gründen. Dieser soll als «Expertenrunde» konzipiert sein, in der Akteure mit leitenden Funktionen aus den zu vermarktenden Bereichen

(Stadtgeschichte, Kultur, Freizeit, Angebotssituation usw.) zusammenarbeiten. Der Marketing-Arbeitskreis definiert die Marke «Zentrum Ilanz», schält die Kernbotschaften für die unterschiedlichen Angebotsbereiche heraus und beschliesst darauf aufbauend, welche Kommunikationskanäle bespielt werden sollen. Der Marketing-Arbeitskreis ist gleichermaßen zuständig für die Mittelbeschaffung sowie für die Beauftragung geeigneter Kommunikationsunternehmen.

Der Lead für den Marketing-Arbeitskreis sollte zu Beginn bei der Steuergruppe (bestehend aus Gemeinde, Gewerbeverein und Surselva Tourismus) liegen. Wenn die Arbeit des Marketing-Arbeitskreises erfolgreich ist, kann langfristig aber durchaus angestrebt werden, dass sich das Gemeindemarketing emanzipiert und nach Vorbild vieler Stadtmarketing-Prozesse in Deutschland eine schlank organisierte, eigenständige Marketing-GmbH aufgebaut wird.

INVESTORENFREUNDLICHKEIT / VERFAHRENSBESCHLEUNIGUNG



Schnittstelle Behörden | Wirtschaft

Der Themenbereich Gemeinschaftssinn hat noch eine ganz andere Facette, die mit der Massnahme «Investorenfreundlichkeit / Verfahrensbeschleunigung» angegangen werden soll. Im Workshop waren Akteure aus der Immobilienwirtschaft und Eigentümer vertreten und diese waren sich einig, dass die Stimmung unter Investoren bezüglich Ilanz in den letzten fünf Jahren positiver geworden ist. Man wolle wieder investieren, es wird jedoch gewünscht, dass die Verfahrensabläufe in Ilanz «investorenfreundlicher» und schlanker gehandhabt werden. Gewisse Verfah-

rensschritte würden noch zu lange dauern. Gefordert wird eine bessere Schnittstelle zwischen den Behörden und der Wirtschaft.

Empfehlung intosens

Ob in Ilanz im Vergleich zu anderen Gemeinden manche Verfahrensabläufe tatsächlich komplizierter oder langsamer ablaufen kann durch intosens nicht beurteilt werden – die Vertreter der Gemeinde haben am Workshop jedenfalls klar widersprochen. Einige anwesende Investoren und Eigentümer äusserten jedoch Vorwürfe und wünschten Verbesserungen in den Rahmenbedingungen. So gesehen tut die Gemeinde in jedem Fall gut daran, die «Beschwerde» ernst zu nehmen und zu prüfen, ob und wie sie Verfahrensabläufe beschleunigen kann und sie gegenüber den Investoren und Eigentümern allgemein mehr als «Partner» auftreten kann.

Gleichwohl ist klar, dass die Gemeinde in einem partnerschaftlichen Verhältnis ihrerseits Forderungen stellen muss und sich keinesfalls den Wünschen der Privatwirtschaft anpassen oder gar unterordnen soll. Das heisst konkret, dass die Gemeinde am besten sowohl mit einer Wohnbaustrategie (siehe S.48f) als auch mit einer Strategie für den Arbeitsstandort (siehe S.52) gut aufgestellt sein sollte, um daraus Forderungen abzuleiten. Nur wenn die eigenen Ziele definiert sind, kann als Resultat eine Win-Win-Situation erreicht werden.

JUGENDARBEITSGRUPPE

Hintergrund

Im Workshop war man sich einig, dass das Zentrum für Jugendliche kaum etwas zu bieten hat, was sich aber ändern sollte. Jugendliche sollen nicht an den Rand gedrängt werden, sondern im Zentrum und in mitten der dörflichen Gesellschaft ihren Platz finden. Damit soll auch ihre Identifikation mit der Gemeinde gefördert werden. In der Arbeit für und mit Jugendlichen braucht es frischen Wind und eventuelle Konflikte sollen nicht gescheut werden.

Arbeitsgruppe

Jugendliche lassen sich nicht an vorgegebene Orte oder Nutzungen binden. Sie wollen selbst ihre Räume finden, aneignen und entsprechend ihren eigenen Ideen nutzen. Entsprechend war man sich im Workshop weitgehend einig, dass man den Jugendlichen nicht nur «vorgedachte» Angebote unterbreiten möchte, sondern dass Ideen und Angebote ge-

meinsam mit ihnen entwickelt werden sollen. Als Massnahme wurde dafür die Gründung einer «Jugend-Arbeitsgruppe» befürwortet, in der engagierte Jugendliche gemeinsam mit ausgewählten Vertretern der Gemeinde tätig sind. Es bestand die Einschätzung, dass sich in Ilanz genügend Jugendliche finden, die engagiert und motiviert in einer Jugendarbeitsgruppe wirken würden. Durch die Arbeitsgruppe entstehen Ideen und Angebote von Jugendlichen für Jugendliche und dabei voraussichtlich ein hoher Anteil an Projekten, bei denen die Jugendlichen selbst mit anpacken, also an der Projektrealisierung beteiligt sind. Mit dieser Vorgehensweise wird gewährleistet, dass sich die Jugendlichen mit den neu geschaffenen Angeboten tatsächlich identifizieren und sie folglich auch rege nutzen. Gerade die Vertreter der Jugend unter den Workshop-Teilnehmern befürworteten diese Massnahme sehr. Sie sehen darin einen sinnvollen Ansatz, um Ideen und Möglichkeiten zu finden und tatsächlich Bewegung in das Schaffen von Angeboten für Jugendliche zu bringen.

Empfehlung intosens

Die Arbeitsgruppe soll hinsichtlich bearbeiteten Themen und Räumen relativ frei agieren können. Gefragt sind gleichermaßen kurzfristige und spontane, wie längerfristige und aufwändigere Massnahmen. Gedacht werden kann zum Beispiel an spezielle Veranstaltungen an unterschiedlichen Orten im Zentrum (Konzerte, Sprayer- oder Skaterwettbewerb, Gaming-Events usw.), aber etwa auch an eine langfristige Wandlung (z.B. Indoor-Angebote auf dem Maissen Areal). Wichtig erscheint, dass die Arbeitsgruppe von Beginn an als beratendes Organ des Gemeinderates positioniert und ernst genommen wird. Der Gemeinderat soll sich für die Prüfung, Initiierung und Umsetzung der erarbeiteten Massnahmen verantwortlich zeichnen und Budgets sprechen – ein zusätzlicher Motivationschub für die Jugendlichen; denn ihre Ideen werden ernst genommen und mit Unterstützung der Gemeinde realisiert.

CITYMANAGER

Hintergrund

«Niemand ist da, wenn ein Anbieter nicht weiter weiss mit seinem Konzept oder wohin mit seinem Anliegen.» Derartige Sätze wurden im Workshop häufig geäussert. Es wurde beklagt, dass eine zentrale Ansprechperson fehle, wenn Akteure im Zentrum ein Anliegen haben oder Unterstützung suchen. Es passiere viel, aber eben vieles unkoordiniert, teils ohne das Wissen, was der Nachbar zeitgleich tut. Synergien bleiben anscheinend auf der Strecke.

Anlaufstelle und Koordinator

Gefordert wurde im Workshop entsprechend die Schaffung der Stelle eines Citymanagers, wobei die Bezeichnung des «Zentrums-kümmers» als passende für das Zentrum von Ilanz erachtet wurde. Der Zentrums-kümmers soll die erste Anlaufstelle aller Zentrumsakteure (Ladenbesitzer, Gastronomen, Eigentümer usw.) sein, die ein Anliegen haben oder ein Vorhaben verfolgen, das Auswirkungen auf das Zentrum hat. Zudem soll der Zentrumskümmers die Probleme integral, über die Disziplinen hinaus angehen und Handlungen ganz unterschiedlicher Akteursgruppen ständig und bestmöglich koordinieren – vernetzen, vermitteln und Hilfestellungen bieten. Benötigt wird eine professionelle, bestens vernetzte und charmante, respektive bei allen Seiten beliebte oder zumindest von allen Seiten akzeptierte Person. Trotz der hohen Anforderungen verbreitete sich im Workshop die Einschätzung, dass dafür rund 20 Stellenprozent benötigt würden und dass diese Rolle durch eine Person ausgeführt werden kann, die bereits bei der Gemeinde angestellt ist.

Empfehlung intosens

Für die Position eines Zentrumskümmers (im Sinne eines Citymanagers) dürften die im Workshop geforderten rund 20 Stellenprozent nicht ausreichen. Erfahrungen aus Städten und Gemeinden in den Nachbarländern Deutschland und Österreich zeigen, dass die Stelle eines Citymanagers nahezu immer eine Vollzeitstelle ist, auch wenn die Gemeinde von überschaubarer Grösse ist. Zudem zeigen die Erfahrungen, dass der Citymanager am besten neutral aufgestellt sein sollte, sprich dass er der Gemeinde und privaten Akteursgruppen gleichermaßen verpflichtet sein und auch gemeinsam finanziert werden soll, um die komplexe Koordinationsfunktion zwischen ganz unterschiedlichen Akteuren bestmöglich ausüben zu können. Die Ansiedlung dieser Funktion bei einer Person der Gemeindeverwaltung bietet sich auf diesem Hintergrund nicht an. Ein Citymanager zu sein, bedeutet einen ausserordentlich anspruchsvollen und anstrengenden Beruf auszuüben. Ständige Präsenz, aufwändiges Netzwerken, fachlich breites Knowhow mit stets neuen Herausforderungen und Einsatz weit über den Büroalltag hinaus gehören zur beruflichen Realität. Intosens unterstützt die Meinung der Workshop-Teilnehmer, dass die Stelle eines Zentrumskümmers für das Zentrum von Ilanz sehr wertvoll wäre, allerdings darf der Aufwand nicht unterschätzt werden und es sollte die Stelle von Beginn an mit hoher Professionalität ausgeübt werden. Es lohnt der genaue Blick auf Referenzbeispiele in Österreich und Deutschland, was die Arbeit eines Citymanagers respektive Zentrumskümmers umfasst und unter welchen Voraussetzungen dieser erfolgreich arbeiten kann.

ZENTRUMSSTAMMTISCH

Regelmässige Information

Der Zentrumsstammtisch kann eine sinnvolle Ergänzung zum Expertenpool sein. Über den Expertenpool werden Zentrumsakteure projektbezogen eingebunden, was aber auch bedeuten kann, dass manche Akteure längere Zeit «nicht benötigt» werden, wenn ihre Kompetenzen in den aktuell umgesetzten Massnahmen schlicht nicht relevant sind. Ein ein- bis maximal dreimal pro Jahr stattfindender Zentrumsstammtisch hält auch bei diesen Akteuren die Motivation aufrecht. Wichtigster Inhalt soll der Informationsaustausch über laufende Projekte sein, wobei sich allen Zentrumsakteuren die Chance bietet, ihre Feedbacks und Ideen einzubringen.

Fortlaufende Ideenentwicklung

Zudem soll der Stammtisch die Möglichkeit bieten, dass Akteure neue Anliegen oder Projektideen einbringen und zur Diskussion stellen können. Der Stammtisch kann damit in lockerer Form der dauerhaften Fortführung der gemeinsamen Lösungsfindung in der Zentrumsentwicklung dienen, wie sie im Workshop begonnen wurde.

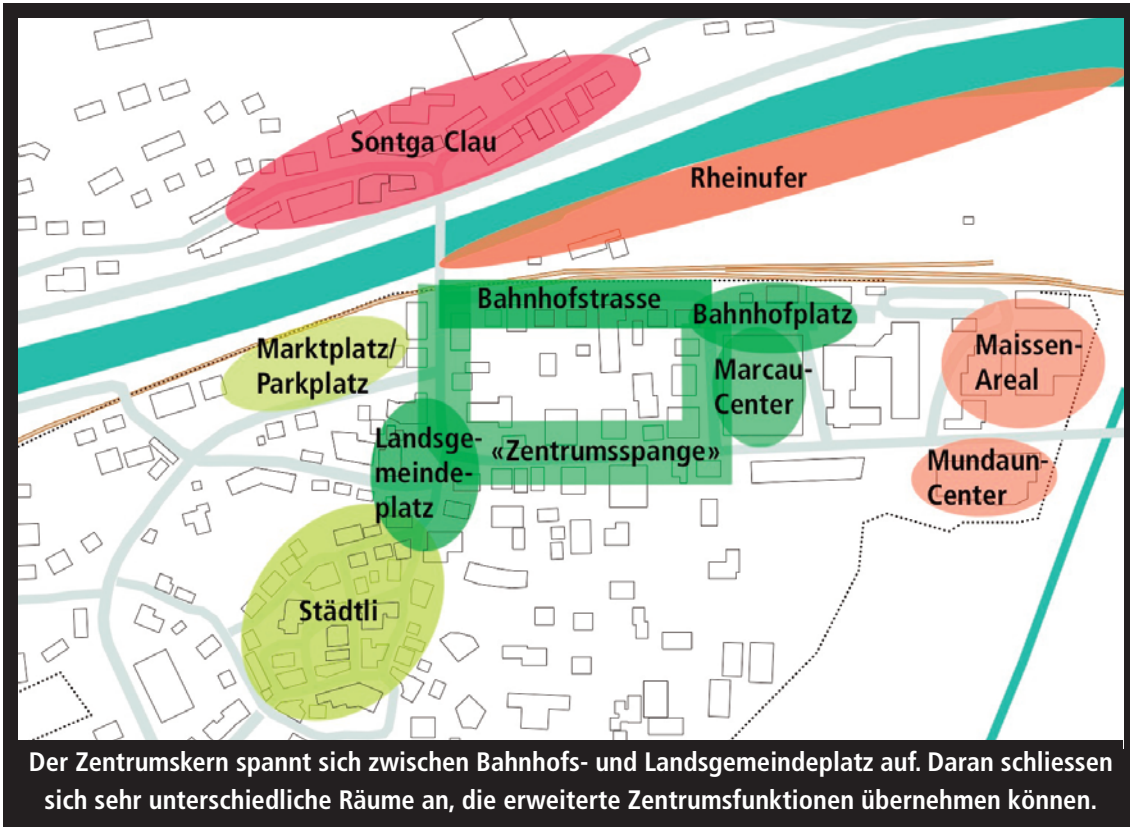
Jeder ist willkommen

Prinzipiell soll der Zentrumsstammtisch jedermann offen stehen und sich nicht auf die Akteure aus dem Expertenpool beschränken. Im Gegenteil: Über den Zentrumsstammtisch können laufend weitere Akteure für eine Teilnahme am Expertenpool motiviert werden.

ZENTRUMS

SBEREICHE

ZENTRUMSBEREICHE



Klare Rollenverteilung

Das Zentrum von Ilanz ist verhältnismässig gross und heterogen. Die Heterogenität kann als Voraussetzung betrachtet werden, dass das Zentrum in dieser Grösse überhaupt funktionieren kann. Das heisst, es braucht eine klar definierte Abfolge unterschiedlicher Zentrumsräume, die sich in Charakter, aber auch in ihren Nutzungen unterscheiden. Ein Ziel des Workshops war, Ansätze für die Schärfung der individuellen Ausrichtungen der wichtigsten Zentrumsräume zu entwickeln.

Auswahl der vertieften Zentrumsbereiche

In der nebenstehenden Karte sind die Zentrumsbereiche von Ilanz dargestellt. Farblich ist gekennzeichnet, welche Wichtigkeit die Workshop-Teilnehmerinnen und –Teilnehmer den einzelnen räumlichen Bereichen in Zukunft beimessen. Diese Einschätzung wurde bereits VOR der Durchführung des Workshops abgegeben. Grün markiert sind Zentrumsbereiche von höchster, rot sind Zentrumsbereiche von geringster Bedeutung.

Auf sechs Zentrumsbereiche wurde im Workshop vertieft eingegangen, auch wenn diese von den Teilnehmerinnen und –Teilnehmern teils als (eher) unbedeutend für die Zukunft des Gemeindezentrums angegeben wurden:

- Bahnhofplatz
- Zentrumskreis («Zentrumsspange» und Bahnhofsstrasse)
- Landsgemeindeplatz
- Städtli
- Sontga Clau
- Maissen Areal

Dafür fanden zwei je knapp halbstündige Arbeitsrunden statt, in denen aufgeteilt auf drei Arbeitsstationen Vorstellungen zur zukünftigen Entwicklung der Zentrumsbereiche erarbeitet wurden. Die Teilnehmer konnten dabei frei wählen, an welcher Diskussion sie teilnehmen wollten und konnten sich frei zwischen den Arbeitsstationen bewegen.

Auf eine vertiefte Bearbeitung der drei weiteren abgebildeten Bereiche wurde in diesem Teil des Workshops verzichtet. Grund ist, dass das Rheinufer und der Parkplatz (Stichwort: Märkte) ohnehin im Rahmen favorisierter Massnahmen vertieft betrachtet wurden und dass sich das Mundaun Center (im Besitz der UBS) Einflussmöglichkeiten weitgehend entzieht.

BAHNHOFSPLATZ



«Entwicklungsziel: Der Bahnhofplatz wird zum urbanen Treffpunkt – ein stylisher Ort mit hoher Aufenthaltsqualität und innovativen Nutzungsangeboten»

Ausgangslage

Das kürzlich eröffnete Marcau-Center mit einer grossen Migrosfiliale und dem Migros-Restaurant scheint den Dorftreffpunkt neu an den Bahnhofplatz verlagert zu haben. Bisweilen spielt sich dabei das Meiste im Inneren des Marcau-Centers und insbesondere im Migros-Restaurant ab - also innerhalb der Mauern eines privaten Anbieters mit Konsumpflicht. Dies soll sich im Rahmen einer Neugestaltung des Bahnhofplatzes (mit der Verlagerung des Bushofes) und einem Neubau des Bahnhofgebäudes verändern.

Tragende Idee

Der Bahnhofplatz soll zum urbanen Treffpunkt von Ilanz werden. Ein «stylisher», moderner Ort mit hohen Aufenthalts- und Treffpunktqualitäten und einem attraktiven, möglichst innovativen Nutzungsangebot.

Ein echter Platz

Die Workshop-Teilnehmer diskutierten die räumliche Wirkung des Ortes: Aus dem Bahnhofplatz soll ein «echter» Platz werden. In der heutigen Ausgestaltung würde der Bahnhofplatz eher als «Schlauch» wahrgenommen und die Teilnehmer äusserten Bedenken, dass dies mit der geplanten Riegelbebauung des neuen Bahnhofgebäudes immer noch der Fall sein könnte. Gefragt ist ein von Verkehr befreiter, vollständig barrierefreier, gut gefasster und wohldimensionierter Platz.

Dass sich der Platz durch den neuen Riegelbau verkleinern wird, sehen die Teilnehmer kritisch. Es wurde offen über Ideen wie ein Hochhaus und

andere städtebauliche Lösungen diskutiert. In der aktuell angedachten städtebaulichen Form des grossen Riegels scheint noch nicht das Optimum gefunden zu sein.

Urbaner Treffpunkt

Dieser Platz soll über seine Ausgestaltung und seine Nutzungsmöglichkeiten zum echten urbanen Treffpunkt werden. Den Workshop-Teilnehmern ist dabei wichtig, dass auf dem zukünftigen Bahnhofplatz «nicht zu viel vorgegeben» wird. Die Gestaltung des Platzes soll die Nutzungsmöglichkeiten nicht einengen. Zwei Begriffe prägten die Diskussion um den zukünftigen urbanen Treffpunkt:

- Multifunktionalität: Der Bahnhofplatz soll viele Nutzungsmöglichkeiten anbieten: Von einfachen Sitzmöglichkeiten, über Aussenbestuhlungen durch Gastronomen bis hin zu temporären Bespielungen und auch mal der ein oder anderen grösseren Veranstaltung.
- Aneignung: Mit Aneignung ist gemeint, dass ganz unterschiedliche Personen den Ort entsprechend ihren ganz individuellen Bedürfnissen beanspruchen und damit seine Nutzungen mitgestalten können. Aneignungsmöglichkeiten in einer trendigen Umgebung erscheinen gerade auch für junge Zielgruppen wichtig, die aus Sicht der Workshop-Teilnehmer eine zentrale Zielgruppe der zukünftigen Entwicklung des Bahnhofplatzes sein sollten.

Wow-Effekt

Der Bahnhofplatz als Ankunftsort soll einen gewissen Wow-Effekt auslösen. Denn der erste Eindruck zählt – hier betritt der Besucher erstmals die Gemeinde und er soll gleich positiv überrascht werden. Einerseits soll der Bahnhofplatz dafür zum Eye-Catcher werden: ein moderner, stylischer und kreativ designerter Ort. Andererseits sind es auch innovative Nutzungsangebote, die hier zum Wow-Effekt beitragen sollen, wie etwa temporäre Bespielungen durch Food-Trucks oder Pop-Ups oder auch eine innovative Form einer Gemeinde- und Tourismusinformation. Die Besucher sollen auf eine Art und Weise willkommen geheissen werden, wie sie niemand von Ilanz erwartet hätte.

Erdgeschossnutzungen

Die Erdgeschossnutzungen auf der Seite des Marcau-Centers scheinen gesetzt. Für den geplanten Neubau des Bahnhofgebäudes wünschen sich die Workshop-Teilnehmer eine innovative Form einer Tourismus-Info, die beispielsweise mit einem trendigen Café verknüpft sein könnte. Hinzu kommen sollte ein Anbieter, der regionale Produkte verkauft – als Empfang und für Durchreisende. Allgemein werden zahlreiche interessante Kontaktflächen zwischen Innen- und Aussenräumen gewünscht, die zu einer Belebung des Bahnhofplatzes beitragen. In den Obergeschossen könnte eventuell die Handelsschule unterkommen (siehe S.53).

Verbindungen

Der Bahnhofplatz ist aktuell unzureichend mit anderen Zentrumsräumen vernetzt. In der neuen Platzgestaltung sollte vor allem die Verbindung in Richtung des Landsgemeindeplatzes selbsterklärender und attraktiver werden, egal ob über die Post- und Glennerstrasse (siehe S.40f) oder über eine Begegnungszone in der Bahnhofstrasse (siehe S.45).

Für die Workshop-Teilnehmer war noch eine weitere Verbindung von höchster Bedeutung: jene zwischen dem Bahnhofplatz und dem Rhein. Um den Rhein erlebbar zu machen (siehe S.20ff) soll direkt vom Bahnhofplatz aus eine Verknüpfung hergestellt werden, wofür alle Register gezogen werden sollen: direkte Wegeverbindung, Sichtverbindung, Signalistik, Verwendung des Elements Wasser usw.

ZENTRUMSKREIS



Ausgangslage

Zum Zentrumskreis werden die Poststrasse, die Glennerstrasse, die Via Centrale und die Bahnhofstrasse gezählt. An diesen Strassen befindet sich die absolute Mehrzahl der Detailhandels- und Dienstleistungsangebote der Gemeinde. Allen vier Strassen ist gemein, dass sie primär auf den Autoverkehr ausgerichtet sind und nur über eine geringe Flanier- und eine noch tiefere Aufenthaltsqualität verfügen.

Tragende Idee

Der Zentrumskreis soll zur innovativen, frischen Kernzone entwickelt werden. Entlang der vier Strassen(abschnitte) soll auch zukünftig das Versorgungszentrum der Gemeinde sein, allerdings mit einer deutlich erhöhten Flanierqualität, wofür gestalterische Massnahmen und eine Verlangsamung des Verkehrs gewünscht sind.

Gestalterische Aufwertung

Die Workshop-Teilnehmer betonten mit einigem Nachdruck, dass sie sich eine einheitliche Gestaltung des gesamten Zentrumskreises, also aller vier Strassen(abschnitte) wünschen. Gemeint ist damit nicht, dass jeder Abschnitt möglichst gleich aussehen soll, sondern dass der Zentrumskreis mit einzelnen sich wiederholenden gestalterischen Elementen (z.B. moderne Beleuchtung, trendige Stadtmöblierung, Begrünung) als zusammenhängender Versorgungskern wahrgenommen wird. Entsprechend wird als sinnvoller erster Schritt gesehen, ein Gestaltungskonzept für den gesamten Zentrumskreis zu erarbeiten, das langfristig und schrittweise umgesetzt werden kann. Eine enge Abstimmung ist dabei mit der Neugestaltung des Bahnhofsplatzes anzustreben, die auch als Auftakt für ein Grossprojekt «Neugestaltung Zentrums Kern» genutzt werden kann.

Für die Workshop-Teilnehmer war klar: Es muss zukünftig stärker um die Qualität für Fussgänger (und eventuell auch für den gesamten Langsamverkehr) gehen. Es wurden keine weiteren Parkplätze gefordert, sondern eine gute Gestaltung, die Schaffung von Erlebnissen, die Verbesserung der Orientierung und anderes mehr wurde stets mit dem Blick auf die Attraktivitätssteigerung für Fussgänger diskutiert.

Klar ist aber auch, dass der Wandel weg von «gezielter Autokundschaft» hin zu mehr «flanierender Laufkundschaft» behutsam und langsam erfolgen muss. Aktuell sind viele Anbieter auf Parkplätze in unmittelbarer Nähe zu ihren Geschäftseingängen angewiesen und die Parkplatzzahl sollte frühestens dann reduziert werden, wenn für die Geschäfte bereits ein (in den Umsätzen) spürbarer Mehrwert durch eine Erhöhung der Flanierqualität erreicht wurde.

Verkehr / Verkehrsraum

Die Workshop-Teilnehmern wünschen sich für den Zentrumskreis eine Verlangsamung des Verkehrs. Es wurden Ideen wie die Einrichtung einer Begegnungszone diskutiert, wobei dies zumindest für die Glennerstrasse und die Via Centrale als überzogen bewertet wurde. Hingegen kann man sich durchaus die Einrichtung einer durchgängigen Tempo 30 Zone vorstellen und dass der Strassenraum zukünftig von Hauskante zu Hauskante gedacht und nicht mehr die Fahrbahn strikt abgegrenzt wird. Die Gemeinde solle entsprechende Schritte prüfen und sie gemeinsam mit den Zentrumsakteuren des Workshops und weiteren betroffenen Eigentümern und Anbietern besprechen.

Erdgeschoss-Auftritte

Mit den heutigen Angeboten am Zentrumskreis sind die Workshop-Teilnehmer zufrieden, weswegen als Zielsetzung festgehalten wurde, dass die Angebotsvielfalt an Detailhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Weiterem gepflegt und erhalten bleiben soll. Was sich aber durchaus wandeln soll, ist der Auftritt der bereits bestehenden Anbieter. Die Anbieter verfügen über eine höhere Qualität, als sie dies nach aussen zeigen. Es besteht der Wunsch, dass sich die Anbieter besser sichtbar, stolzer und auch innovativer präsentieren (siehe S.10ff).

LANDSGEMEINDEPLATZ



«Entwicklungsziel: Der Landsgemeindeplatz wird zum beliebten Ort der Geselligkeit, an dem das dörfliche Miteinander gepflegt wird.»

Ausgangslage

Am Landsgemeindeplatz bestehen gemeinsam mit der Kreuzung Glennerstrasse / Via Centrale beste Voraussetzungen für einen Dorfplatz mit hoher Zentralität: Aufenthaltsqualitäten, funktionierende Geschäfte, öffentliche und kulturelle Einrichtungen nur einen Steinwurf entfernt, gastronomische Angebote und auch die Kirche ist am Platz. Noch scheint aber etwas nicht zu stimmen. Zwischen den einzelnen beschriebenen Funktionen und Angeboten scheinen kaum Synergien zu bestehen und die Belebung ist eher gering. Der Ansatz ist bereits erkennbar, dass hier eine höhere Aufenthalts- und Erlebnisqualität durch eine teilweise Neugestaltung geschaffen werden sollte - weg von der funktionalen Ausrichtung als Parkplatz, hin zum echten Dorfplatz. Dabei ist man noch nicht am Ziel.

Tragende Idee

Der Landsgemeindeplatz soll sich zum beliebten Ilanzer-Treffpunkt entwickeln, der Aufenthaltsqualitäten bieten, der von der Gastronomie bespielt wird und auf dem niederschwellige Aktionen stattfinden. Hier soll die dörfliche Geselligkeit ihren Kristallisationspunkt erhalten.

Treffpunkt-Gastronomie

Eine auf Geselligkeit ausgerichtete, besondere Gastronomie soll an den Platz kommen und den Ort unbedingt auch mit Aussenplätzen nutzen. Art und Stil des Gastronomie-Konzeptes sollen vordefiniert sein, den passenden Betreiber möchte man mit einer gezielten Anbietersuche finden (siehe S.14f). Man wünscht sich weder eine teure Weinbar, noch etwas allzu Ausgefallenes und auch keinen «Exoten», der sich nur an eine spezifische Zielgruppe richtet. Vielmehr wird ein «junger, einfacher und unkomplizierter» Anbieter im mittleren Preissegment gesucht, bei dem sich jedermann wohl fühlt und bei dem man gerne etwas trinken geht – eine Treffpunkt-Gastronomie für breite Teile der Bevölkerung.

Eventuell eignet sich als Räumlichkeit der aktuelle Leerstand des ehemaligen OVS-Geschäftes, sinnvoller erscheint den Workshop-Teilnehmern aber eine Lage weiter hinten ab Platz und damit weiter abseits von der Strasse.

«Garaga»-Bar-Café

Die Workshop-Teilnehmer waren von der Idee, das Tankstellengebäude am Landsgemeindeplatz in ein cooles Lokal umzuwandeln und vorzugsweise eine Café-Bar oder eventuell ein Bistro einzubauen. Der Charme sollte authentisch belassen werden und den «Tankstellen-Groove» transportieren. Es wird ein frecher, unüblicher Auftritt erwünscht, wobei das Lokal nicht nur für junge Menschen sein sollte. Es sollte auch am Tag geöffnet sein, da man keine zweite reine Bar an diesem Ort brauche (die Jackson-Bar gegenüber öffnet erst um 16 Uhr).

Platzgestaltung und -beispielung

Die bereits erfolgte Neugestaltung des Landsgemeindeplatzes genießt bei den Workshop-Teilnehmern hohe Beliebtheit. Es wurde mehrfach geäußert, dass dieser Platz nun schön und man sogar stolz auf ihn sei. Geklägt wird aber, dass er einfach zu wenig genutzt würde. Entsprechend sehen die Teilnehmer auch in der Platzgestaltung noch weitere Verbesserungsmöglichkeiten:

- Kinderspiel: Aktuell sei der Platz für Kinder unattraktiv. Dies wäre der passende Ort, um Objekte aufzustellen, die sowohl zum Kinderspiel genutzt werden können als auch eine gestalterische Aufwertung bringen (siehe S.25).
- Mobile Sitzgelegenheiten: Auf der grossen halbrunden Bank fühle man sich etwas verloren, ausserdem sei sie oft im Schatten. Mobile Sitzgele-

genheiten würden eher Leute animieren, sich hier niederzulassen. Man könnte sich freier positionieren und ausrichten.

- Promotionsfläche: Auf dem Landsgemeindeplatz könnte eine Fläche ausgeschieden werden, auf der mietbare Verkaufsflächen zur Verfügung stehen. Dadurch würde es beispielsweise Landwirten, (Kunst-)Handwerkern oder auch Künstlern erleichtert, mal tageweise ihre Produkte auszustellen, bekannt zu machen und zu verkaufen. Ergänzt werden könnte die Idee der Food-Trucks.
- Weihnachtszauber: Der stolze Weihnachtsbaum braucht anscheinend noch das passende Umfeld. Es scheint bereits im Gespräch zu sein, dass es noch mehr Weihnachtsdekoration, sprich –atmosphäre braucht.
- 1.-August-Festzelt mehr nutzen: Das grosse Zelt steht jeweils eine Weile auf dem Landsgemeindeplatz, wird jedoch nur an einem Abend richtig genutzt. Es sollen Ideen entwickelt werden, wie das Zelt noch weitere Tage und Abende genutzt werden kann.
- Feste und Märkte: Die beliebten lokalen Feste und Märkte sollen weiterhin hier stattfinden und eventuell um weitere Anlässe ergänzt oder verlängert werden.

STÄDTLI



«Entwicklungsziel: Als ‚genutzter Identitätsanker‘ bietet das Städtli attraktive Veranstaltungen und spezifische Geschäfte und gastronomische Angebote.»

Ausgangslage

Im Städtli geht es ruhig her. An vielen Tagen sind die Gassen leer, alles wirkt aufgeräumt, es ist wenig los. Der Zustand der Bausubstanz ist sehr unterschiedlich, einige Gebäude sind stolz herausgeputzt, andere zeugen von beginnendem Verfall. Trotzdem ist der Gesamteindruck stimmig: es ist ein stiller, in sich gekehrter Teil der Gemeinde. Vereinzelt Läden haben dort ihren Platz gefunden. Die Frage ist nun, was aus diesem Ort werden soll und wie er für grosse Teile der Bevölkerung ein Identitätsanker bleiben oder als solcher gestärkt werden kann.

Tragende Idee

Das Städtli soll als «genutzer Identitätsanker» leben. Historische Ortskerne haben ganz allgemein die wichtige Rolle, dass sich die Bevölkerung mit ihnen identifiziert und sie damit Heimatgefühl verkörpern. Doch funktioniert ein solcher Identitätsanker dauerhaft nur, wenn man ihn auch nutzen kann. Das Städtli darf sich daher nicht auf die Funktion eines Wohnortes reduzieren, der nur noch von den Bewohnern selbst genutzt wird und einen grossen Teil der Bevölkerung ausgrenzt. Entsprechend war im Workshop unumstritten, dass das Städtli mehr genutzt werden soll. Damit es nicht zum Freilichtmuseum verkommt, braucht es ein Belebungskonzept. Zwei Elemente erscheinen dabei zentral: Punktuelle Belebung durch Veranstaltungen und dauerhafte Belebung durch Versorgungs- und Genussangebote.

Veranstaltungen

Ilanz ist «Reformationsstadt Europas» und aktuell im Reformationsjubiläum finden einmal monatlich verschiedene Kulturführungen (u.a. mit Schauspielern, die sich historisch kleiden) statt. Dies erscheint der richtige Ansatz: Spezifische Veranstaltungen und Aktionen sind gefragt, am liebsten jene, die Tradition und Brauchtum des Städtli thematisieren. Im Workshop wurden dazu zahlreiche Ideen gesammelt:

- Geschichte erlebbar machen (Video, QR-Code): Für Städtli-Besucher könnte z.B. mittels QR-Code zusätzliche Infos zu den Gebäuden und dessen Geschichte in Video, Audio oder 3D-Form zugänglich gemacht werden. Moderne Medien könnten bei Stadtrundgängen eingesetzt und damit Tradition und Brauchtum auch für jüngere Menschen attraktiver aufbereitet werden.
- Innenhof Museum vermieten: Der schöne Innenhof des Museums könnte für kleinere Feste oder Konzerte vermietet werden. Restaurants des Städtli könnten das Catering übernehmen.
- Konzerte in der Kirche: Kirchliche Konzerte finden teilweise statt, aber nach Meinung der Workshop-Teilnehmer zu wenig. Erwünscht wären auch Konzerte oder Chöre mit anderen Musikstilen (z.B. Klassik, Gospel etc.). Konzerte könnten auch auf dem St. Margretenplatz stattfinden.

Versorgungs- und Genussangebote

- Spezielle Führungen: Führungen von mira!cultura und Anna-Catrina & Museum Regional Surselva sollten regelmässig ins Tourismusprogramm als regelmässig wiederkehrende Aktionen aufgenommen werden. Auch könnte der Comander-Krimi nochmals aufgenommen werden.
- Märchen-Winterzauber: Gerne würde man den Märchenzauber, den Illanz im Jahr 2012 hatte, wiederaufnehmen.
- Märkte: Von hoher Bedeutung für das Städtli ist das Thema der Märkte. Die Workshop-Teilnehmer wünschen sich, dass manche bestehende Märkte ins Städtli und/oder den Landsgemeindeplatz umziehen und/oder dass neue Formate geschaffen werden.

Bestehende spezielle Geschäfte und Gastronomien, die zum Charakter des Städtli passen, sollen unterstützt und neue gezielt gewonnen werden. Unpassende Konzepte sind zu vermeiden. Dafür sollen Gemeinde und Gewerbeverein gemeinsam einen engen Kontakt mit den Anbietern pflegen. Die gezielte Anbietersuche (siehe S.14f) kann eine wichtige Rolle spielen. Empfohlen wird zudem eine dauerhafte Form der Einbindung der relevanten Eigentümer.

Den Gastronomen sollte die Chance eröffnet werden, den öffentlichen Raum zu nutzen. Eine konkrete Idee ist die Veranstaltung einer grossen Tavolata durch mehrere Gastronomen, also einer gemeinsamen Tischrunde in den Gassen.

Das intensivere Nutzen des Aussenraums ist allgemein dringend nötig, um den Geschäften und der Gastronomie mehr Frequenz zu bringen. Erwünscht sind gemütliche Sitzgelegenheiten, die zum Verweilen einladen, aber auch an Kunstprojekte kann gedacht werden. Eine Idee ist, die Natur ins Städtli zu bringen und als regionale Kunstaktion im Städtli die Tektonik sichtbar zu machen. Die Möglichkeiten sind vielfältig und neben der Betonung von Tradition sind auch innovative Lösungen gefragt.

SONTGA CLAU



«Entwicklungsziel: Sontga Clau wird als Standort für Gesundheitseinrichtungen und Alterswohnen sowie durchmischtes Wohnen positioniert.»

Ausgangslage

Der Zentrumsbereich Sontga Clau ist durch starke Gegensätze geprägt. Einerseits findet man hier traditionsreiche Geschäftsgebäude mit starker Präsenz (Maurus Cathomas AG sowie die Arkaden) und das bedeutende Regionalspital. Andererseits fallen Ladenleerstände ebenso auf wie die «Bauruine» der swisscom. Das Gefühl in diesem Zentrumsbereich ist ein merkwürdiges: Als Besucher spürt man, dass Sontga Clau einst eine hohe Bedeutung hatte, heute weiss man aber nicht so richtig, was man mit diesem Zentrumsteil anfangen soll. Entsprechend wurde im Workshop der Frage nachgegangen, welche neue Positionierung mit welchen neuen Inhalten angestrebt werden soll.

Gesundheitsbranche

Die Gesundheitsbranche ist mit dem Regionalspital bereits stark vertreten und hat nach Meinung der Workshop-Teilnehmer das Potenzial, Sontga Clau nachhaltig zu stärken und zu positionieren. Dafür sollen Gesundheitsangebote an diesem Ort gefördert und gebündelt werden. Dieser Weg ist bereits aufgegleist: Aktuell entsteht eine Alters- und Gesundheitsresidenz.

Ein schwer abzuschätzender Aspekt ist, ob das Spital dauerhaft an diesem Standort bleiben wird. Die Workshop-Teilnehmer glauben an Sontga Clau als Gesundheitsstandort aber selbst dann, wenn das Spital wegbrechen würde. Gegenläufig wird die Chance erkannt, Standortentscheide des Regionalspitals beeinflussen zu können. Wenn die Gemeinde die

konsequente Ausrichtung von Sontga Clau als Gesundheitsstandort verfolgt, bildet dies auch attraktive Synergien für das Spital. Der Austausch mit dem Kanton und ein gemeinsames Vorgehen soll gesucht, respektive intensiviert werden.

(Alters-)Wohnen

Sontga Clau soll in der Wohnbauentwicklung der Gemeinde eine wichtige Rolle einnehmen. Der Nachverdichtung und dem teilweisen «Umbau» dieses Zentrumsbereichs sollte gegenüber neuen Arealentwicklungen auf der grünen Wiese Priorität eingeräumt werden. Als bedeutend wird vor allem die Förderung von Alterswohnen erachtet, wobei neue, «gemischte» Formen und keine reinen Altersresidenzen gefragt sind. Sontga Clau wird als der richtige Ort für Mehrgenerationenhäuser erachtet (siehe S.50f).

Verkehrsberuhigung

Trotz der Eröffnung der Umfahrungsstrasse ist die Thematik der Verkehrsbelastung brisant. Die vorherrschende Meinung bei den Workshop-Teilnehmern ist, dass die Umfahrungsstrasse ihre Ziele nicht erreicht hat, auch bezüglich der Attraktivitätssteigerung von Sontga Clau. Gefordert wird nun eine Verkehrsberuhigung, entweder mit einem Durchfahrtsverbot für Lastwägen oder einer Tempo 30 Zone – oder am liebsten beides. Die Workshop-Teilnehmer sind der Ansicht, dass sich dann Qualität wie von selbst wieder einstellen wird oder dass es dann nur kleinere gestalterische Aufwertungen (mit kreativen, eher günstigen Elementen) braucht.

Anbindung Rhein

Mit dem Bau der Umgehungsstrasse ging die Verknüpfung von Sontga Clau zum Rhein vollständig verloren. Ein Zustand, den die Workshop-Teilnehmer nur ungerne akzeptieren möchten. In der Lösungsfindung herrschte Ratlosigkeit und man sah als einzigen Weg, die Umgehungsstrasse in eine Tunnel zu verlegen, gestand aber gleichzeitig ein, dass dies nicht realistisch sein dürfte. Die grösste Hoffnung setzt man nun auf eine kreative neue Lösung der Brücke über den Rhein, möglichst mit Aufenthaltsqualitäten (siehe S.42f).

MAISSEN AREAL



«Entwicklungsziel: Als Ort für Kultur, Freizeit und Sport bietet das Maissen-Areal der Region ein attraktives Indoor-Angebot, angereichert durch weitere Zentrumsnutzungen.»

Ausgangslage

Das Maissen-Areal kann als Areal mit vielen Möglichkeiten bezeichnet werden. Aktuell ist es un- oder zumindest untergenutzt und es bildet schon alleine aufgrund der Lage in unmittelbarer Nähe zum Bahnhofplatz und aufgrund der Grösse ein erhebliches Entwicklungspotenzial. Hier besteht die einmalige Chance, das Zentrum gezielt und in grösserem Stil zu bereichern.

Tragende Idee

Das Maissen-Areal soll als Ort für Kultur, Freizeit und Sport entwickelt werden. Es soll ein attraktives Indoor-Angebot für die Region geschaffen werden, das gerade auch bei schlechtem Wetter eine beliebte Attraktion ist. Die Workshop-Teilnehmer wünschen sich dafür, dass das Maissen-Areal gemeinsam mit dem Mundaun-Center gedacht und in Abstimmung zueinander entwickelt wird.

Weiter sollen auf dem Areal «ergänzende Zentrumsnutzungen» entstehen, die zusätzliche Zielgruppen (z.B. Schüler, Kongressgäste, Mitarbeiter Kreativunternehmen usw.) und zusätzliche Angebote ins Zentrum bringen. Wichtig dabei ist, bestehende Angebote möglichst wenig zu konkurrieren. Gefragt sind beispielsweise Bildungs- oder Kulturangebote, zusätzliche Detailhandelsflächen sollen hingegen nicht geschaffen werden.

Sport & Freizeit

Auf dem Maissen-Areal soll ein Indoor-Treffpunkt mit Sportnutzung entstehen. Freestyle, Skate, Klettern, Indoor-Beachvolley, Wasser, Kanu – ein möglichst vielfältiger Mix wird gewünscht (siehe S.23f).

Die Indoor-Anlage soll das Potenzial haben, um Ilanz regional bis überregional modern und trendig zu positionieren. Ein Ziel dabei ist, den Touristen aus den umliegenden Tälern und Destinationen einen Grund zu geben, das Zentrum von Ilanz zu besuchen. Bisweilen machen Touristen diesen Weg nur, wenn sie in Ilanz etwas einkaufen wollen. Zukünftig soll das Angebot auf dem Maissen-Areal zum grossen Freizeit-Magnet werden – vor allem auch bei schlechtem Wetter. Eine wichtige Zielgruppe sollen jüngere Menschen sein, welche die Ski- und Bikedestinationen der Region nutzen. Über dieses Angebot auf dem Maissen-Areal soll frischer Wind in die Stadt gebracht werden.

Gerade bei dem Sport- und Freizeitangebot erscheint eine enge Abstimmung mit dem Mundaun-Center erforderlich, da dort durch die Besitzerin UBS bereits eine Entwicklung in diese Richtung angestossen sei, ohne dass die Gemeinde oder jemand von den Workshop-Teilnehmern darüber bereits genauer im Bilde wäre.

Prüfenswert wäre die Idee, einen «Mini-Tenero» auf dem Maissen-Areal zu errichten. In der Gemeinde Tenero ist ein nationales Jugendsportzentrum mit den Zielgruppen Schüler bis Spitzensportler.

Ergänzende Zentrumsfunktionen

Bildungsangebote auf dem Maissen-Areal anzusiedeln, würde bedeuten, mehr junge Menschen ins Zentrum zu bringen. Entsprechend positiv würden die Workshop-Teilnehmer einer solchen Entwicklung gegenüberstehen. Im Workshop wurde dafür die Idee diskutiert, die Handelsschule ins Zentrum zu Bringen (siehe S.53). Sie könnte ein idealer Nutzungsanker für das neue Maissen-Areal werden.

Weiter erscheint den Workshop-Teilnehmern Kultur als Ergänzungsnutzung auf dem Areal stimmig. Als konkrete Idee wurde ein Kulturzentrum genannt, das Ausstellungsräume, vor allem aber einen Saal für Konzerte umfassen soll.

Wohnen

Ob auf dem Maissen-Areal zukünftig auch gewohnt werden soll, wurde im Workshop kontrovers diskutiert. Es gab Stimmen, welche das Wohnen als nicht kompatibel zu Sport-, Kultur- und Freizeitnutzungen sehen, aber auch wenige Stimmen, die ein reines Wohnareal forderten. Für die Wohnfunktion spricht die zentrale Lage am Bahnhof, also die gute

Erschliessung mit dem ÖV, aber auch die Chance, frischen Wind in den Wohnungsmarkt von Illanz zu bringen. Hier könnten Wohnungen für junge, dynamische Zielgruppen entstehen, die ein etwas lauterer, urbaneres Umfeld mit vielen Betätigungsmöglichkeiten schätzen.

Zwischennutzung

Eventuell wird es noch einige Jahre, wenn nicht ein Jahrzehnt dauern, bis das Maissen-Areal neu überbaut wird. Bis dahin sollte an Zwischennutzungen gedacht werden. Von den Vertretern der Jugend wurde beispielsweise angeregt, dort so lange einen Skateplatz vorzusehen.

**Jetzt heisst es:
Gemeinsam Anpacken!**



